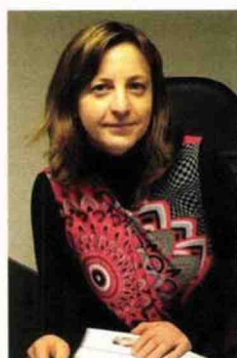




CONSOMMATION HORS DOMICILE

La restauration rentre dans l'ère du Food Service

Après un gros passage à vide au début des années 2010, le secteur de la consommation hors domicile reprend des couleurs depuis deux ans. Principal contributeur de cette croissance, la restauration commerciale poursuit sa mutation. Virginie Pernin, chef de projets chez IRI Gira Food Service, fait le point sur l'évolution du marché.



Virginie Pernin : « la restauration rapide bénéficie encore d'une belle marge d'évolution en France, comparativement aux autres pays européens ».

LMDS : Comment se porte le secteur de la consommation hors domicile ?

Virginie Pernin : Depuis ans, le marché renoue avec la croissance. Ce dynamisme, certes sélectif, s'appuie sur de nouveaux leviers. Principal contributeur, la restauration commerciale est devenue un véritable laboratoire d'innovations en termes de concepts et de produits, à l'image du développement des produits sains, du végétal ou encore de la viande d'origine, qui séduisent de plus en plus de consommateurs.

LMDS : Quel rôle joue la restauration rapide dans ce regain de dynamisme du hors domicile ?

V.P. : C'est elle qui demeure le principal moteur de cette croissance. Elle renoue d'ailleurs depuis 2016 avec un franc dynamisme, sous l'impulsion à la fois des chaînes qui conquièrent de nouveaux territoires, tandis que les indépendants défrichent de nouveaux segments de marché. Trois piliers impulsent cette hausse : le marché du hamburger, le snacking à thème ou fast casual et les coffee bars.

LMDS : Qu'en est-il du secteur de la restauration traditionnelle avec service à table ?

V.P. : Elle poursuit globalement sa mutation. Si certains de ses acteurs continuent de souffrir, l'amélioration du climat économique et touristique, allié au renouvellement des cartes, stimulent globalement le niveau de fréquentation des établissements. Dans l'assiette, la tradition se renouvelle sur des thématiques bien françaises, mais aussi des trattorias italiennes ou des « diners » américains. Outre la personnalité des chefs, les produits et leur origine sont devenus l'argument numéro un et contribuent à une certaine forme de premiumisation du marché.

LMDS : Comment évoluent globalement les prestations proposées par les opérateurs du marché ?

V.P. : L'heure est à la notion de justesse, tant dans les goûts que le service et les prix. Avec un mot d'ordre récurrent, celui de « l'expérience client ». En d'autres termes, les opérateurs de la restauration cherchent à suivre le convive dans tous ses moments de consommation, et ainsi élargir leur champ d'action à tous types de lieux (lieux de transport ou de loisirs, rayons snacking des magasins de proximité, boulangeries et commerces de bouche...). On note aussi une réelle diversification des services de restauration proposés, qu'il s'agisse du service à table, de la vente à emporter ou plus récemment bien sûr de la livraison à domicile.

LMDS : Quel est l'impact du digital en restauration aujourd'hui ?

V.P. : Indubitablement, la révolution du numérique offre de nouvelles perspectives au marché et change en profondeur le lien avec le consommateur, les frontières et la nature même du marché. Autant d'outils qui, couplés justement avec la livraison, ouvrent de nouveaux horizons au marché avec la possibilité offerte au consommateur d'opter pour de la restauration à domicile. Le Food Service prend alors un nouveau sens : à savoir aller chercher l'ensemble des occasions de consommation, et ce jusqu'au domicile par une offre non plus uniquement « produit », mais aussi « service » !

■ Propos recueillis par JFA





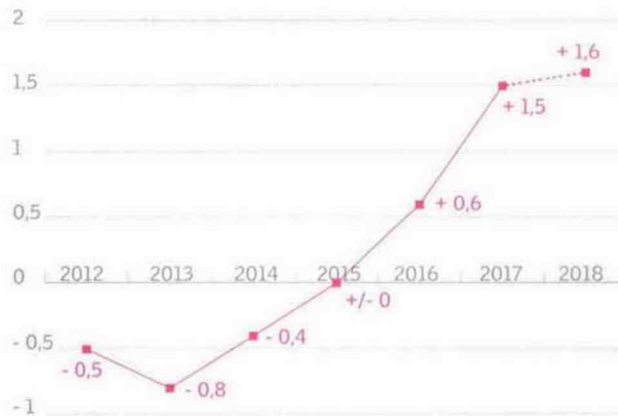
© Compass

En chiffres Poids des grands circuits de restauration [en %]

Source : IRI Gira Food Service

Restauration collective	25
Santé /social	10
Scolaire	7,5
Entreprise	5,5
Autres collectivités	2
Restauration commerciale	62,5
Service à table	32
Fast Food	18
Cafés	11
Cafétérias	1,5
Impulse Market	12,5
BVP	5
Magasin de proximité	3,5
Ambulants et saisonniers	3
Stations-service	1

Évolution du chiffre d'affaires global Une nette inversion de tendance depuis 2016



Source : IRI Gira Food Service