



Excellence in Global Foodservice Information

GēCo – Les industriels au service de la restauration



Laurence VIGNÉ – 01 58 04 25 47

Nicolas NOUCHI – 01 73 73 42 01

Géraldine AMSELLEM – 04 26 72 90 26

Pauline GUILBON – 04 26 72 90 05



Excellence in Foodservice Information

DATA • TECHNOLOGY • INSIGHT • SERVICES

A blue-toned world map with several glowing nodes and connecting lines, suggesting a global network or data flow.

Excellence in Global Foodservice Information

Étude des achats de la Restauration Rapide : Produits alimentaires et équipements

GēCo – Les industriels au service de la restauration



Excellence in Foodservice Information

DATA • TECHNOLOGY • INSIGHT • SERVICES

Sommaire

I. Profil des répondants	P.5
II. Caractéristiques des établissements interrogés	P.12
III. L'orientation générale de l'offre de restauration	P.25
IV. Les achats alimentaires	P.30
V. Les motivations et les facteurs d'influence sur les achats alimentaires ...	P.37
VI. La perception et les attitudes des restaurateurs à l'égard du « fait maison », des surgelés et des appertisés	P.42
VII. Les équipements	P.46



RESULTATS DETAILLES DE L'ETUDE QUANTITATIVE

→Echantillon RR

Dans la suite de l'analyse...

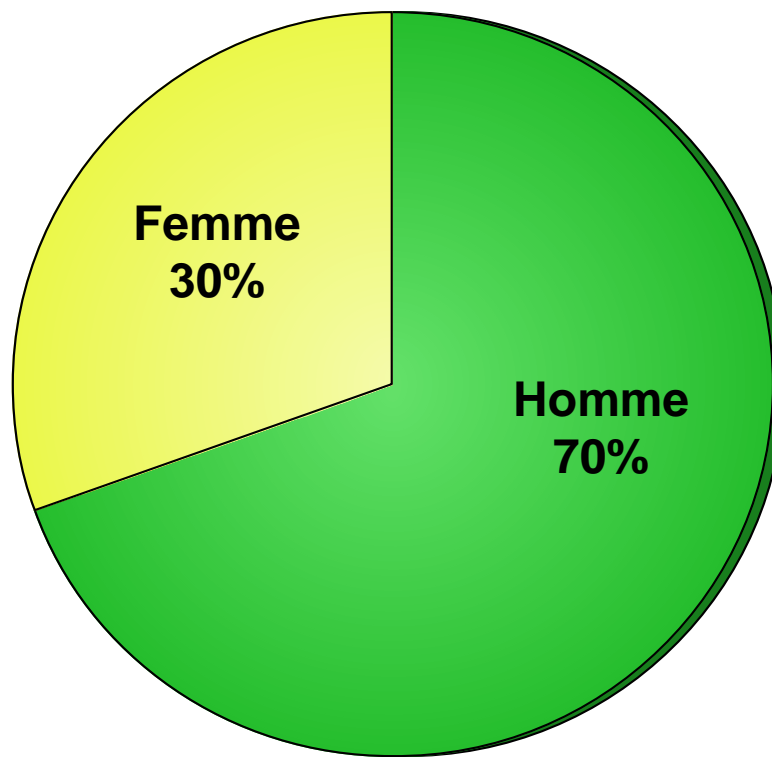
- Les résultats encadrés en **bleu** mettent en avant des **résultats significativement supérieurs** à ceux obtenus sur la cible RAT.
- Les résultats encadrés en **rouge** mettent en avant des **résultats significativement inférieurs** à ceux obtenus sur la cible RAT.



I. Profil des répondants



Sexe de la personne interrogée

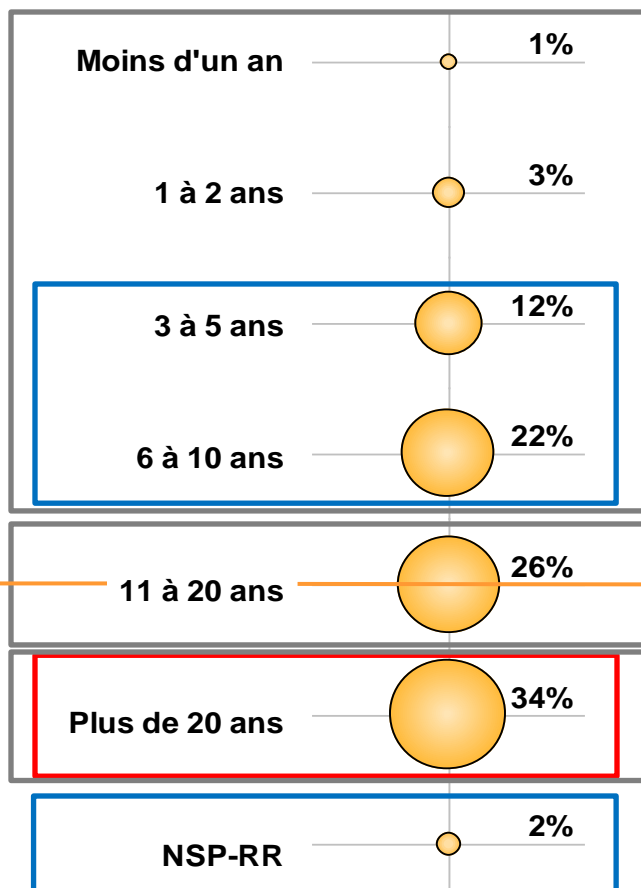


➤ Plus des deux tiers des répondants interrogés sont des hommes (70%).



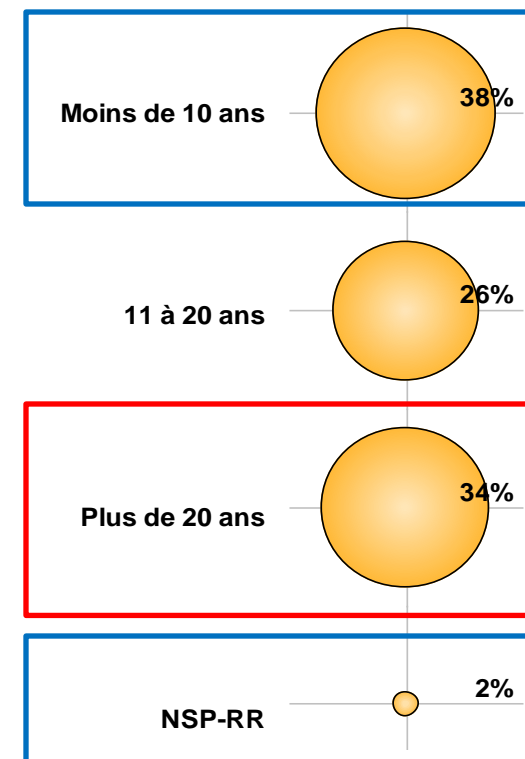
Nombre d'années d'expérience en restauration

Parlons un peu de vous-même, en tant que patron. Combien d'année d'expérience avez-vous aujourd'hui en restauration ?



- 38% des exploitants interrogés ont moins de 10 ans d'expérience dans le métier.
- Ils sont significativement moins nombreux que ceux de la RAT à avoir plus de 20 ans d'expérience.

En moyenne :
15 ans
d'expérience
dans le métier

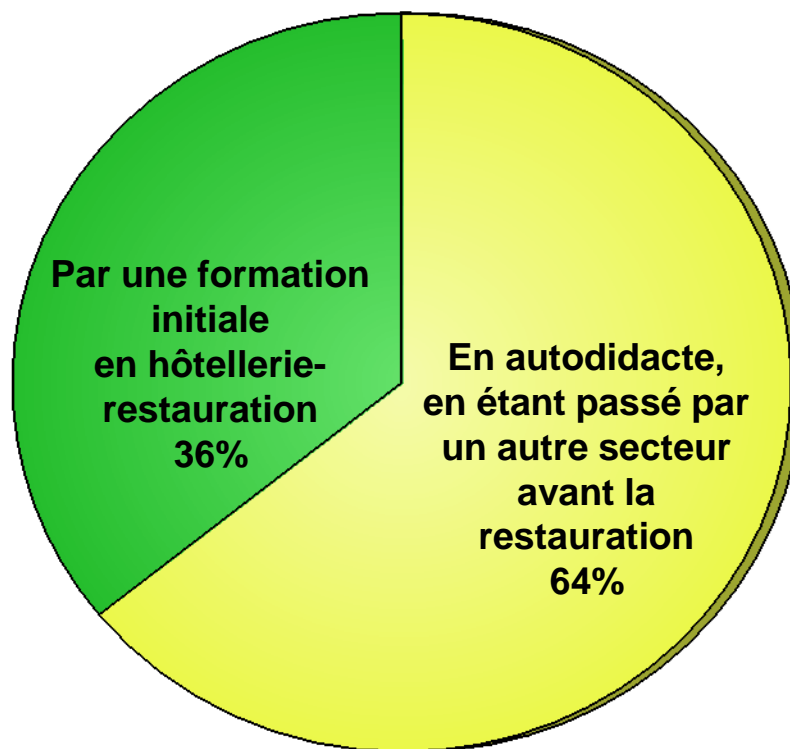


	Effectifs	%
Moins de 10 ans	38	38%
11 à 20 ans	26	26%
Plus de 20 ans	34	34%
NSP-RR	2	2%
Total	100	100%



Parcours professionnel

Comment êtes-vous arrivé à ce métier aujourd'hui ?

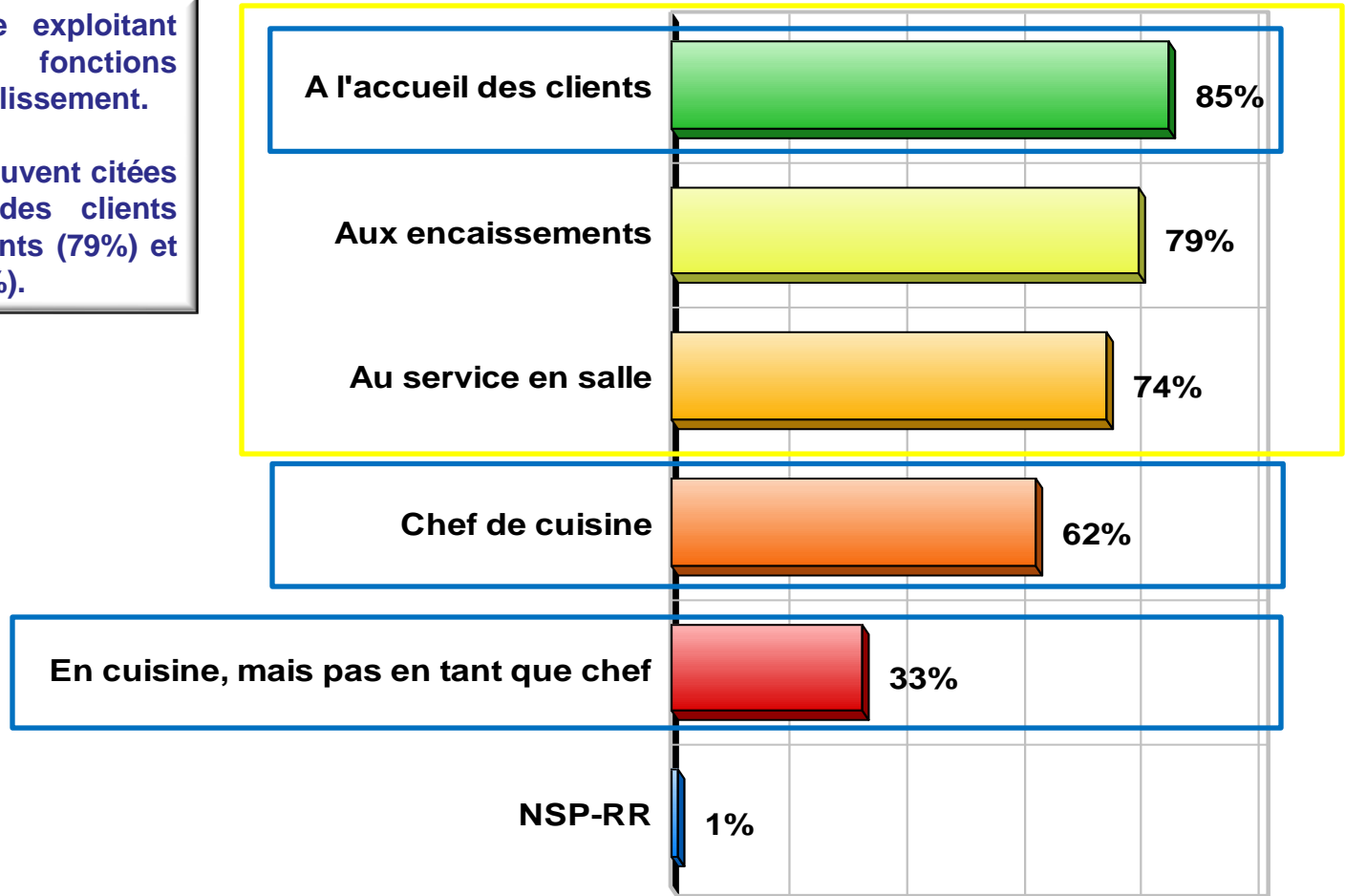


➤ Sur l'univers de la restauration rapide, près des deux-tiers des restaurateurs interrogés sont des autodidactes. Le métier de restaurateur n'est pas leur métier d'origine, ils sont passés par un autre secteur avec la restauration (64%).

