

Vite!

RAISON
Qu'y a-t-il dans l'assiette des Parisiens ?



La livraison de repas à l'heure du déjeuner est adoptée par de plus en plus de Franciliens. 70 %* des Parisiens commandent et mangent à l'extérieur. Ils paient en carte bancaire à 55% et sont 45% à opter pour le titre-restaurant. Il ressort aussi que les Franciliens sont gourmands car 70% des commandes réalisées comprennent un dessert, le plus souvent à base de chocolat.

Étude PopChef

CAFÉ
Le guide des experts Travelex



D'après Le guide des experts Travelex, près de 7 Français sur 10 déclarent boire du café quotidiennement et ils sont 10% à en consommer plus de 6 tasses par jour. S'il y a des accros, le café est aussi un moment de détente pour 66% des Français. Côté connaissance, 43% des buveurs de café font attention à sa provenance et il existe un lien émotionnel très fort à l'égard des marques de café, qu'ils assimilent à un gage de qualité pour 38% d'entre eux.

CONSUMMATION
Un marché du hors domicile en mutation

Les habitudes de consommation sont en constante évolution, particulièrement sur le hors domicile. Un dynamisme notamment marqué sur le Grand Paris avec la concentration du plus grand nombre de points de vente en France (environ 30 000 points de vente indépendants CHR et VAE*), une forte densité de la population (20% de la population française), mais aussi une activité touristique forte. Le Grand Paris connaît également une évolution importante du nombre de visites au moment du déjeuner avec une croissance de 4,6%** à Paris (versus -3,9% en moyenne en France).

*Datling octobre 2016
**Crest bilan mi-année juin 2016

ÉTUDE

De nouveaux modèles de croissance en rapide

Dans sa Monographie chaînes de restauration et SRC 2016, Food Service Vision souligne l'apparition de nouveaux modèles de croissance. Il ressort que les chaînes de boulangerie figurent au top 3 des meilleures croissances des 40 chaînes interrogées. « La montée en puissance des chaînes de boulangerie s'est confortée en 2015, prenant des parts de marché sur la consommation de snacking », observe Florence Berger, consultante chez Food Service Vision.

Ainsi, Ange voit-il son chiffre d'affaires augmenter de près de 45% et Marie Blachère affiche une croissance de 15% avec 40 points de vente supplémentaires. Selon

l'étude Parole de snackeurs* les chaînes de boulangerie comme Marie Blachère et La Mie Câline proposeraient les repas snacking les plus accessibles, après McDonald's.

Entrée de l'offre locale

Les frontières se brouillent entre restauration rapide et service à table : la restauration assise multiplie les services rapides et la rapide déploie le service à table. De nouveaux services se développent comme la livraison, bien que les grandes chaînes de restauration ne soient pas très présentes sur le créneau (Quick la teste dans 3 villes de France). L'offre locale entre dans les chaînes avec la mise en avant de produits de



région, comme Brioche Dorée et ses recettes des régions (sandwichs Folie basque, Doux parfum de Provence...). Le digital est désormais partout et la totalité des chaînes interrogées sont sur Facebook. Dématérialisation des cartes de fidélité et applications mobiles sont en cours ou lancées chez cer-

taines enseignes. « Si la communication et la fidélisation ont pris le virage du digital, la vente en ligne, comme le click & collect de Class'crouste, reste encore peu répandue », analyse Véronique Alberola, chargée d'études senior chez Food Service Vision. ●

*réalisée par Food Service Vision en 2016.

CONCOURS

80 concepts en lice pour la SSS Academy

Ce sont 80 nouveaux concepts notables qui ont été dénombrés en 2016 par les équipes du salon Sandwich & Snack Show (SSS), qui se tiendra les 15 et 16 mars. Ceux-ci font partie de la liste de départ pour la Sandwich & Snack Show Academy. Ce rendez-vous incontournable du Sandwich & Snack Show vient récompenser les meilleurs concepts snacking de l'année, duplicables en propre ou en franchise. « Ma première sélection est arbitraire, je fonctionne au coup

de cœur », explique Sylvie Gaudy, la nouvelle directrice du Sandwich & Snack Show. Reste à les tester et à faire une sélection plus précise en se fondant à la fois sur l'originalité et l'innovation du concept, mais aussi et surtout sur sa pertinence en tant que modèle économique et son potentiel de développement. Une vingtaine de concepts s'affronteront pour la finale, et l'annonce des lauréats aura lieu le 15 mars à 16 h 30. ●



MARCHÉ

La CAHD en recul

84,9 Md€. C'est ce que pèse le marché de la Consommation alimentaire hors domicile (CAHD) en 2015, soit un recul de 0,15% par rapport à 2014. Les données restent néanmoins relativement stables. Tous les segments du marché de la CAHD ne subissent pas la même évolution. La restauration commerciale accuse un recul plus net de 0,79%. Les circuits alimentaires alternatifs, eux, bénéficient d'une croissance de près de 3%. Les chaînes sont en recul mais les petits réseaux émergents commencent à grignoter des parts de marché. « Les volumes de la restauration, achetée hors domicile et consommée hors ou intra-domicile, ont fortement progressé en 2015. Cependant, les circuits traditionnels et les acteurs historiques n'ont plus été les seuls à en profiter et à se partager ce marché de près de 85 Md€. Les premières données concernant les performances de l'année 2016 sont très surprenantes. Nous publierons ces don-



nées en mai, comme chaque année et il se pourrait bien que nous soyons sur un renversement de tendance », déclare Bernard Boutboul, DG de Gira Conseil.

Panorama de 2015 d'un point de vue économique

Dans le cahier Chiffres Clés Gira Conseil dresse un panorama de l'année 2015 d'un point de vue économique, permet d'avoir une analyse claire des chiffres du marché, chiffres d'affaires, tickets moyens, fréquentation... ainsi que des thématiques spécifiques comme le marché de l'ubiquité de la restauration. ●

Cf. Tokster.com