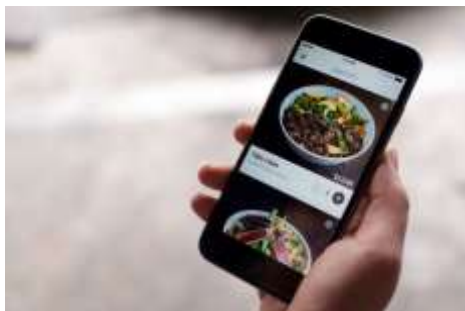


Le marché de la restauration hors domicile a renoué avec la croissance en 2016... Grâce au digital

Aude Chardenon |
Publié le 23/01/2017

Après trois années consécutives de recul, le marché de la restauration hors domicile* sort du tunnel, selon NPD Group qui a dévoilé vendredi 20 janvier 2017 les résultats annuels du secteur. Cette dynamique repose plus particulièrement sur cinq tendances clefs...



2016 a été marquée par la mutation du marché de la livraison avec l'arrivée en France de Uber EATS

Le secteur de la restauration hors domicile* renoue avec la croissance et finit à + 0,7 % en dépenses (cumul à fin novembre 2016), soit la meilleure performance du secteur depuis 2012. C'est le bilan positif dévoilé par NPD Group vendredi 20 janvier 2017 et qui constate un marché "au beau fixe, comme le confirment la hausse de la fréquentation de 0,4 % et la légère augmentation (0,3 %) de la dépense moyenne qui s'établit à 5,5 euros". Au total, ce sont 54,6 milliards d'euros dépensés. Si l'étude note "un développement des circuits de restauration a été assez inégal tout au long de l'année", le secteur de la restauration rapide "a maintenu son rythme de croissance et s'est par la suite stabilisé, pour terminer l'année à 1,2 % en fréquentation. De son côté, la restauration à table a su reconquérir des parts de marché dès le second semestre, en clôturant 2016 en quasi-stabilité avec -0,4 % en visites ce qui a rétabli un segment en recul depuis 2014 (CAM Nov'14 -1,3%, CAM Nov'15 -1,6%)".

Une croissance qui devrait se poursuivre en 2017

Au premier trimestre, tandis que la restauration à table portait encore les séquelles des attentats de novembre 2015, une météo plutôt clémente a boosté les visites dans les boulangeries, les sandwicheries et les corners nomades,

faisant gagner 1,1% de croissance à la restauration rapide. "L'année 2016 a été marquée par l'adoption plus systématique par les Français des modes de restauration rapide, comme en témoignent la hausse des visites à de nouveaux moments de la journée (petit déjeuner et dîner), la progression des livraisons à domicile et le développement des concepts de Fast Casual, précise Maria Bertoch, Industry Expert Foodservice, The NPD Group. De nouvelles enseignes venues de l'étranger, comme Steak & Shake, Five Guys ou encore des créations françaises comme Gallica, Picto, Bioburger ou Fuumi, se sont lancées cette année à la conquête du marché hexagonal. Quant aux acteurs historiques franco-français comme Hippopotamus ou Courtepaille, ils ont su effectuer un rebranding pour répondre à l'attrait du Fast Casual et adopter une image rajeunie et pluraliste". Pour 2017, The NPD Group se montre par ailleurs optimiste. "L'émergence des tendances leviers de développement pour le secteur, observées l'année dernière, ne devraient que s'accroître en 2017. La livraison à domicile par exemple, va continuer à progresser dans le monde au cours des 10 prochaines années, s'étoffant au gré des paramètres modernes : l'urbanisation, la pression du temps et le besoin croissant de services aux personnes n'ayant pas la possibilité de cuisiner", conclut Maria Bertoch.

Le Top 5 des tendances 2016 en restauration selon The NPD Group

1. La multiplication des partenariats

Les nouveaux partenariats se multiplient, créant des ponts entre différents acteurs, pour aller vers une consommation de plus en plus ubérisée. Ainsi, UberEATS va proposer un service alliant le transport et la livraison, tandis qu'Allo Resto s'est associé avec l'enseigne Franprix pour livrer des repas simples à réchauffer chez soi.

2. Le développement des applis mobiles

Les applications mobiles progressent...à petits pas. La technologie devient omniprésente dans la façon de réserver, de commander et de payer son repas. Bien qu'en progression, l'utilisation des applications mobiles pour commander une livraison reste encore marginale. Seulement 10% des Français utilisent une

application pour commander, alors qu'ils sont encore 55% à utiliser le téléphone et 35 % internet (chiffres annuels cumulés à fin novembre 2016). Dans le segment traditionnel de la restauration à table, les commandes par téléphone représentent 80% contre seulement 20% pour internet et les applications cumulés, indiquent les chiffres NPD à fin novembre 2016.

3. Le boum "santé"

2016 a définitivement été marquée par l'explosion de la tendance "bien dans son assiette" avec toujours plus de produits sains, locavores, de régimes "sans" (sans gluten, sans lactose, vegan, végétarien...), de flexitarisme (tendance à réduire sa consommation de viande). Cette véritable révolution dans les assiettes, qui reflète une prise de conscience s'inscrivant sur le long terme, engendre par ailleurs une baisse de consommation des boissons sucrées, telles que les soft-drinks, au profit de boissons plus "healthy" : boissons aux fruits, eaux classiques ou aromatisées...