Rôle du patron

Avez-vous un rôle direct dans l'établissement en tant que...

- En moyenne, chaque exploitant interrogé remplit 3 fonctions directes dans son établissement.
- Parmi celles le plus souvent citées figurent : l'accueil des clients (85%), les encaissements (79%) et le service en salle (74%).



Typologie des répondants

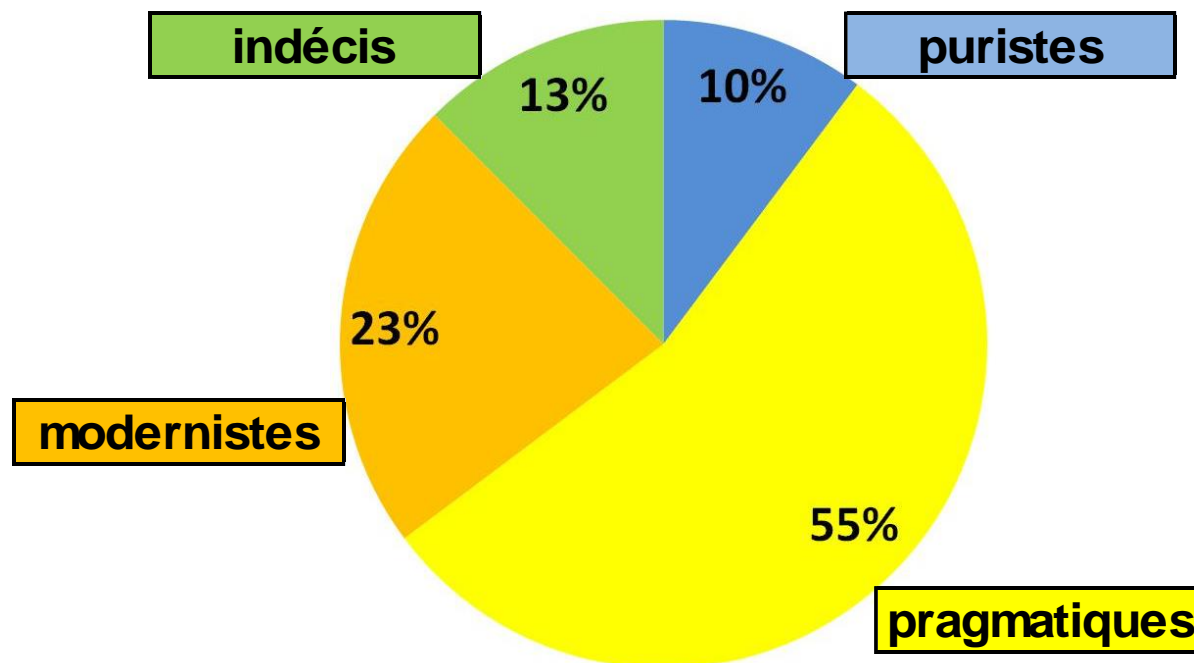
L'analyse typologique a été conçue à partir d'une phase exploratoire qualitative de l'étude dédiée à la restauration à table, et n'a donc pas vocation à décrire une segmentation par profils des restaurants rapides.

Néanmoins, sur le modèle de la restauration à table, nous pouvons observer la répartition suivante au sein de la restauration rapide :

puristes	9	9%
pragmatiques	48	48%
modernistes	20	20%
indécis	11	11%
type inconnu	13	13%
Ensemble de la RR	100	100%



puristes	10%
pragmatiques	55%
modernistes	23%
indécis	13%



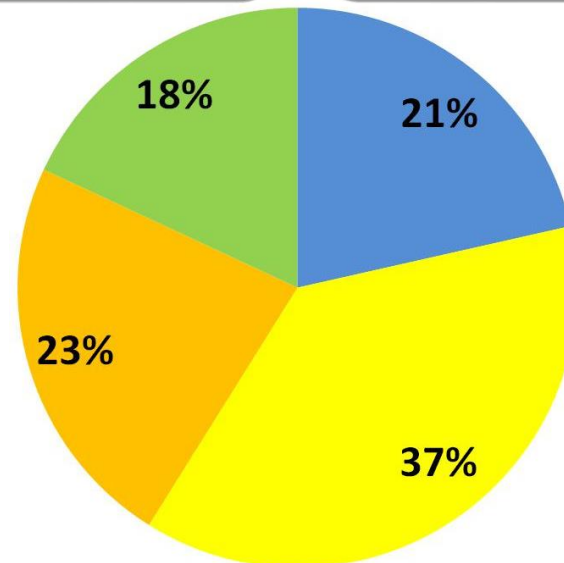
Typologie des répondants

Restaurateurs pour lesquels l'accueil du client est prioritaire sur la cuisine elle-même, cherchant à travers une offre multiple et une image, à satisfaire et fidéliser une clientèle moyennement aisée

indécis

Restaurateurs formés dans la filière professionnelle et résolument tournés vers le « fait maison », visant une clientèle plus sélective avec une offre haut de gamme et à tendance gastronomique

puristes



modernistes

Restaurateurs privilégiant la simplicité de la préparation, afin de pouvoir proposer une restauration thématique ou une offre limitée à un grand nombre de clients avec des prix très compétitifs

pragmatiques

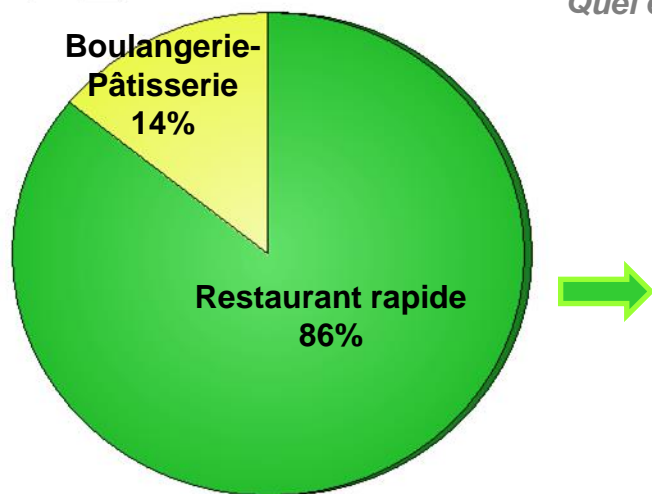
Restaurateurs cherchant avant tout à s'adapter au pouvoir d'achat et à répondre aux attentes d'une clientèle variable avec l'offre la plus large possible, en mettant en avant la fraîcheur et la qualité des produits

II. Caractéristiques des établissements interrogés

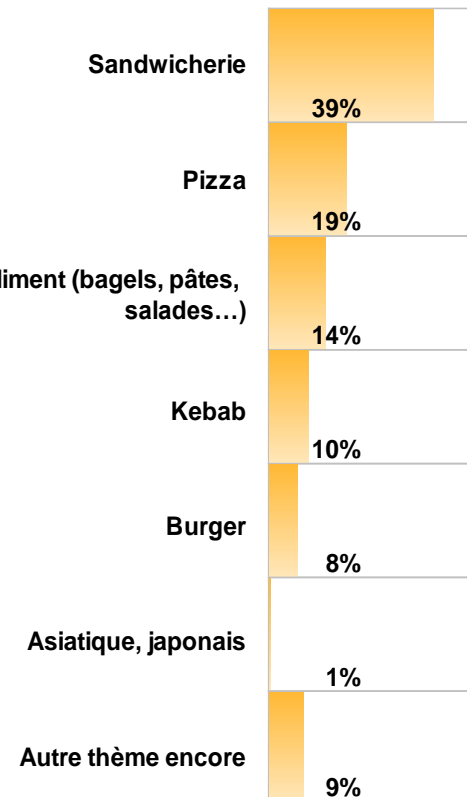


Thème de restauration

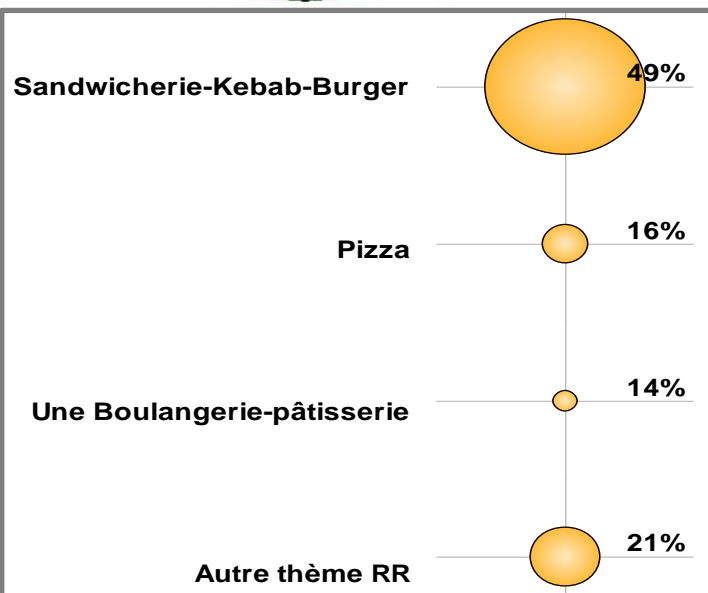
Quel est votre thème de restauration, vous diriez...



Un thème autour d'un aliment (bagels, pâtes, salades...)



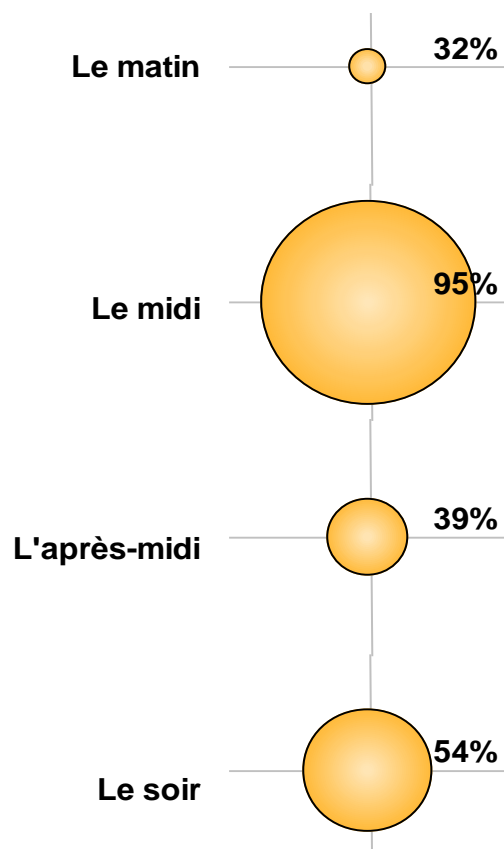
	Effectifs	%
Sandwicherie-Kebab-Burger	49	49%
Pizza	16	16%
Une Boulangerie-pâtisserie	14	14%
Autre thème RR	21	21%
Total	100	100%



	Effectifs	%
Un restaurant rapide avec vente à emporter	86	86%
Une Boulangerie-pâtisserie	14	14%
Total	100	100%

Périodes de service

Quelles sont vos périodes de service ?



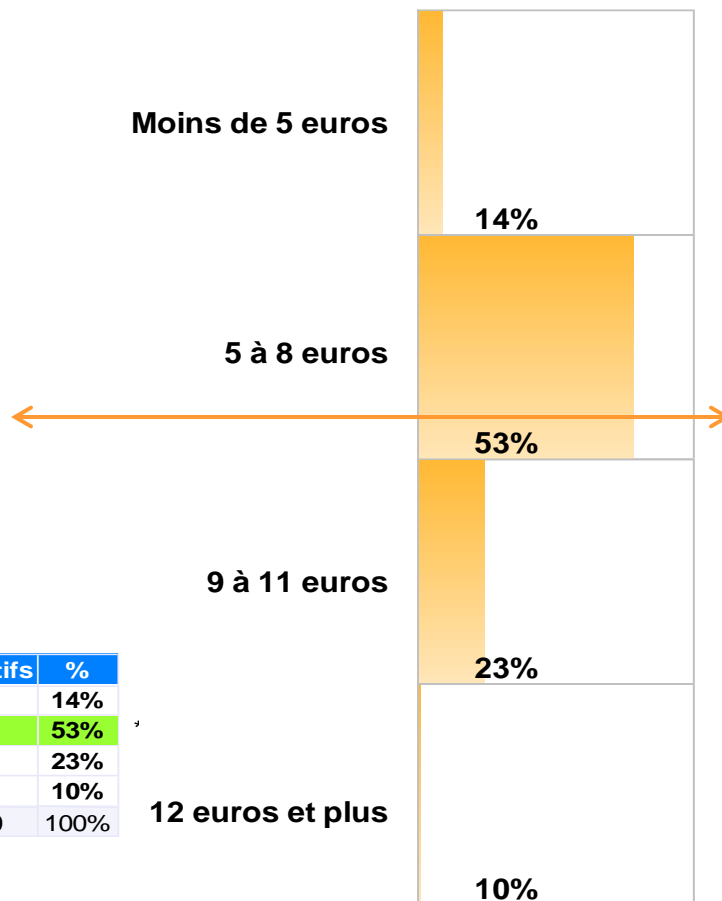
- La quasi-totalité des exploitants effectue un service le midi (95%).
- 54% effectuent un service le soir.
- Plus d'un-tiers proposent un service le matin et/ou l'après midi (respectivement 32% et 39%).



