

HopLunch capitalise sur la livraison de déjeuners dans les zones d'activités économiques

Auditeur financier devenu entrepreneur, Matthieu Diebold a développé une plateforme de livraison sur le même modèle que les géants Uber et Deliveroo. Sa différence ? L'entreprise s'adresse uniquement aux salariés travaillant dans les zones d'activités économiques situées dans l'agglomération des grandes villes. Après Strasbourg et Metz, HopLunch s'installera bientôt à Lyon.

Temps de lecture : minute

31 mai 2022

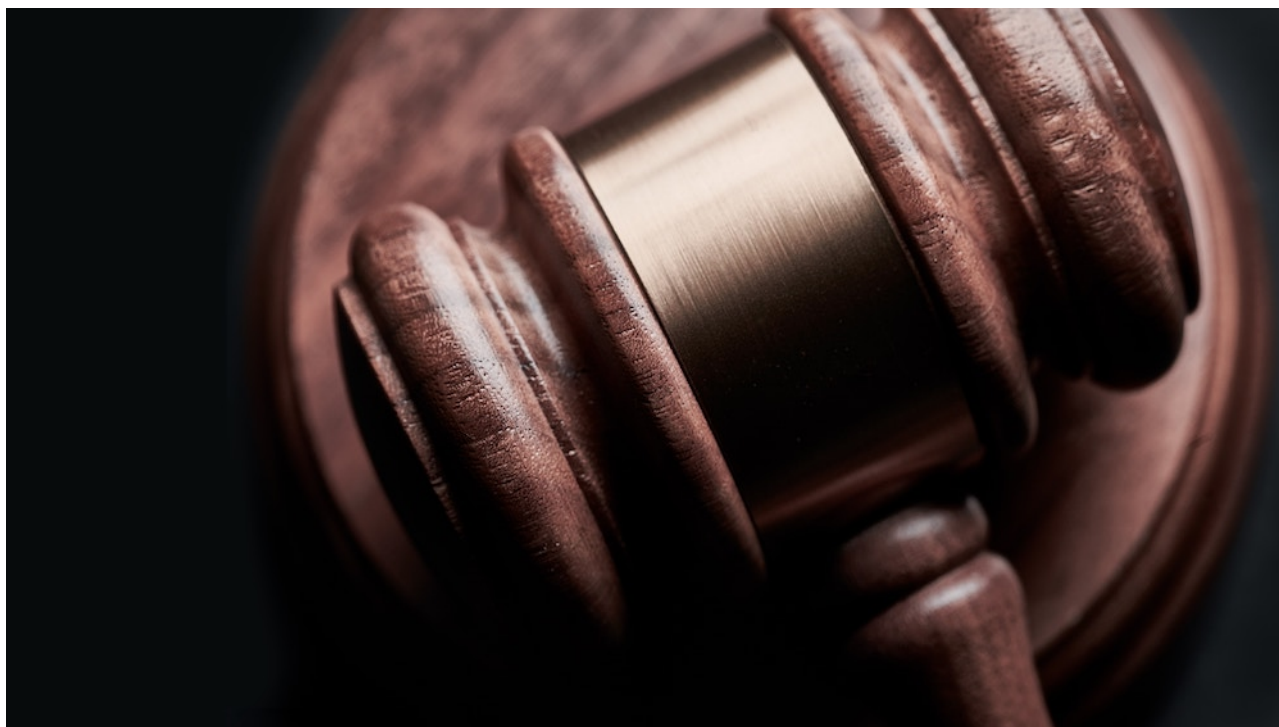
De nombreuses sociétés ont choisi de s'installer dans des zones d'activités économiques quelque peu excentrées des grands centres villes. Une situation qui leur permet souvent de bénéficier de locaux spacieux à prix réduits mais qui poussent aussi les salariés à devoir apporter leur repas ou prendre leur voiture pour aller chercher à déjeuner. Matthieu Diebold entend bien proposer une alternative à ce manque de choix avec [HopLunch](#).

