

3 questions à Michel Pérol, directeur général de Lagardère Services travel retail France

Publié le 11 janvier 2016 par Propos recueillis par Yannick Nodin
Restauration | Les stratégies | Interviews



Michel Pérol
© Jérôme Légli

Depuis le 1er novembre, Relay France est devenue Lagardère Services travel retail France. Retour sur ce changement de nom avec Michel Pérol, directeur général de la société.

Qu'y a-t-il derrière ce changement de nom ?

Il correspond à l'évolution de notre métier. La société s'est longtemps spécialisée dans la presse et le livre. Elle a développé depuis trente ans une activité de restauration dans les hôpitaux, et depuis cinq ans, nous sommes présents dans le travel retail en restauration. Cette activité, en libre-service ou par nos enseignes dédiées, nous apporte le potentiel de développement le plus fort. Notre nouveau nom l'exprime.

Comment comptez-vous intensifier votre présence en restauration ?

Nous poursuivrons d'abord la transition de la lecture vers le confort de voyage de nos 700 boutiques Relay. Notre modèle théorique, c'est celui d'un Relay de 150 m² dans lequel l'activité alimentaire atteint 15 % du chiffre. Nos enseignes dédiées continueront aussi leur développement, par des concepts en propre et en franchise, avec Starbucks, Prêt à Manger, Eric Kayser, Burger King...

Quels sont vos objectifs pour 2016 ?

Nous totalisons 200 M E de chiffre d'affaires en restauration, sur 200 unités en concession. L'idée est de gagner 20 unités supplémentaires en 2016. Nous allons montrer que nous pouvons pousser la qualité en concession, associés à Thierry Marx pour une prochaine brasserie à la gare du Nord ; décliner aussi des concepts travel retail, comme Trib's Boutique, combinant presse, sandwiches et plats chauds, avec la possibilité de s'asseoir.