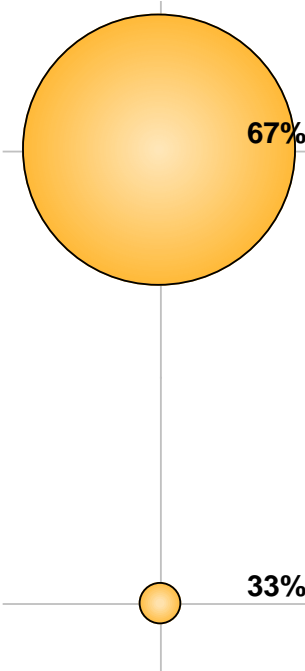
TMR hors boissons

Quel est votre TMR (ticket moyen repas), hors boissons (en moyenne)... ?

En moyenne :
7,70 euros



Moins de 9 euros



9 euros et plus

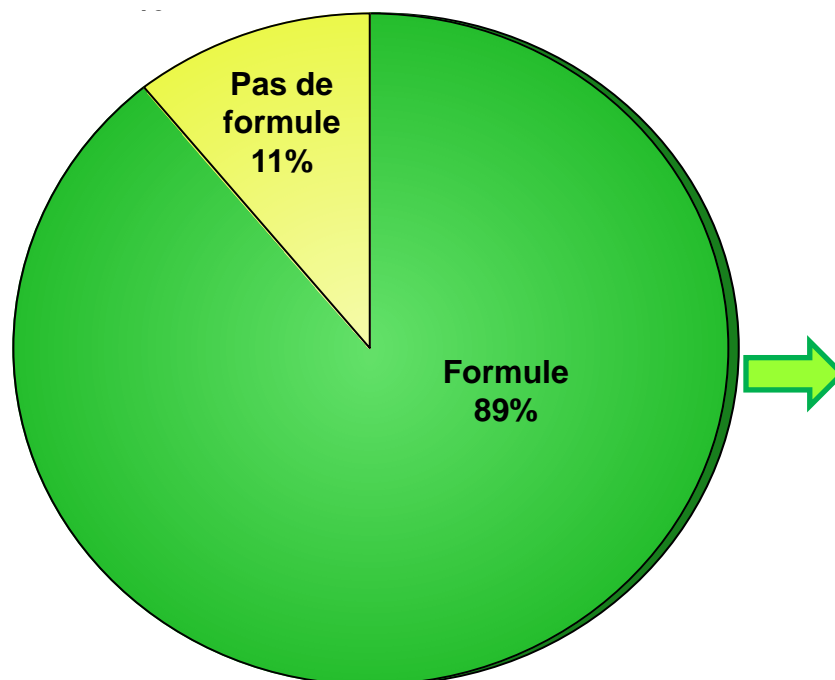
	Effectifs	%
Moins de 5 euros	14	14%
5 à 8 euros	53	53%
9 à 11 euros	23	23%
12 euros et plus	10	10%
Total	100	100%

	Effectifs	%
Moins de 9 euros	67	67%
9 euros et plus	33	33%
Total	100	100%



Prix de la formule menu

Quel est le prix de votre formule menu la plus vendue ?



- Sur la cible de la restauration rapide, près de 9 restaurateurs sur 10 proposent des formules menus (89%).
- Le prix moyen d'une formule menu est de 8,10€.

En moyenne :
8,10 euros

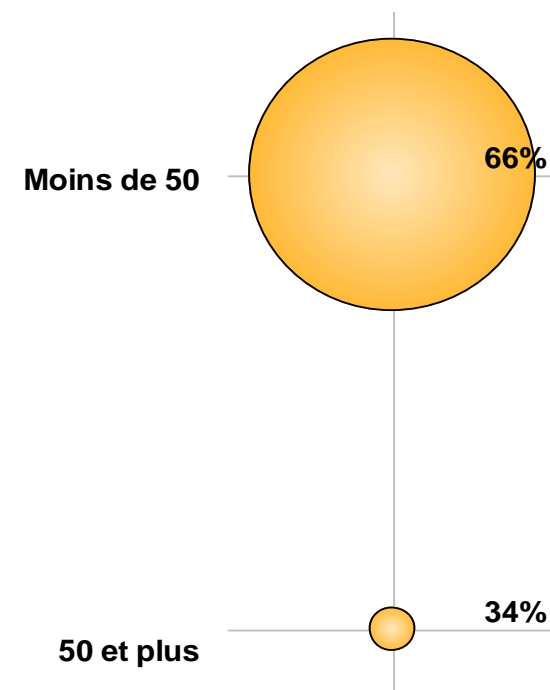
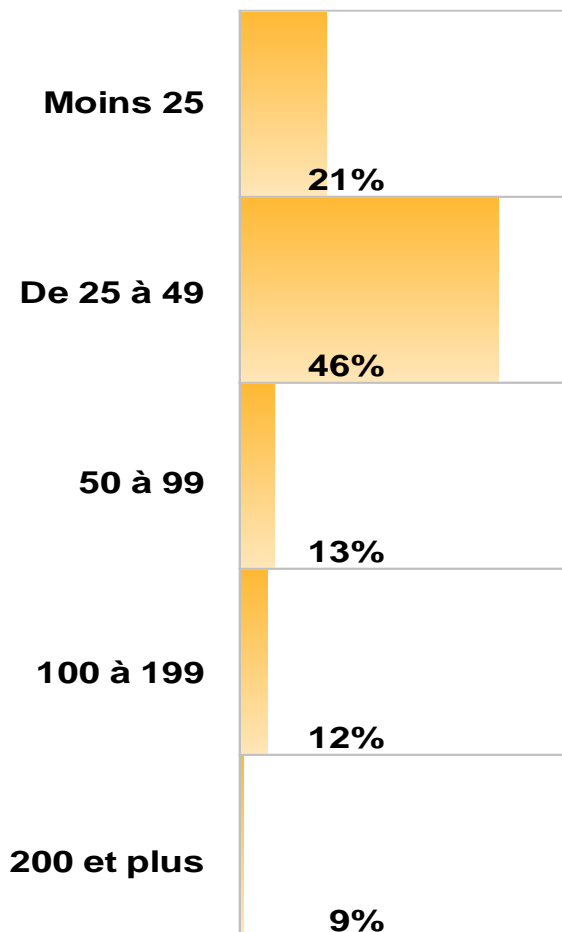
	Effectifs	%
Formule	89	89%
Pas de formule	11	11%
Total	100	100%



Nombre de couverts

Combien de couverts servez-vous (en moyenne)... ?

En moyenne :
67 couverts

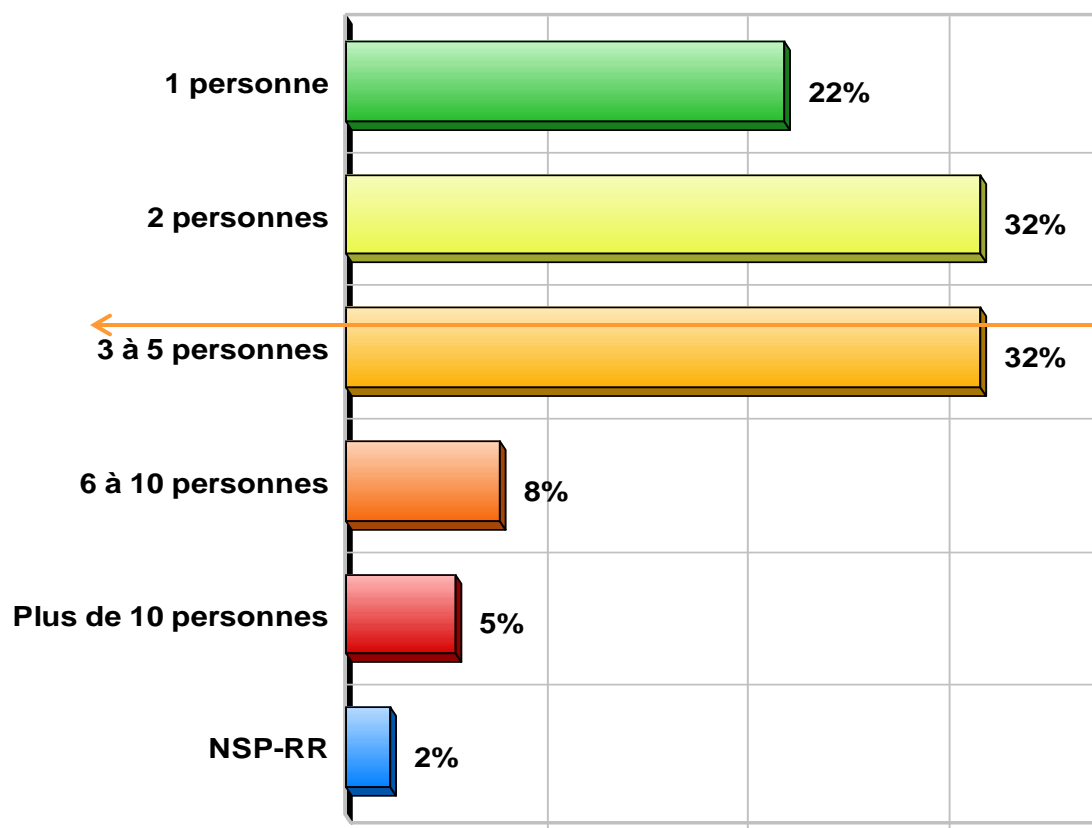


	Effectifs	%
Moins de 50	66	66%
50 et plus	34	34%
Total	100	100%



Effectifs

En vous comptant vous-même, combien de personnes au total travaillent dans votre établissement (en moyenne sur l'année si vous avez des saisons) ?



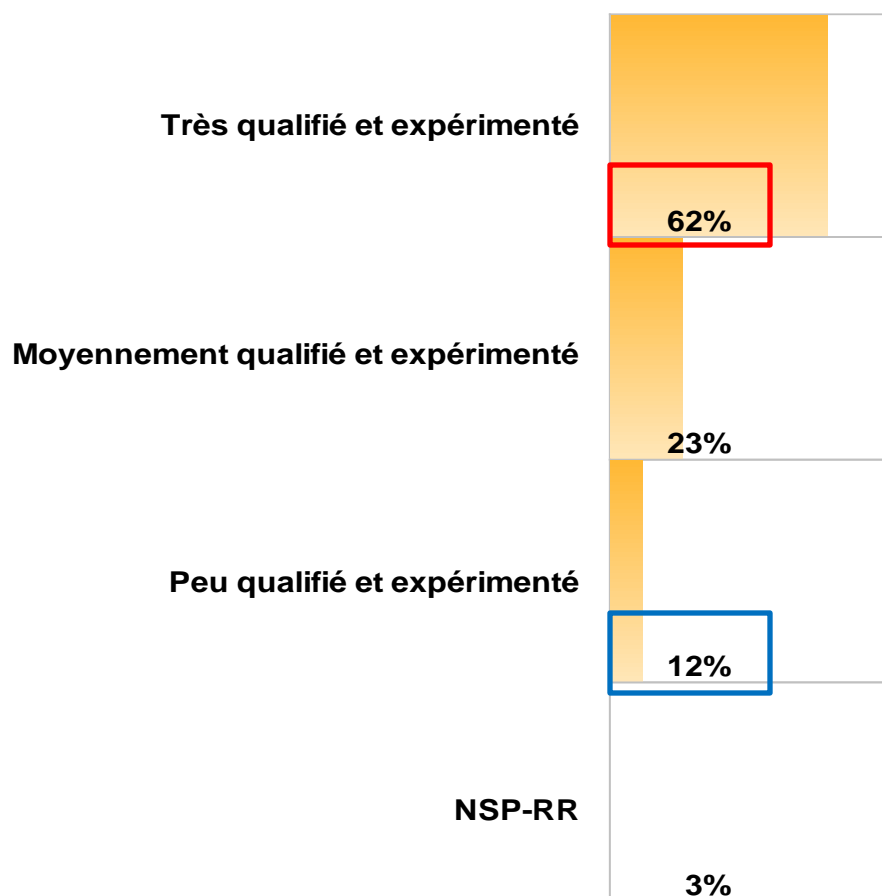
➤ La majorité des établissements interrogés comptent entre 2 et 5 personnes dans leur établissement (64%).

