

## Scolarest place la santé physique et mentale des jeunes au cœur de sa nouvelle feuille de route

Malakoff, le 26 mars 2026. La cantine est aujourd'hui au croisement d'enjeux majeurs : lutte contre le gaspillage, éducation au goût, réglementation, pression budgétaire, santé publique... elle se doit aussi d'évoluer face à de jeunes convives (en particulier la génération Alpha, née entre 2010 et 2025) plus autonomes, plus connectés, plus exigeants et plus engagés. Dans ce contexte, Scolarest, spécialiste du segment scolaire de Compass Group France, se positionne comme le premier restaurateur scolaire à placer la santé physique et mentale des jeunes au cœur de sa stratégie. Alors qu'*1 jeune de moins de 18 ans sur 5 est en surpoids<sup>1</sup>, que 30% des collégiens et lycéens se déclarent stressés<sup>2</sup> et que près d'1 million d'enfants et adolescents sont victimes de harcèlement*, la marque fait de ces enjeux une priorité de sa nouvelle feuille de route.

**"La santé physique et mentale de la génération alpha doit être la priorité de la cantine"**

*"Nous ne pouvons plus considérer la cantine comme un espace uniquement de restauration. Chez Scolarest, nous voulons changer de dimension et transformer de manière profonde le rôle et la mission de la cantine auprès des jeunes. Notre refonte ne traduit pas seulement une évolution visuelle : elle accompagne une transformation plus profonde du rôle que nous souhaitons jouer auprès des collectivités, des familles et des enfants."* déclare Jérôme Perrier, Directeur général France de Scolarest, Medirest et des Cuisines Centrales.

Avec 300 000 élèves servis quotidiennement dans près de 1 500 établissements à travers la France, Scolarest a développé une connaissance approfondie des usages et des attentes des jeunes à la cantine. Ces données chiffrées ont nourri sa feuille de route : leur première attente est de partager un moment avec leurs copains, suivie de près par le goût des plats. **Une cantine qui remplit sa mission est avant tout une cantine désirable et conviviale. En effet, 65% des élèves apprécient la cantine pour le moment de convivialité avec leurs camarades**, mais une proportion équivalente exprime des réserves sur les repas servis<sup>3</sup>. **Dans ce contexte, Scolarest développe plusieurs initiatives pour faire de la cantine un lieu de bien-être global.**

<sup>1</sup> Direction de la recherche, des études, de l'évaluation et des statistiques (DREES)

<sup>2</sup> Thèse "Ta vie au lycée" (2021-2022), Aline Vansoeterstede, chercheuse en psychologie au Laboratoire de Psychopathologie et Processus de Santé de l'Université Paris Cité

<sup>3</sup> Selon une étude interne menée par Scolarest

## "Bien dans son assiette" : plus qu'une nouvelle signature, un plan d'action porteur de sens

Pour accompagner cette transformation et la rendre lisible, Scolarest dévoile une nouvelle identité de marque articulée autour d'une signature forte : "**bien dans son assiette**". Cette expression traduit bien l'ambition de la marque de prendre soin de la santé physique et mentale des jeunes, dans une cantine à la fois ludique et conviviale.

Cette ambition se décline autour de 4 piliers complémentaires :

- **Goût** : faire plaisir aux papilles avec des plats qu'ils aiment (nouvelle gamme Asian ou Pasta Party) tout en leur faisant découvrir de nouveaux produits ou de nouvelles recettes.
- **Santé** : apprendre aux jeunes à faire les bons choix pour leur santé à travers l'alimentation, et proposer une alimentation saine et positive.
- **Connexion** : valoriser la proximité avec les Chefs et les équipes, et favoriser les moments d'échange et de convivialité entre les jeunes.
- **Durabilité** : privilégier les produits et filières françaises, les produits locaux et de saison, tout en luttant contre le gaspillage alimentaire.

La nouvelle identité visuelle, aux couleurs vives et joyeuses, incarne cette vision moderne et optimiste de la cantine comme un lieu où il fait bon vivre, se retrouver et grandir sereinement.

