

La RHD aiguisée les appétits

Le secteur de la restauration hors domicile en France n'a pas atteint sa maturité. Il porte encore des perspectives de croissance à moyen terme, même si la crise actuelle entraîne des turbulences et une recomposition accélérée du marché.

sait à 14 %. Les projections à 2020 le situent à 20 %.

De quoi aiguiser les appétits et motiver les industriels à se positionner sur ce marché. Les entreprises les plus importantes se sont dotées d'équipes commerciales et marketing dédiées à ce secteur. Elles élaborent des produits spécifiquement destinés à ce marché. Autrement dit, une véritable réflexion stratégique tant sur les plans marketing que commercial est à l'œuvre dans un nombre grandissant d'entre-

prises laitières.

COUP DE FREIN LIÉ À LA CRISE

Le secteur offre en effet sur le long terme des opportunités. Mais la crise actuelle l'a fait entrer dans une période de turbulences : elle a ralenti sa croissance et accéléré sa recomposition entamée depuis quelques années. « En 2008, le marché de la restauration hors foyer devrait sortir globalement atone, avec peu d'évolution dans le nombre de repas servis, indique Rémi Vilaine, de la société d'études Gira Foodservice, spécialisée dans ce secteur. Mais avec un basculement structurel du marché. » Car une des caractéristiques de ce secteur est sa très grande hétérogénéité, entre le collectif et le commercial, l'indépendant et le structuré, du fast-food au chef étoilé.

Ainsi en restauration collective, le bilan attendu pour 2008 est proche de zéro, et les années



La moitié du budget alimentaire des Français : c'est ce que pourrait représenter, dans 15 ans, le secteur de la consommation hors domicile.

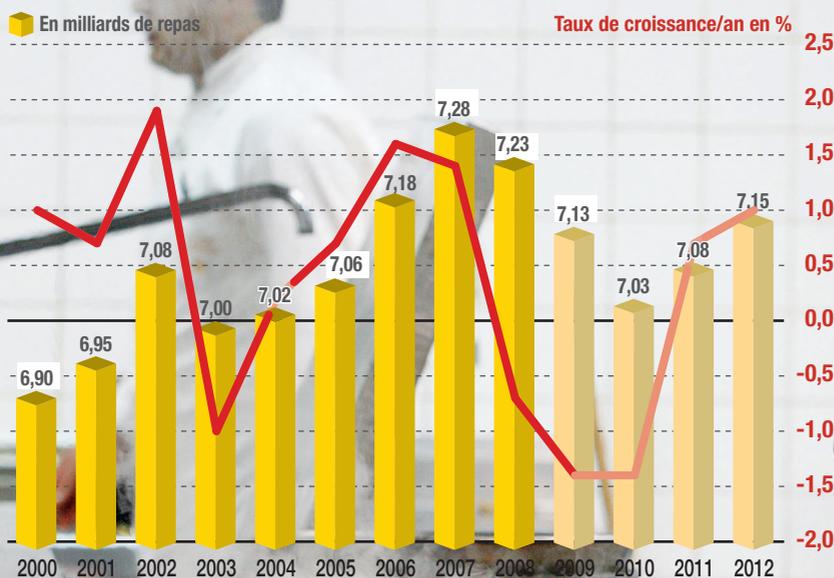
En effet, selon l'Insee, la part des dépenses affectées à la consommation à domicile en France devrait se réduire, passant de 15 % en 1960 à 8 % des dépenses globales à l'horizon 2020, tandis que les dépenses de consommation hors foyer augmenteraient, passant de 2 à 4 %. Le développement du travail féminin, l'effondrement du taux de retour à domicile le midi en semaine (0,8 % en 2008 à Paris contre 5 % en 2000, selon la société Gira Conseil) sont autant de modifications profondes des modes de vie qui font grandir le poids des prises alimentaires hors domicile. Ainsi en Europe, on estimait, en 1960, à 4 % le nombre de repas pris hors de la maison ; en 2000, il s'établiss-

CHIFFRES CLÉS

Repas hors domicile :

- France : 1 repas sur 7
- Espagne 1 repas sur 6
- Grande-Bretagne : 1 repas sur 3
- En France, il se vend : 1 hamburger pour 8 sandwiches et 16 pizzas
- 272 000 établissements hors domicile recensés en 2007 en France

Evolution du marché de la restauration 2000-2007 et perspectives



En 2007, la restauration hors domicile a généré 7 278 millions de prestations ; 49 % en restauration collective et 51 % en restauration commerciale. Les prestataires sont pour 38 % des groupes et pour 62 % des indépendants.

Source : Gira - Foodservice/Cniel.

suivantes pourraient connaître une légère baisse. « La restauration au travail a d'abord connu une évolution légèrement positive, liée au retour du salarié à son restaurant d'entreprise, plus économique. Néanmoins, cette évolution s'essouffle au dernier trimestre, en raison de la hausse du chômage qui entraîne mécaniquement une baisse du nombre de repas servis. Les années 2009 et 2010 devraient voir perdurer cette baisse mécanique », explique Rémi Vilaine.

FONCTIONNEL ET NOMADE

Mais c'est la restauration commerciale, notamment dans sa dimension festive, qui se montre la plus sensible au retournement de conjoncture, la sortie au restaurant étant l'un des premiers postes supprimés lors des arbitrages. Ainsi la restauration traditionnelle (service à table ou SAT) et les self-services souffrent, tandis que la restauration rapide poursuit son développement et devrait afficher une croissance de 5 à 6 % pour 2008. « Le marché de restauration du midi, plutôt fonctionnelle, connaît une tonicité importante, alors que la restauration du soir, de loisir, est affectée par la crise. » Selon le panel Crest NPD Group, en 2008, plus de 7 visites sur 10 en restauration commerciale s'effectuent en restauration rapide. Et les experts prévoient la poursuite de cette tendance en 2009.

La montée en puissance de la restauration fonc-

tionnelle, que l'on pourrait définir comme manger substantiellement, rapidement et pour pas cher, est une dynamique de fond du marché du hors foyer. Les Français consacrent de moins en moins de temps aux repas (1 h 30 en 1975, 30 minutes en 2008), ils étalent ou fractionnent leurs prises alimentaires, et contrôlent leur budget. Malgré tout, ils restent adeptes de l'alimentation plaisir.

STRUCTURATION EN COURS

Autre point clé, le secteur se structure rapidement. En 2007, 38 % des repas servis l'étaient par des groupes de restauration et 45 % à l'horizon 2020. Une activité qui se concentre et expérimente de nouveaux concepts, à charge pour les fournisseurs d'offrir gamme de produits et prix en adéquation ! Mais il reste 62 % d'indépendants, ce qui sur un total de plus de 250 000 établissements, laisse un nombre conséquent d'entreprises.

Entrer sur le marché du hors foyer nécessite donc de bien comprendre cet univers, ses dynamiques et ses contraintes. Le potentiel de ce secteur est important. En 2006, on estimait qu'il avait acheté pour 16,55 milliards d'euros HT de produits alimentaires, dont 55 % de produits frais. Au sein de ceux-ci, les produits laitiers pesaient 17,8 %. A l'heure où les voies de développement sont rares, la restauration hors foyer n'est pas à négliger.

BRUNO RONEY - LAURENCE MOUQUET

**ENTRE
LE COLLECTIF ET
LE COMMERCIAL,
L'INDÉPENDANT
ET LE STRUCTURÉ,
LE FAST FOOD ET
LE CHEF ÉTOILÉ,
LE SECTEUR
DE LA RHD
EST TRÈS
HÉTÉROGÈNE.**