En moyenne :
3,4 personnes /
établissement



Qualification du personnel en cuisine

Diriez-vous de votre personnel en cuisine qu'il est... ?

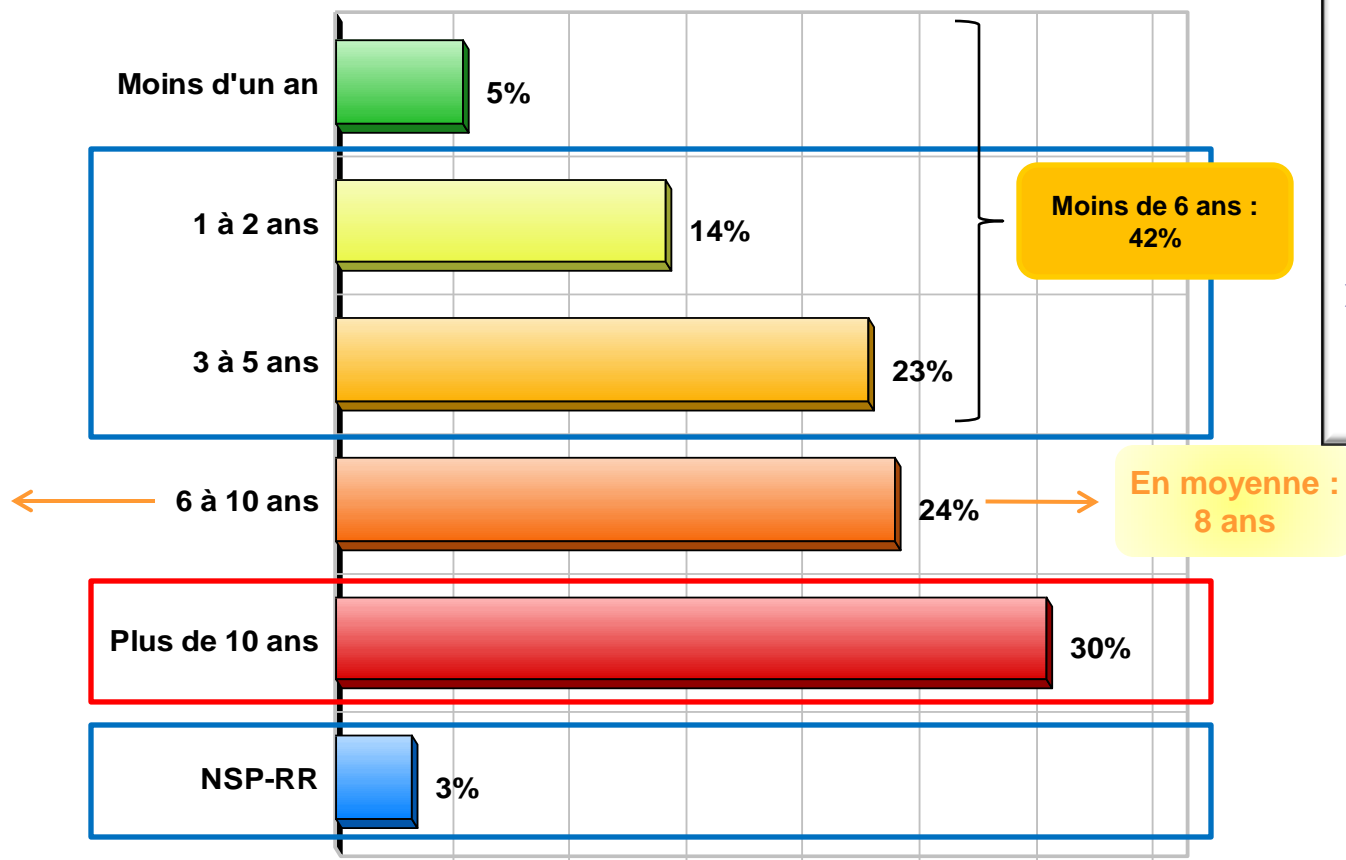


- 62% des interviewés déclarent que leur personnel en cuisine est très qualifié et expérimenté.
- Les exploitants de restaurants rapides sont en comparaison à ceux de la RAT moins nombreux à répondre cet item.
- Ils sont en revanche plus nombreux à penser que leur personnel en cuisine est peu qualifié et expérimenté.



Date d'ouverture de l'établissement

De quand date l'ouverture de votre établissement ?



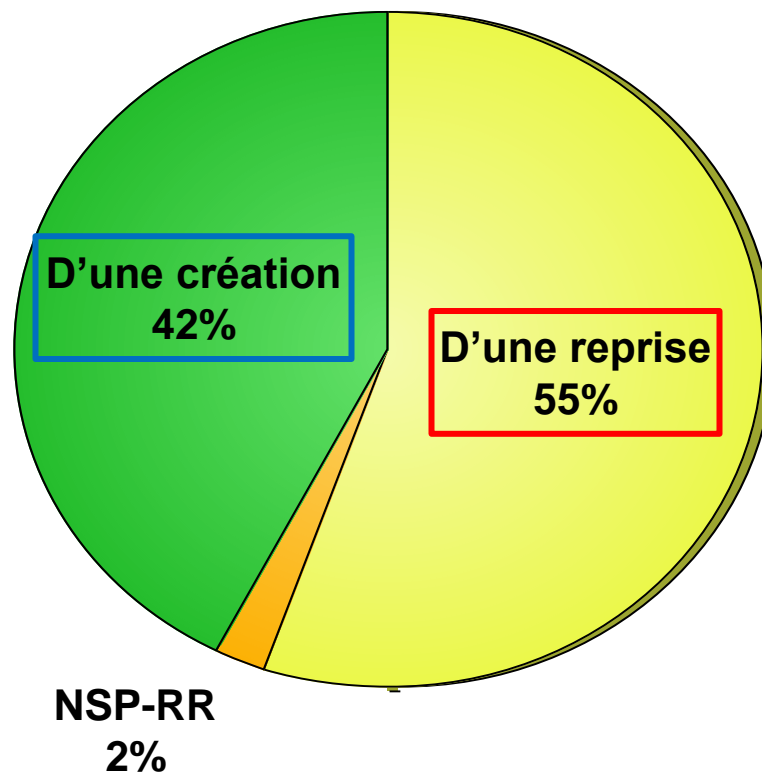
➤ Les exploitants des restaurants rapides sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à avoir ouvert leur établissement il y a moins de 6 ans.

➤ Ils sont en revanche moins nombreux à déclarer avoir ouvert leur établissement il y a plus de 10 ans.



Création ou reprise

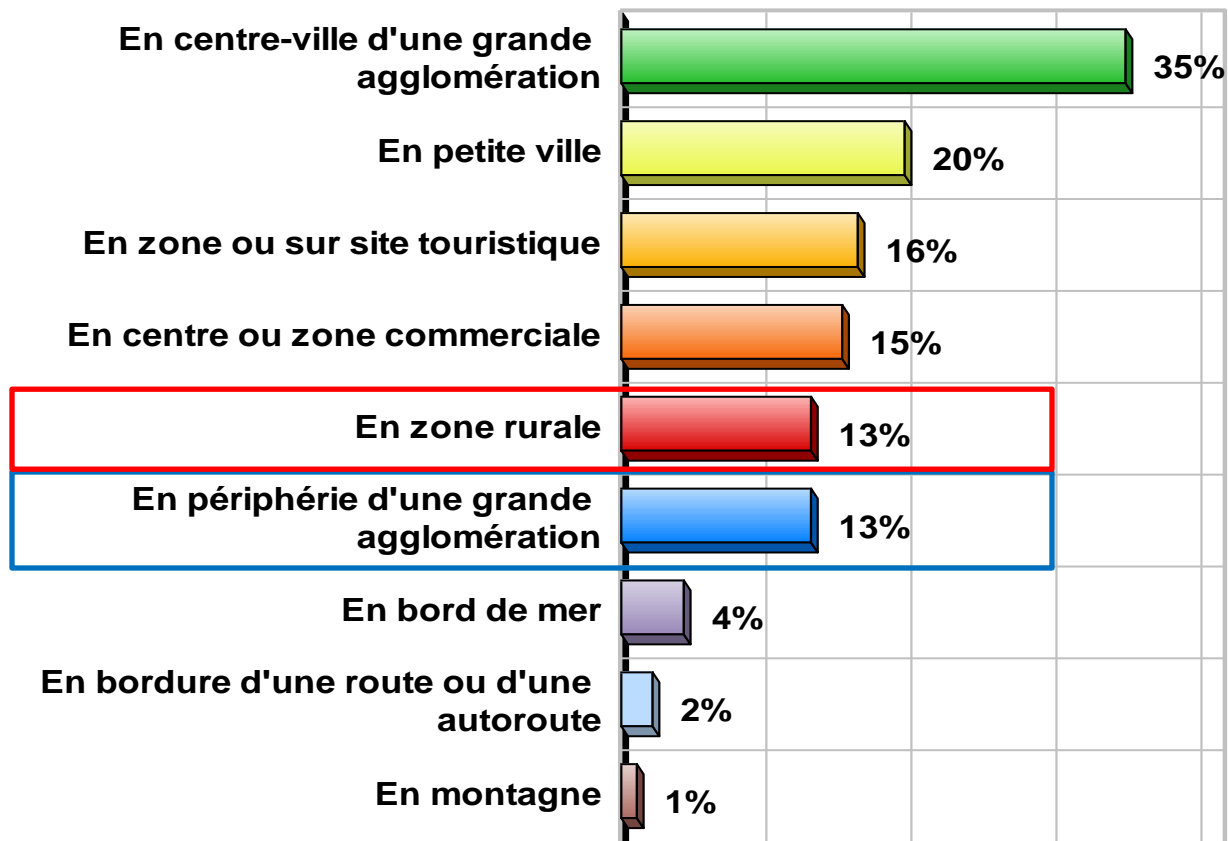
S'agit-il d'une création ou d'une reprise ?



- Plus de la moitié des exploitants déclarent qu'il s'agit d'une reprise d'établissement (55%).
- Cependant, ils sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à avoir créé leur activité.

Type d'emplacement

Quel type d'emplacement avez-vous ?



- Plus d'un-tiers des exploitants interrogés sont situés en centre-ville d'une grande agglomération (35%).
- Les exploitants de restaurants rapides sont significativement moins nombreux que ceux de la RAT à avoir leur établissement situé en zone rurale (13%).
- Ils sont en revanche plus nombreux qu'en RAT à être situés en périphérie d'une grande agglomération (13%).



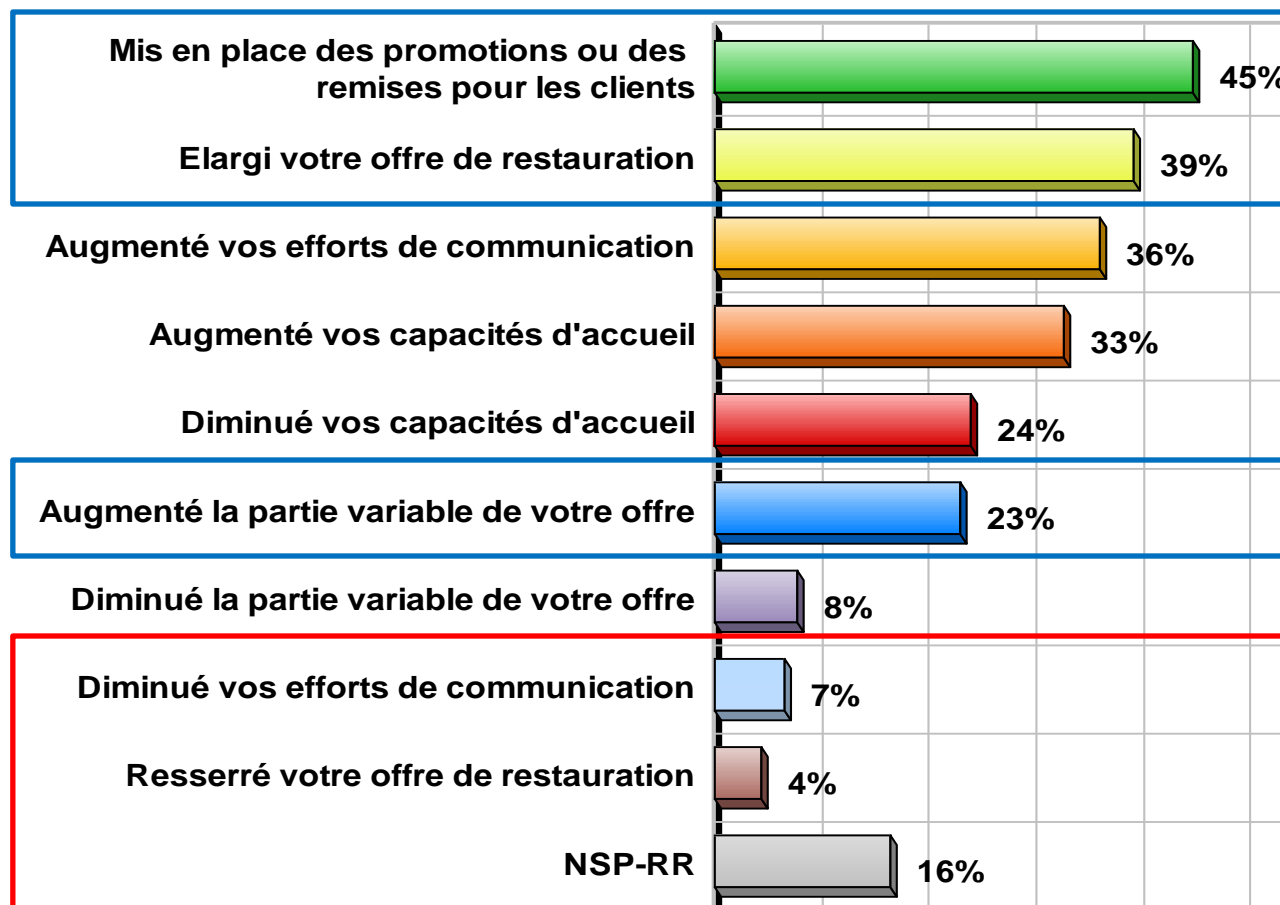
Evolutions sur les 5 dernières années

Au cours des 5 dernières années (si moins de 5 ans : depuis que vous avez ouvert cet établissement), avez-vous... ?

