

La mutation du comportement alimentaire des français

**Sirest Ideas du 30 mars au 2 avril 2008
Paris Porte de Versailles - Hall 7.2**

Du 30 mars au 2 avril, la septième édition de Sirest Ideas invite à découvrir les nouvelles orientations et tendances de la restauration hors foyer. Nutrition, santé et plaisir sont au centre de ce salon, qui fait la part belle aux débats, aux démonstrations et aux concours. A la demande du Sirest Ideas et du Sirha, le Cabinet Gira Sic a réalisé une étude qualitative permettant d'étudier le comportement alimentaire des français.

Pour commencer...

La restauration hors domicile est dans une phase de mutation historique depuis environ cinq ans. Cette mutation repose sur plusieurs facteurs tels que la modification des rythmes de vie, le temps de prise alimentaire décroissant, la recherche permanente d'un équilibre alimentaire, la féminisation des comportements de consommation.

Deux éléments vont faire exploser le marché dans les années à venir :

- la prise de repas hors-domicile pour le déjeuner, en hausse constante
- la chute de la transmission du savoir-faire culinaire, interrompue au milieu des années 80.

Cette très forte croissance du marché annoncée ne laisse pas indifférent les industriels de l'agroalimentaire et la grande distribution qui souhaitent jouer un rôle dans cette bataille qui s'annonce très rude.

En 2006, 79 % des repas pris hors-domicile étaient payés moins de 15 € TTC, boisson comprise. Un record dans un pays ancré dans ses traditions culinaires.

Les principaux enseignements de l'étude...

- Les Français consomment 1 repas sur 7 à l'extérieur contre 1 sur 6 pour les Espagnols, 1 sur 3 pour les Britanniques et 1 sur 2 pour les Américains
- La France est l'un des rares pays en Europe à résister à la « street food » pour préserver le côté confortable de son repas
- Les prix pratiqués (58%) par les restaurateurs constituent le frein majeur de consommation plus soutenu au restaurant
- 1/3 des Français actifs déjeunent désormais hors de leur domicile...
- ...et 88% éprouvent le besoin d'être assis
- Les Français ont un comportement alimentaire inversé par rapport aux anglo-saxons, tout en n'étant pas véritablement des latins
- 63% considèrent prendre leur petit déjeuner en ne buvant qu'une boisson chaude
- Le petit déjeuner est la plupart du temps « avalé » trop vite (63%) et souvent seul (78%)
- La consommation alimentaire hors repas s'envole avec près de 25% de la population qui « grignote quelque chose » dans la matinée ou l'après-midi
- La pause déjeuner oscille entre 30 minutes et 1h confirmant les 38 mn annoncées en 2006. *Contre seulement 19 minutes aux Etats-Unis.*
- Dans l'ordre la restauration traditionnelle, la restauration ethnique et les pizzerias sont les plus fréquentées

- Les cuisines les plus recherchées dans la restauration thématique sont les cuisines asiatique, italienne et maghrébine
- Le temps du repas du soir...73% entre 1h30 et 2h00. Soit 30 mn de moins qu'en 1990

En conclusion, l'étude propose quatre pistes de réflexion :

- Les consommateurs sont confiants, mais sélectifs. Ils ne veulent plus manger pour manger, ils veulent trouver ou retrouver un sens à leur consommation. Ils souhaitent une restauration sécurisée et conviviale plutôt qu'une restauration qui éduque et qui soigne.
- "Ce qui est plus cher est meilleur" n'est peut être pas vrai mais possible à justifier auprès des clients. "Ce qui est moins cher est moins bon" peut être faux, mais difficile à modifier dans l'esprit du consommateur.
- Le budget alimentaire des ménages est un budget de manœuvre. C'est le premier budget touché lorsque les consommateurs doivent réaliser des arbitrages de dépenses.
- Les Français zappent en permanence entre une alimentation "santé positive" et une alimentation "se faire plaisir" selon le temps et les revenus disponibles.

Le marché de la restauration en France

De 1975 à 2000, la croissance du secteur de la restauration hors foyer oscillait entre +10 et +12 % en valeur et volume.

Entre la fin des années 90 et aujourd'hui, les facteurs suivants ont eu des incidences sur les comportements de consommation des Français dans la restauration, mais aussi sur les réactions des restaurateurs : les crises alimentaires successives, le passage à l'euro, l'augmentation incessante des charges sociales répercutée sur les prix de vente, la pénurie de personnel, l'arrivée des 35 heures, l'envolée des prix des matières premières.

Depuis 2000 la croissance du secteur s'est modifiée dans sa globalité avec de très fortes distorsions par segments de marché

	Chiffre d'affaires total C.A.H.D. (en Mrds €)	Croissance globale du secteur (en %)	Croissance chaînes de restauration (en %)	Volume de repas (en Mrds)	Croissance (en %)	Dépenses moyennes (en €)
2002	65,713	0,95	6,49	9,136	-3,3	7,19
2003	65,708	-0,01	2,26	8,972	-1,82	7,32
2004	69,184	5,29	4,13	9,073	1,12	7,62
2005	72,932	5,41	6,02	9,004	-0,76	8,09
2006	74,53	2,19	6,38	9,238	2,59	8,06

Réalisée auprès d'un échantillon de 635 personnes représentatives de la population française âgée de 15 ans et plus, elle permet d'étudier leur comportement aussi bien le midi que le soir mais également la semaine et le week-end. La méthode de l'entretien semi-directif a été utilisée. Les entretiens d'environ 20 à 30 mn se déroulaient au téléphone. Ils ont été réalisés entre le 15 mai et le 13 septembre 2007.

L'étude complète réalisée par le cabinet Gira-Sic Conseil est disponible sur demande auprès d'AB3C.

Service de presse Paris AB3C Anne Daudin Nicolas Saint-Léger 00 33 (0)1 53 30 74 00 anne@ab3c.com	Service de presse SepelCom Florent Suplisson 00 33 (0)4 78 17 62 93 - fsup@sepelcom.com Dominique Escoffier 00 33 (04) 78 17 62 94 - descoffier@sepelcom.com
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------