“Quand je réalisais des audits dans ces sociétés, je constatais cette problématique. Je ne voyais pas l'intérêt d'aller me battre avec les autres acteurs du marché, j'ai préféré m'attaquer aux villes délaissées, hors de Paris” , explique t-il. Insistant sur la qualité de son offre : *“nous voulons proposer des offres diversifiées à nos clients contrairement à ce que servent les cantines d'entreprises. À Strasbourg, nous travaillons déjà avec 18 restaurants différents représentant tous les régimes alimentaires : diététique, végétarien, hallal, etc”* .

Autre point qui fait la différence : l'absence de frais de livraison. *“Nous n'ajoutons pas de frais additionnels de traitement ou de livraison. Ce qui permet de proposer un panier moyen au même prix qu'un plat au restaurant sans minimum de commande et sans frais de livraison”* , poursuit-il. Les plats sont vendus entre 6,80 euros et 8,90 euros.

Plus de 17 000 commandes livrées par mois

Pour rentabiliser ce modèle B2C, la société mise sur le flux de commandes. *“En réalité nous ne fonctionnons pas en one to one”* , détaille Matthieu Diebold puisque les commandes affluent de multiples salariés travaillant dans diverses entreprises installées dans le même périmètre. *“Nous fonctionnons à flux tendus. Il faut vérifier que chaque barquette pèse bien 400 grammes minimum et réponde à notre cahier des charges”* . Les commandes, passées jusqu'à une semaine à l'avance, sont ensuite livrées entre 11h et 12h15.



À lire aussi

Deliveroo condamné pour la première fois en France pour travail

dissimulé

Aujourd'hui, la société livre entre 700 et 800 repas par jour, soit 15 000 repas environ par mois sur Strasbourg uniquement. Un chiffre en croissance de 20% par mois. À Metz, où la société est installée depuis 6 mois, 2 500 repas sont servis mensuellement.

Le fondateur de l'entreprise a donc commencé par convertir en B2C. *"Notre principal canal d'acquisition est le parrainage. Nous avons développé des offres B2B car nous étions sollicités par les entreprises pour leur fournir des repas pour leurs réunions ou leurs formations. Certaines sociétés souhaitent également prendre en charge une partie du déjeuner de leurs salariés - à hauteur de 20% par exemple et jusqu'à 8 euros par jour-"* , retrace Matthieu Diebold. *"Le plus compliqué est de réussir à entrer dans l'entreprise mais, en général, dès qu'une personne essaie, la magie opère"* .

Enjeux sociaux et environnementaux

Contrairement à de nombreuses sociétés de livraison, HopLunch a choisi de recruter en CDI tous ses livreurs - au nombre de 13 à Strasbourg pour le moment-. Pas question non plus de manager sous la menace du chronomètre. *"Les livreurs reçoivent des primes s'ils font du bon travail, s'ils sont souriants, assidus, etc"* , souligne t-il.

Celui-ci cherche aussi à améliorer son impact environnemental. *"En venant livrer directement les salariés, nous leur évitons déjà de prendre leur véhicule"* . Si les premières livraisons ont été effectuées grâce à un véhicule utilitaire, HopLunch livre désormais via une flotte de véhicules électriques.

À terme, la société souhaite aussi mettre en place un système de

consigne pour les barquettes. *“C’est vraiment un sujet très complexe”* , admet-il. *“Il faut que la solution soit indolore pour le client et pour les entreprises. Nous imaginons un système où le client ne paiera pas en amont mais aurait 10 jours pour rendre le contenant. Sans réponse de sa part, il serait alors débité du prix de la barquette”* . Il faut aussi faire accepter le système aux restaurateurs, le coût d’une barquette en pulpe de canne étant plus élevé que l’actuel. *“Nous devrions bénéficier d’une subvention de la région pour mettre ce projet en place, ce qui permettrait de réduire la différence de prix”* .

Que ce soit en matière d’engagements ou de déploiement, Matthieu Diebold déborde de projets. Après Metz, l’entrepreneur souhaite essayer son modèle dans 15 nouvelles villes dans les cinq prochaines années, et pourquoi dans un autre pays comme le Luxembourg.

Article écrit par Anne Taffin