➤ 45% des exploitants interrogés ont, sur les 5 dernières années, mis en place des promotions ou des remises pour les clients.

➤ 39% ont élargi leur offre de restauration.

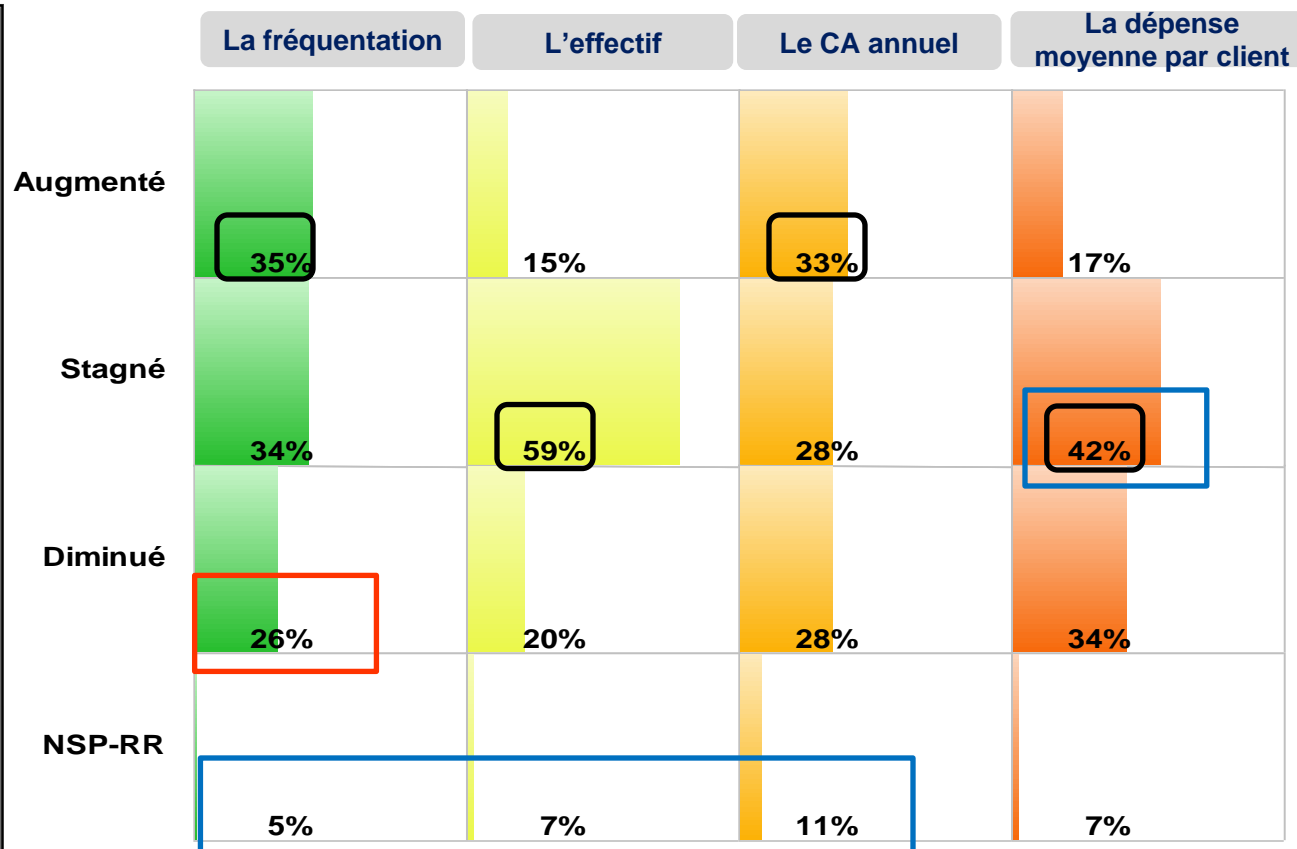
➤ Les exploitants de la restauration rapide sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à avoir fait évoluer leur activité en ce sens.



Evolutions sur les 5 dernières années

Au cours des 5 dernières années (si moins de 5 ans : depuis que vous avez ouvert cet établissement), comment a évolué...

- Au cours des 5 dernières années, 59% des exploitants n'ont pas fait évoluer leurs effectifs.
- 42% font état d'une stagnation de la dépense moyenne par client.
- Dans le même temps, 35% des exploitants ont enregistré une hausse de leur fréquentation et 33% de leur CA annuel.
- A noter que les exploitants en restauration rapide sont significativement moins nombreux que ceux de la RAT à avoir constaté une diminution de leur fréquentation.

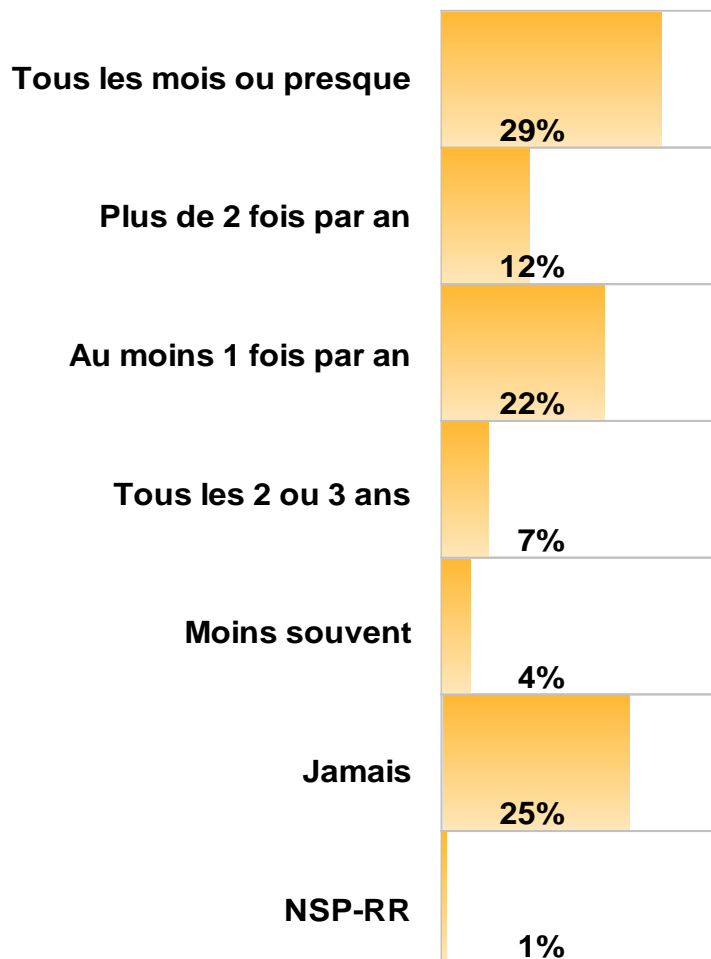


III. L'orientation générale de l'offre de restauration



Renouvellement des recettes

A quelle fréquence renouvelez-vous les recettes que vous proposez ? Vous diriez en moyenne...

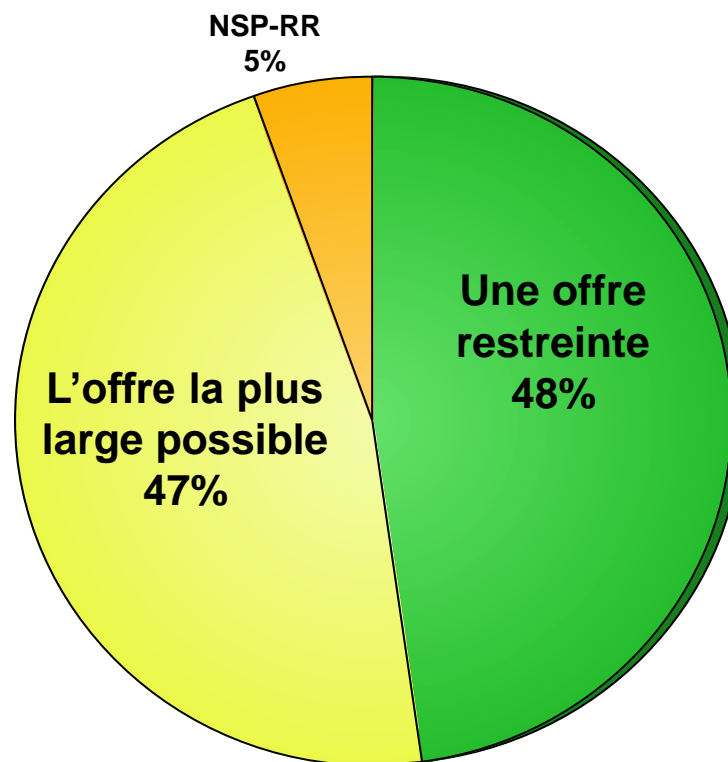


- Près de 3 établissements sur 10 renouvellent leurs recettes tous les mois ou presque (29%).
- Un-quart des établissements interrogés ne changent jamais leurs recettes (25%).



Type d'offre privilégiée

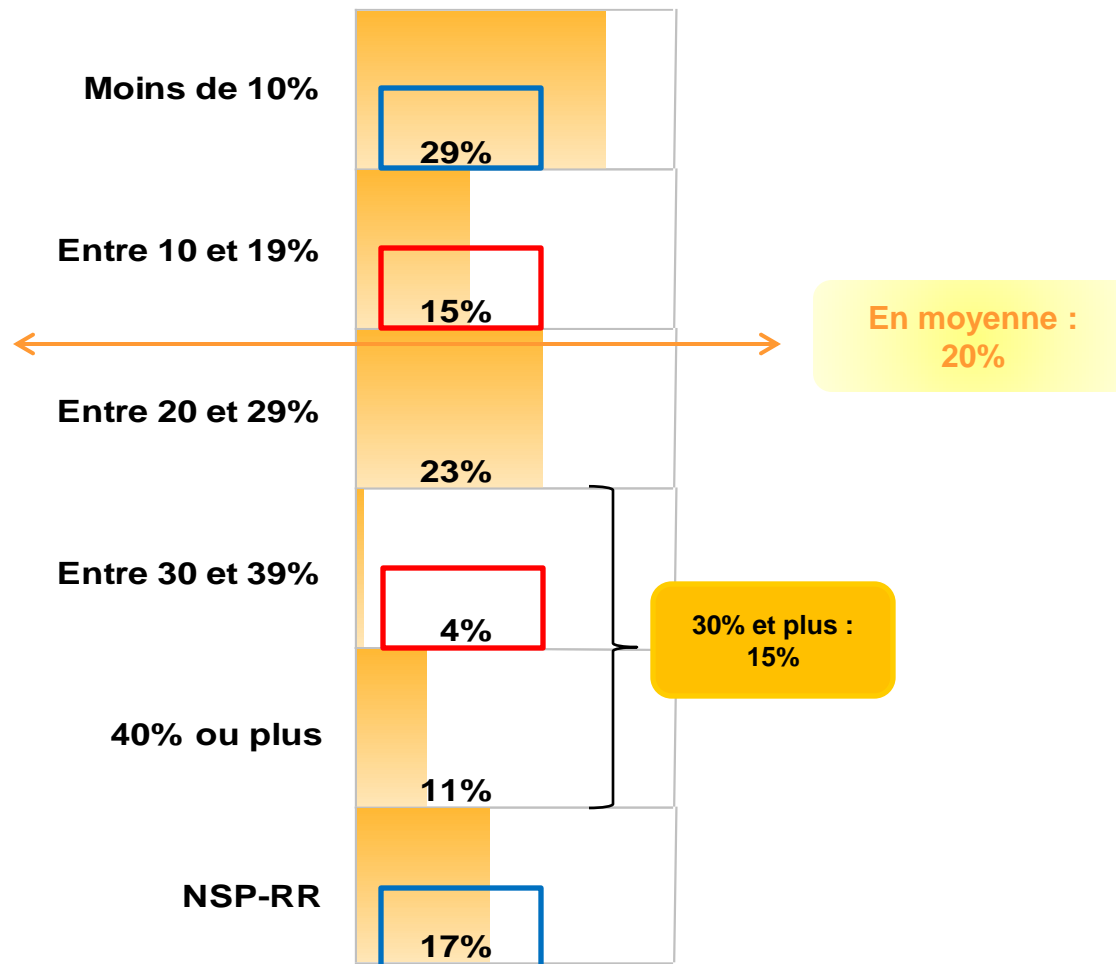
Vous diriez que vous préférez proposer...