## Des initiatives concrètes pour accompagner cette transformation

# Scolarest



**La "Révolution légumes", en partenariat avec les frères Lebrun - stars des Jeux Olympiques de Paris 2024** : un programme d'envergure déployé dès la rentrée 2026, et porté par les frères en tant qu'ambassadeurs. Champions français de ping-pong, ils incarnent pleinement le lien entre alimentation, performance et bien-être physique et mental. Leur popularité grandissante auprès des jeunes en témoigne : ils se classent cette année à la 12e place des 20 personnalités préférées, devant Kylian Mbappé et au même niveau qu'Antoine Dupont<sup>4</sup>.

crédit : Tibhar

[>> Télécharger le visuel <<](#)

Alexis et Félix Lebrun animeront un programme éducatif innovant avec, chaque mois, un légume star mis à l'honneur à travers des défis ludiques, des mascottes et des contenus engageants. Un jeu concours permettra de récompenser les écoles primaires et secondaires les plus assidues ! L'objectif : transformer la perception des légumes et donner aux enfants l'envie d'en consommer davantage, dans une démarche à la fois pédagogique et divertissante.

**Côté cuisine : un véritable travail d'innovation.** Dès la rentrée 2026, Scolarest dévoilera plus de 30 nouvelles recettes de légumes inédites, ludiques et gourmandes. Alors que les légumes constituent le premier irritant de la cantine (48% d'insatisfaction<sup>5</sup>) et la composante la plus gaspillée, ces créations culinaires marquent une rupture. Développées par **La Brigade** (les Chefs de cuisine de Compass Group France) et **co-créées avec les enfants**, ces recettes reposent sur une véritable expertise culinaire. Forme, couleur, goût, texture : tout est pensé pour sublimer chaque légume et parler aux codes de la génération Alpha.

Au-delà de la « Révolution légumes », Scolarest **met en avant des engagements produits forts pour préserver la santé des enfants et améliorer la qualité de l'offre**. Cela passe notamment par une attention particulière portée à l'origine et à la qualité des produits, avec le recours à des filières françaises, des approvisionnements locaux et de saison, ainsi que des œufs issus de poules élevées en plein air. Scolarest se concentre également sur les additifs. Un plan de progrès sur 2 ans vise à retirer progressivement les additifs les plus nocifs. En parallèle, Scolarest accélère la sortie du plastique dans ses contenants.

Cette transformation ne se limite pas à l'offre : elle s'accompagne d'une volonté de **renforcer la transparence**. Alors que 50% des parents se disent mal informés sur le fonctionnement de la cantine, Scolarest s'engage : prise de paroles des Chefs, menus plus lisibles, repères sur les portions, indicateurs de suivi lorsque disponibles, et dialogue plus régulier avec les parties prenantes.

**Jérôme Perrier, Directeur général de Scolarest, Medirest et des Cuisines Centrales**, déclare :  
« Face à l'urgence sanitaire que traverse la jeunesse française, nous avons la conviction que la cantine peut et doit jouer un rôle déterminant. Bien plus qu'un simple lieu de restauration, c'est un espace de vie où plus de 7 millions d'élèves passent près de 3 000 heures au cours de leur scolarité.

*Notre nouvelle identité "Bien dans son assiette" traduit notre engagement à prendre soin de la santé physique et mentale des jeunes générations. Avec nos Chefs passionnés, nos recettes réinventées et notre programme éducatif inédit porté par les frères Lebrun, nous créons une cantine joyeuse, colorée et bienveillante. Un lieu où chaque jeune peut se retrouver, se ressourcer et faire le plein d'énergie, tout en apprenant à bien manger pour*

---

<sup>4</sup> Selon une étude OpinionWay pour le Journal de Mickey (7-14 ans)

<sup>5</sup> Selon une étude menée par Scolarest

*bien grandir. C'est notre façon de contribuer au monde de demain, avec gourmandise, conscience et bonne humeur. »*

## **À PROPOS DE SCOLAREST**

Scolarest, marque de Compass Group France, est spécialiste de la restauration des établissements d'enseignement et des collectivités territoriales. Scolarest s'engage à proposer des offres de restauration sur-mesure de la crèche à l'enseignement supérieur. Scolarest nourrit 300 000 élèves chaque jour sur près de 1 500 établissements et compte environ 3 000 collaborateurs.

[www.scolarest.fr](http://www.scolarest.fr)

## **CONTACTS PRESSE**

**Agence Monet pour Scolarest (Compass Group France)**

Camille Eridia – 06 48 48 57 67, Coline Hondermarck - 07 78 90 67 68 - [TeamRP\\_CompassGroup@monet-rp.com](mailto:TeamRP_CompassGroup@monet-rp.com)