

4 questions

à Thierry Collen de Rheavendors France



LMDA : Comment percevez-vous le développement des recettes gourmandes ?

Thierry Collen : Historiquement en DA, les premières boissons gourmandes étaient les boissons composées : cappuccino, mokaccino, latte macchiato... Ensuite les boissons pré-mix de type café aromatisé ont rencontré un franc succès. L'offre continue d'évoluer, suivant les tendances de fond initiées par Starbucks notamment. Les grands fabricants de produits rivalisent de créativité et proposent des recettes réellement inédites.

Une offre attractive en boissons gourmandes permet sur certains sites d'attirer de nouveaux consommateurs, de capter la « génération soda » qui consomme des boissons lactées, aromatisées et sucrées. Et de facto de créer du chiffre d'affaires additionnel sans cannibaliser celui généré par les boissons traditionnelles.

LMDA : Les automates sont-ils à même de répondre à la tendance des boissons gourmandes ?

T.C. : Les automates de dernière génération permettent beaucoup de choses même si le nombre de bacs et/ou l'espace dans une machine n'est pas illimité. Pour séduire ces nouveaux consommateurs, l'offre « boissons gourmandes » doit pouvoir être différenciée de l'offre traditionnelle : par le contenant (le gobelet) et le volume

du contenu (format du gobelet). Avec le cas échéant le couvercle coffee-to-go pour satisfaire les nomades.

LMDA : Quelles sont les solutions que Rheavendors propose à cet effet ?

T.C. : Avec la Luce X2, Rheavendors propose depuis quelques années une double tourelle qui permet de travailler sur 2 types de gobelets. Plastique et carton, 15cl et 25cl par exemple. Nous pouvons donc construire une offre avec les boissons traditionnelles en 15cl plastique et les boissons gourmandes en 25cl carton en maintenant une réelle autonomie du DA grâce à une autonomie totale de 900 gobelets. Et si nécessaire, à côté de la machine, un module à distribution manuelle de couvercles coffee-to-go pour les nomades peut être proposé.

LMDA : Cette approche se limite-t-elle à la mise en œuvre de nouvelles recettes ou faut-il aussi penser l'automate de manière différente ?

T.C. : L'offre DA en boissons gourmandes doit continuer de se renouveler sous peine de « lasser », et coller au plus près des nouvelles tendances. L'offre « sirop » en bag-in-box initiée en DA sur le réseau autoroutier est très intéressante. La gamme des arômes est extrêmement large et les recettes sont flexibles. Le « taux de prise » élevé confirme la demande croissante pour ces saveurs inédites. Rendez-vous au prochain salon de la DA pour découvrir l'offre Rheavendors à ce sujet. ■