La revente de boissons

La revente de boissons représente quelle part de votre CA total, en pourcentage (à peu près) ?

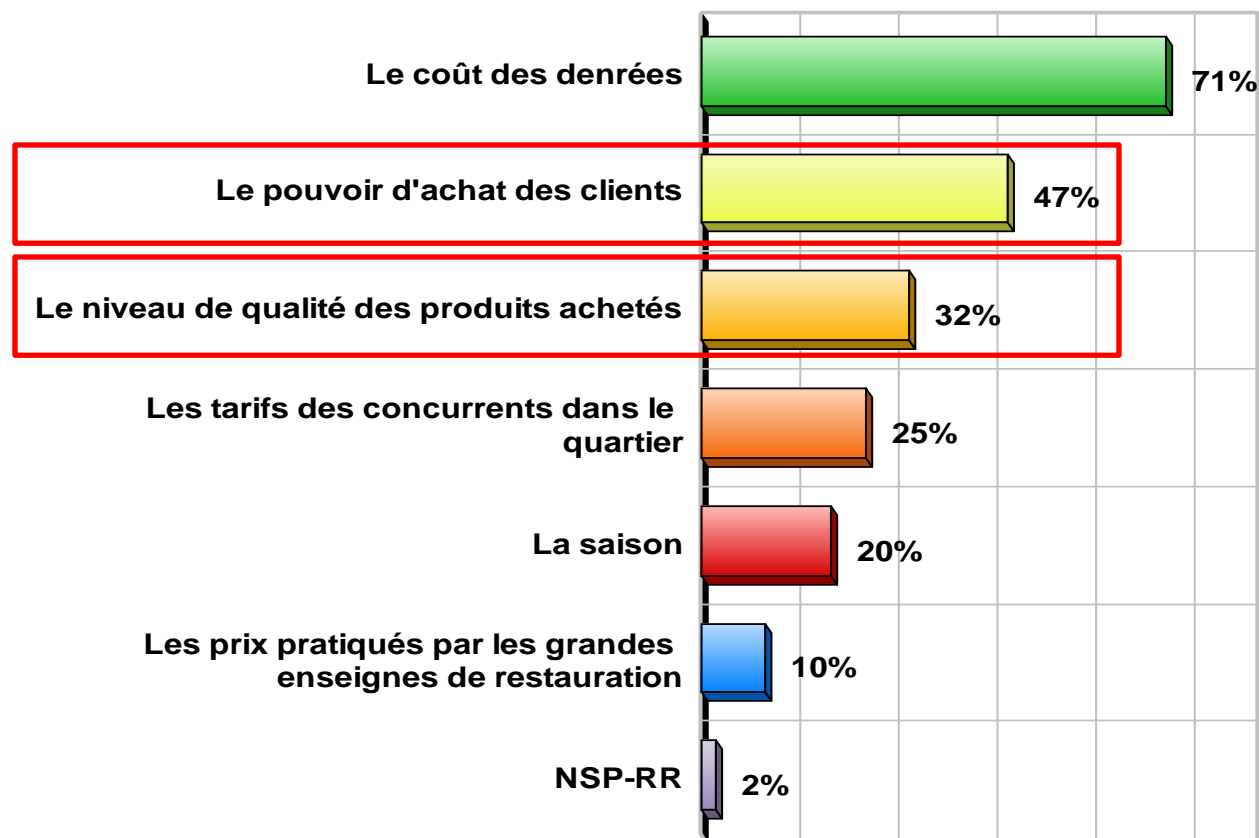
- La revente de boissons représente en moyenne 20% du CA total des établissements interrogés.
- Elle représente moins de 20% du CA total pour 44% des exploitants interrogés.
- Les exploitants des restaurants rapides sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à déclarer que la revente de boissons représente moins de 10% de leur CA total.



Éléments d'influence des prix

Pour fixer vos prix, quels sont les éléments dont vous avez vraiment tenu compte en priorité ?

- Les établissements de la restauration rapide fixent leurs prix en priorité en fonction du coût des denrées (71%).
- Le pouvoir d'achat des clients est le second facteur le plus souvent pris en compte dans la fixation des prix (47%), devant le niveau de qualité des produits achetés.
- Ces 2 derniers facteurs sont en comparaison à la RAT moins souvent pris en compte dans la fixation des prix.



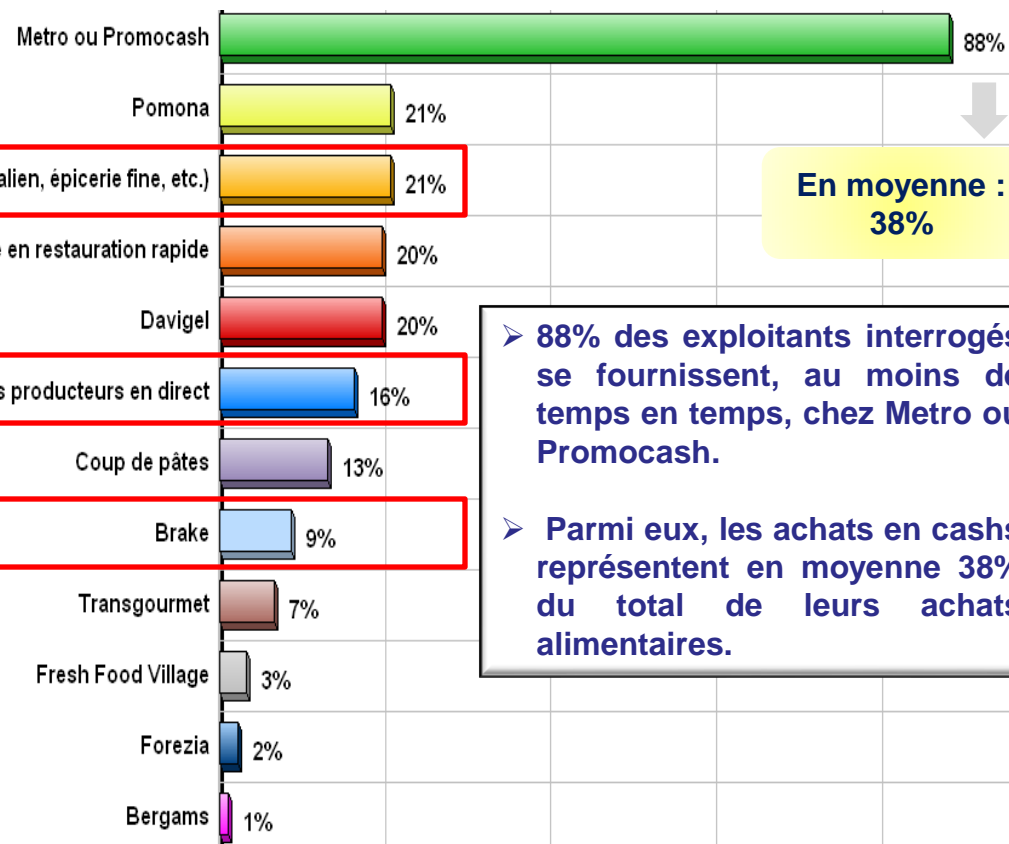
IV. Les achats alimentaires



Les fournisseurs

Pour vos achats alimentaires, avez-vous les fournisseurs suivants...

(Si Metro ou Promocash cité en Q24) Vos achats en cashs représentent quelle part du total de vos achats alimentaires, en pourcentage ?



En moyenne :
38%

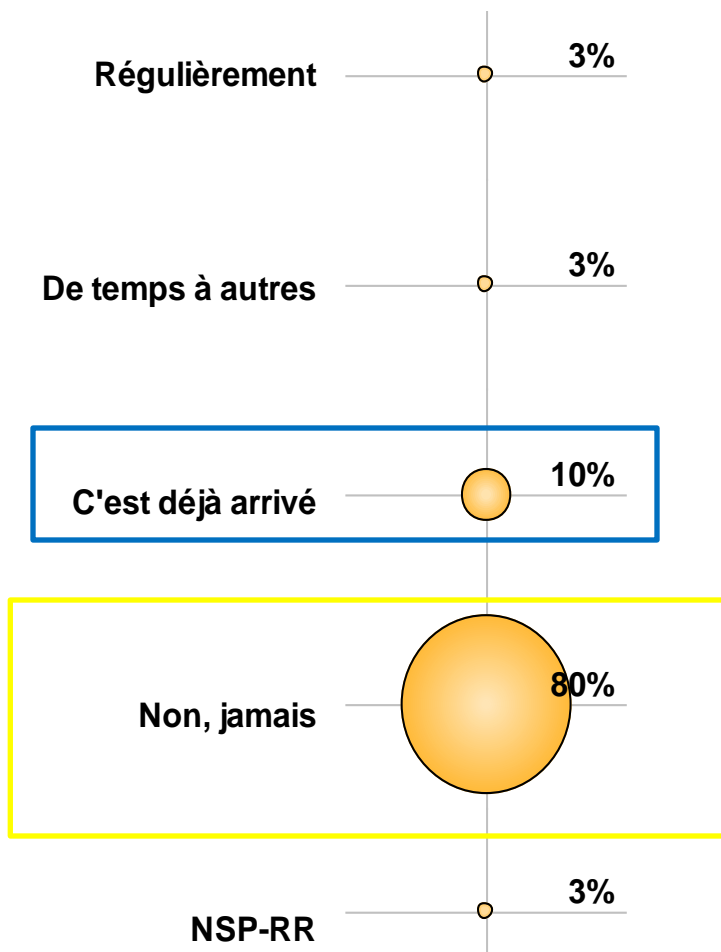
- 88% des exploitants interrogés se fournissent, au moins de temps en temps, chez Metro ou Promocash.
- Parmi eux, les achats en cashs représentent en moyenne 38% du total de leurs achats alimentaires.



La prise des commandes sur Internet

Utilisez-vous Internet pour passer des commandes à vos fournisseurs alimentaires ?

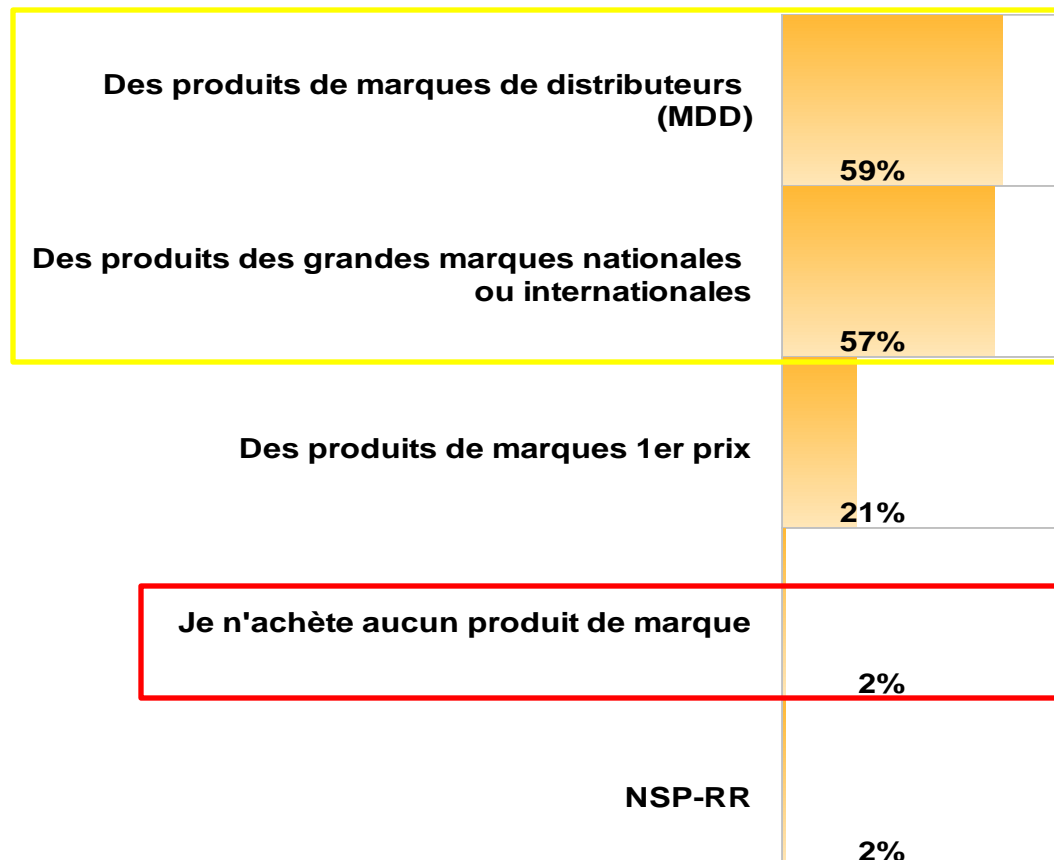
- 80% des exploitants interrogés n'utilisent jamais Internet pour passer des commandes à leurs fournisseurs alimentaires.
- Ils sont significativement plus nombreux que les exploitants de la RAT à déclarer avoir déjà utilisé internet pour passer des commandes aux fournisseurs alimentaires.