4. Le petit déjeuner roi

Les visites du matin terminent l'année avec une croissance de 3%. Cette montée en puissance témoigne de l'investissement de tous les circuits sur le créneau, avec un positionnement marketing très fort, notamment au sein des chaînes qui mettent en avant des offres promotionnelles et construisent des formules matinales attractives. Le petit déjeuner est désormais proposé dans la plupart des enseignes, de Brioche Dorée à Pomme de Pain, jusqu'aux chaînes de Fast casual comme Cojean ou encore Prêt à manger qui proposent des viennoiseries cuites sur place, des cafés et boissons chaudes bio. Même les chaînes de retail montent sur le créneau (avec Marks & Spencer Café ou Mandarine de Franprix). En plus d'être novatrice cette offre fonctionne d'autant mieux, qu'elle est synonyme d'un ticket moyen plus faible pour le consommateur.

5. La livraison s'installe dans les habitudes des Français

La fermeture de TakeEatEasy et l'offensive de Deliveroo dans des villes additionnelles. Un service qui a particulièrement bondi pendant l'Euro de football - en juin 2016, la livraison avait gagné 3 points, passant à 15 % des dépenses sur toutes les commandes du soir en restauration rapide. D'après le panel CREST / The NPD Group - cumul annuel mobile à fin novembre 2016, les 3 facteurs principaux qui ont motivé les Français en 2016 à commander en livraison sont la perception de la cuisine,

vue comme une corvée après une journée de travail (20 % des consommateurs commandant en livraison) ; l'envie de partager un moment convivial en famille (en faisant plaisir aux enfants) ou avec des amis (17 %) ; le manque de temps (12 %).

**La restauration hors domicile inclut ici les circuits suivants : la restauration avec service à table (cafés/bars/brasseries, restauration à thème et non thématique), la restauration rapide (fastfoods, vente à emporter/livraison, sandwicheries, boulangeries, traiteurs, GMS, cafétérias), la restauration dans les transports et lieux de loisirs (musées, parcs d'attraction...), la restauration collective (Restauration d'entreprise, située en bureaux ou usines, autogérée ou concédée) et la distribution automatique.*

Bientôt en restauration ?

Et la tendance ne manque pas de s'installer parmi les Chefs ! C'est le cas de Jimmy Desrivières, chef exécutif du très moderne et branché hôtel W Paris Opéra, qui a lancé une série de burgers à la pointe de l'originalité, dont le fameux bun à l'encre de seiche, qui comprend : langoustines au couteau et bar, pickles de concombre, salade d'herbes, tomate cerise, segment de citron, oignon caramélisé, sauce tartare et purée de poivron.



Les restaurants conteneurs

Les food trucks, c'est démodé ! Désormais, une nouvelle tendance semble émerger : celle des restaurants fabriqués à partir de conteneurs maritimes. Abordable et clé en main, de plus en plus de restaurateurs étrangers font le choix d'opter pour un restaurant conteneur qui correspond davantage à leur style de vie et leur évite de prendre de trop grands risques financiers.

Découvrir les plus belles photos de restaurants conteneurs ici.



Les boutiques restos



Proposer à la fois un restaurant et une boutique sous un même toit afin de répondre à toutes les envies du moment des clients. Un bon exemple : Persillé.

Persillé, c'est une boucherie libre-service nouvelle génération qui propose d'un côté de grands frigos remplis de viandes à acheter et de l'autre, un restaurant proposant les mêmes morceaux à consommer sur place ou à emporter !

Les concepts mixtes

Se conformer aux attentes, toujours changeantes, des clients, n'est pas chose facile ! Pour cette raison, la « cross-consommation », ce concept innovant consiste à proposer différents types de consommation sous un même toit, est en passe de devenir une réelle opportunité dans le secteur de la restauration.

Un exemple : *Quindici, le 4 en 1* – un concept qui a du cran et qui propose à la fois une épicerie, un point de restauration rapide, un bar et une pizzeria... Rien que ça !

Les cantines chics



Dernière tendance qui risque de faire parler à l'avenir : les cantines chics. Sorte de fast food haut de gamme à mi-chemin entre la restauration servie à table et le bon vieux fast-food, les cantines chics misent sur la variété des menus (sucrés et salés) ainsi que sur l'ambiance et la décoration.

Le bon exemple : Yuman. Chez Yuman, ouvert en 2014 à Paris, tous les produits sont bio et frais (arrivages quotidiens) et pour la plupart cultivés en France, souvent à moins de 100 km de Paris. Déco aux allures de loft, mobilier design et menus de 8,50 à 16,50 euros.



<https://www.depurexperiences.com/blog/>

En exclusivité pour LSA, NPD livre l'évolution pour les deux années à venir du marché de la restauration rapide ou à emporter en GMS. Représentant 2576,1 millions d'euros en 2017, ce marché hautement stratégique devrait croître de 3 % en 2018 et en 2019.