Achats et produits de marque

En ce qui concerne les produits de marques, achetez-vous surtout...

- Plus d'un exploitant sur deux interrogés achètent des produits de marques de distributeurs et/ou des produits de grandes marques nationales ou internationales.
- En comparaison à la RAT, ils sont significativement moins nombreux à n'acheter aucun produit de marque (2%).



Fidélité aux marques

Quelles sont les marques travaillées en cuisine auxquelles vous êtes fidèle ?

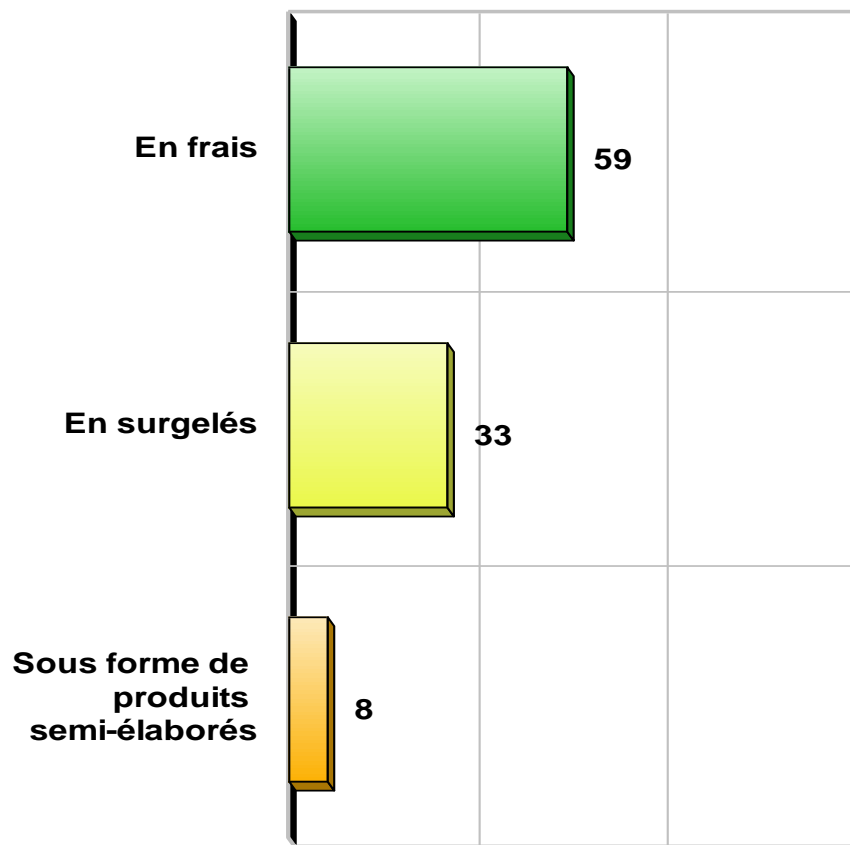
	% total	Marque 1	Marque 2	Marque 3
METRO	17%	14%	1%	1%
CHARAL	13%	7%	4%	1%
COCA COLA	8%	3%	2%	2%
PRESIDENT	7%	4%	1%	1%
AMORA	6%	3%	2%	
PROMOCASH	5%	3%	1%	
PANZANI	5%	2%	2%	
COLONA	3%		2%	1%
MIKO	3%		3%	
DAVIGEL	3%	2%		1%
BONDUELLE	3%	2%	1%	
POMONA	3%	1%		2%
BARILLA	3%	1%	2%	
NUTELLA	3%	2%		1%
GILBERT	2%	1%		1%
HUBERT	2%	1%	1%	
GYMA	2%	1%	1%	
EKIN	2%	2%		
ARO	2%	1%	1%	
COUP DE PATES	2%	2%		
CARTE D'OR	2%	1%		1%
BENEDICTA	2%	1%		1%
ELLE&VIRE	2%	1%	1%	
AUTRE	19%	7%	16%	16%
NSP-RR	13%	13%		
Sans réponse	7%	7%	46%	73%
Total	100	100	100	100

Les marques affichées sont celles ayant un % total > 1%



Répartition des achats

Quelle est, en pourcentage, la part des produits que vous achetez...

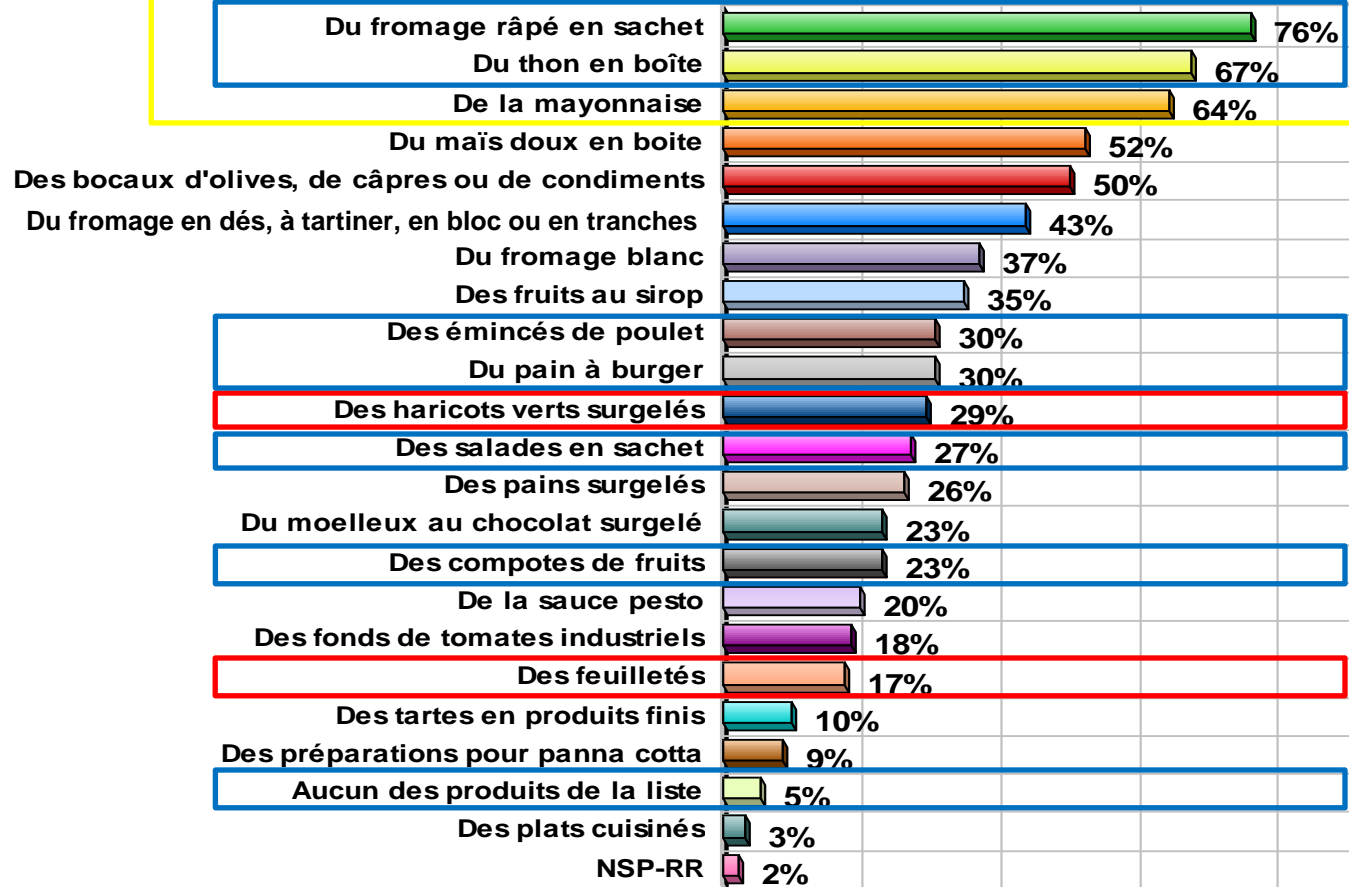


➤ Les exploitants interrogés déclarent que la part des achats en produits frais représente 59% de leurs achats alimentaires.

Types de produits achetés

Parmi les produits que je vais vous citer, lesquels achetez-vous, même très occasionnellement ou uniquement pour du dépannage ?

- Parmi la liste de produits cités, plus de trois-quarts des exploitants déclarent acheter du fromage râpé en sachet, même très occasionnellement ou pour du dépannage (76%).
- Plus de deux-tiers déclarent utiliser du thon en boîte (67%) et 64% de la mayonnaise.

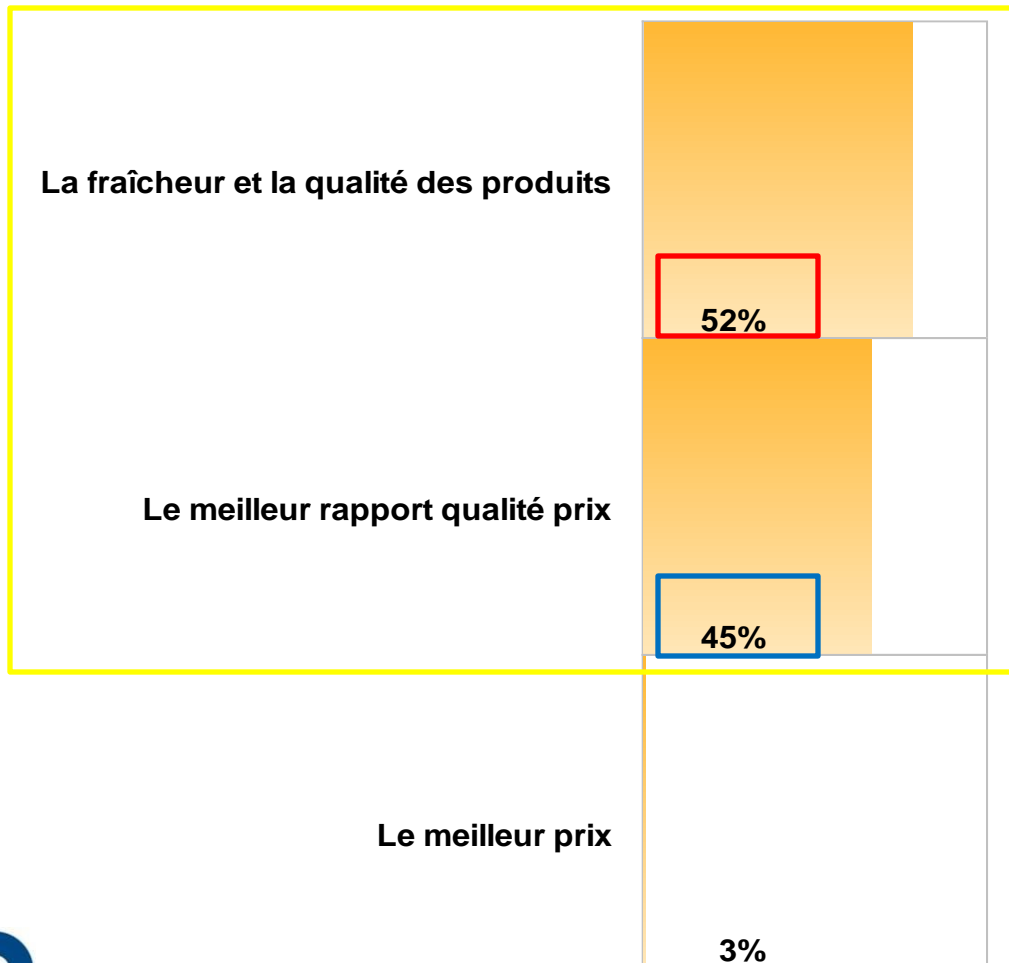


V. Les motivations et les facteurs d'influence sur les achats alimentaires



Les achats alimentaires

Parlons maintenant de vos achats alimentaires. Pour vos achats alimentaires, vous recherchez en priorité...



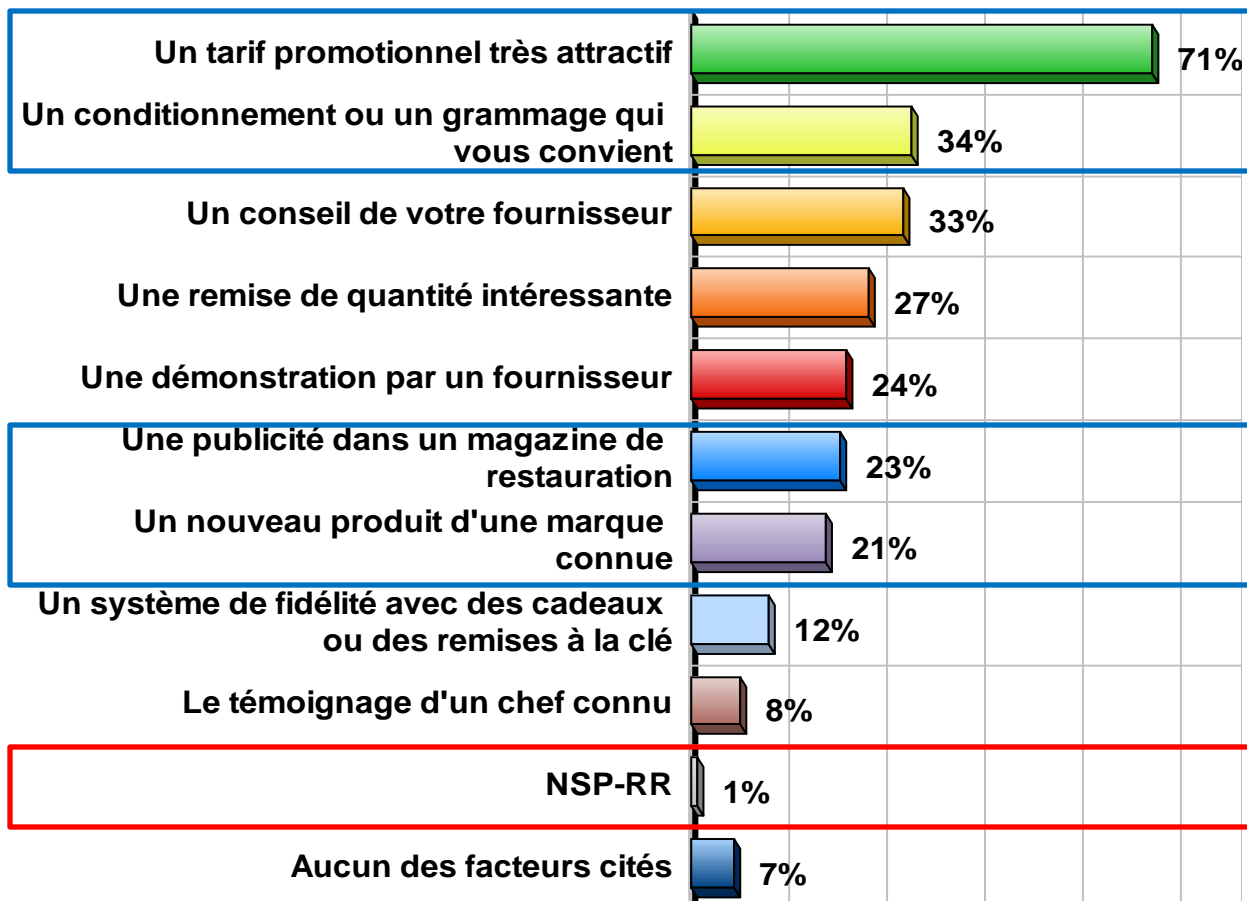
- 52% des interviewés déclarent rechercher en priorité la fraîcheur et la qualité des produits pour leurs achats alimentaires.
- 45% recherchent le meilleur rapport qualité prix.
- A noter que les exploitants de la restauration rapide sont significativement moins nombreux que ceux de la RAT à rechercher la fraîcheur et la qualité des produits pour leurs achats alimentaires.
- Ils sont en revanche plus nombreux à vouloir le meilleur rapport qualité prix.



Les facteurs influençant les achats alimentaires

Voici différents facteurs pouvant avoir une influence sur vos achats alimentaires, précisez ceux dont vous tenez vraiment compte...

- La majorité des établissements interrogés tiennent vraiment compte du tarif promotionnel des produits dans leurs achats alimentaires.
- Un tarif promotionnel attractif sera pris en compte par 71% des exploitants interrogés.
- Ils sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à tenir compte de ce critère, mais également du conditionnement ou grammage (34%), entre autres.



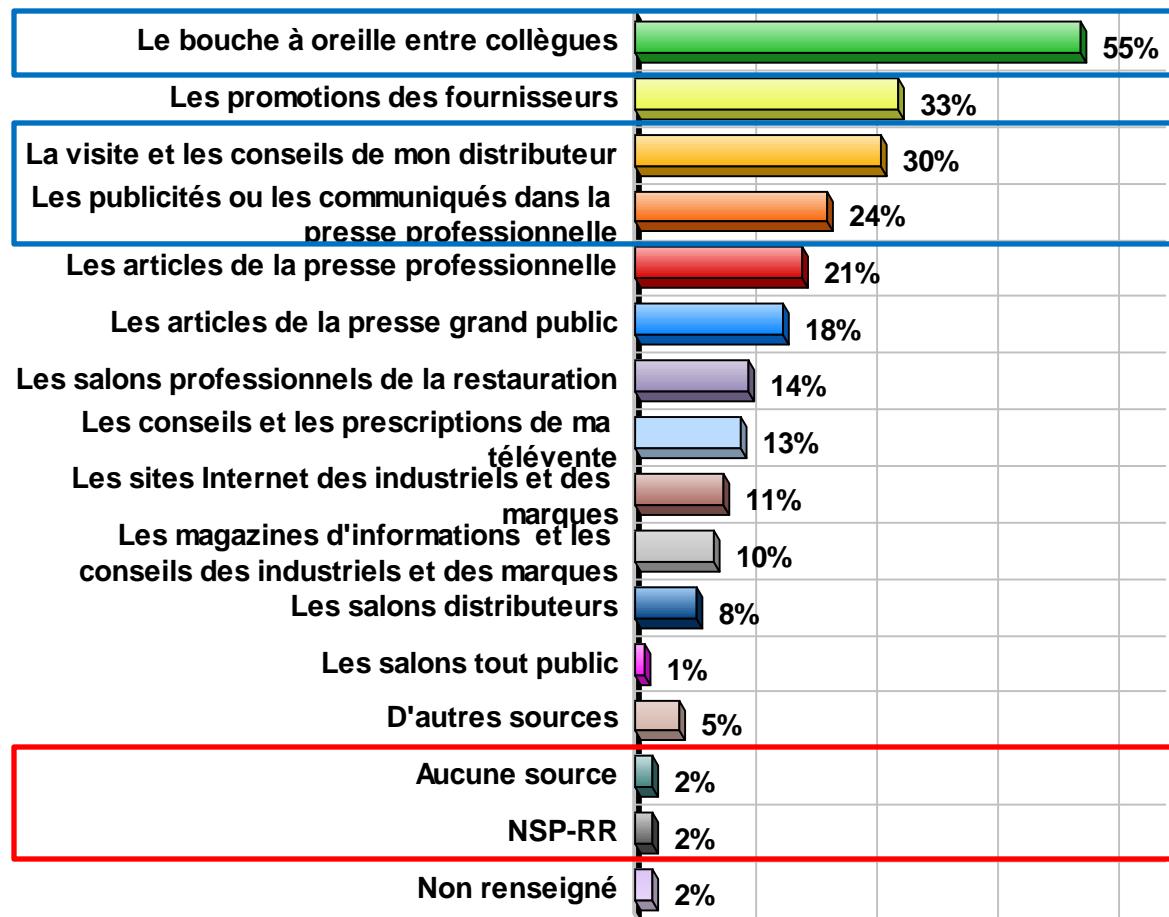
Facteurs d'influence sur les produits alimentaires et les nouveautés

Quels sont vos 5 principaux facteurs d'influence sur les produits alimentaires et les nouveautés en restauration ?...

➤ Les facteurs d'influences le plus souvent cités concernant les produits alimentaires et les nouveautés en restauration sont :

1. Le bouche à oreilles entre collègues (55%)
2. Les promotions des fournisseurs (33%)
3. La visite et les conseils de mon distributeur (30%)

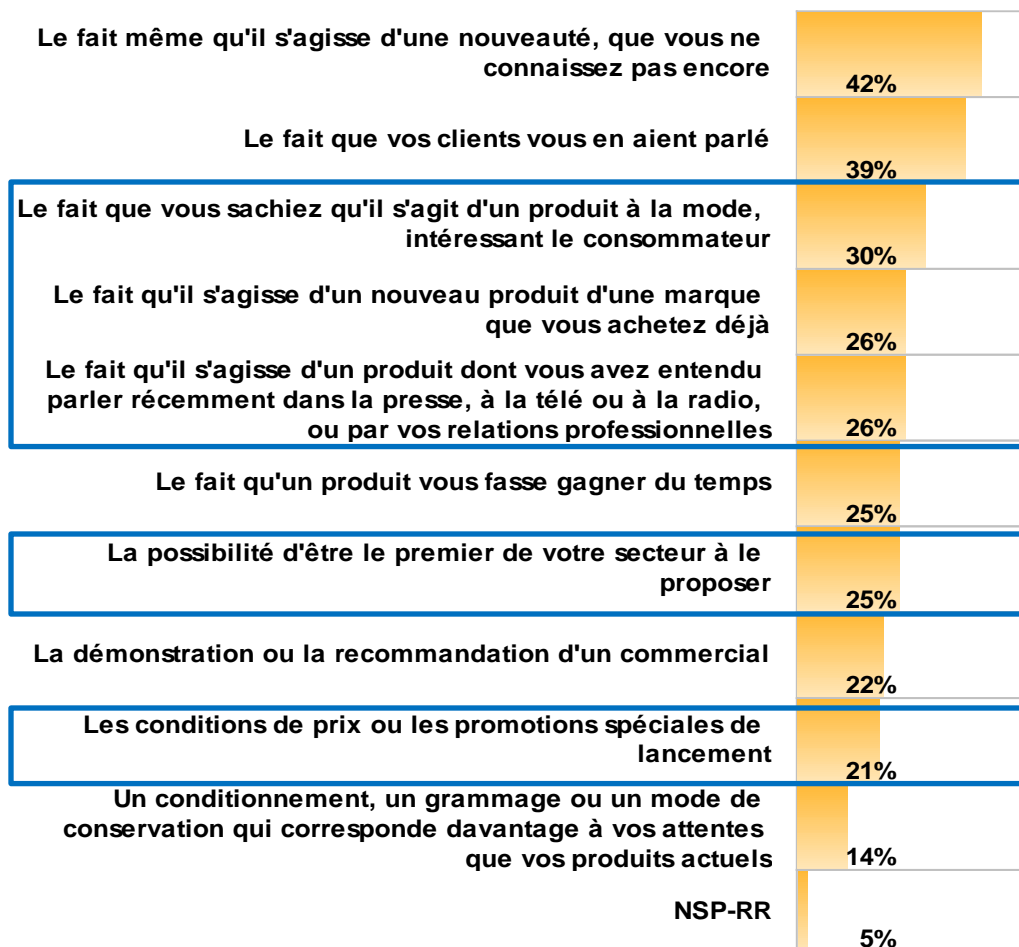
➤ Les exploitants des restaurants rapides sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à citer en facteurs d'influence « le bouche à oreille entre collègues », « la visite et les conseils de mon distributeur » et « les publicités ou les communiqués dans la presse professionnelle ».



Incitation à acheter un nouveau produit

Qu'est-ce qui peut vous inciter à acheter un produit nouveau que vous ne connaissez pas ? Voici différentes possibilités, vous me dites au fur et à mesure avec lesquelles vous êtes d'accord...

- Quand il s'agit d'un nouveau produit que les exploitants de la restauration rapide ne connaissent pas encore, le fait même qu'il s'agisse d'une nouveauté constitue le facteur le plus incitatif dans l'achat d'un nouveau produit (42%).
- Près de 4 répondants sur 10 seraient incités à acheter un nouveau produit dont leurs clients leur aient déjà parlé (39%).



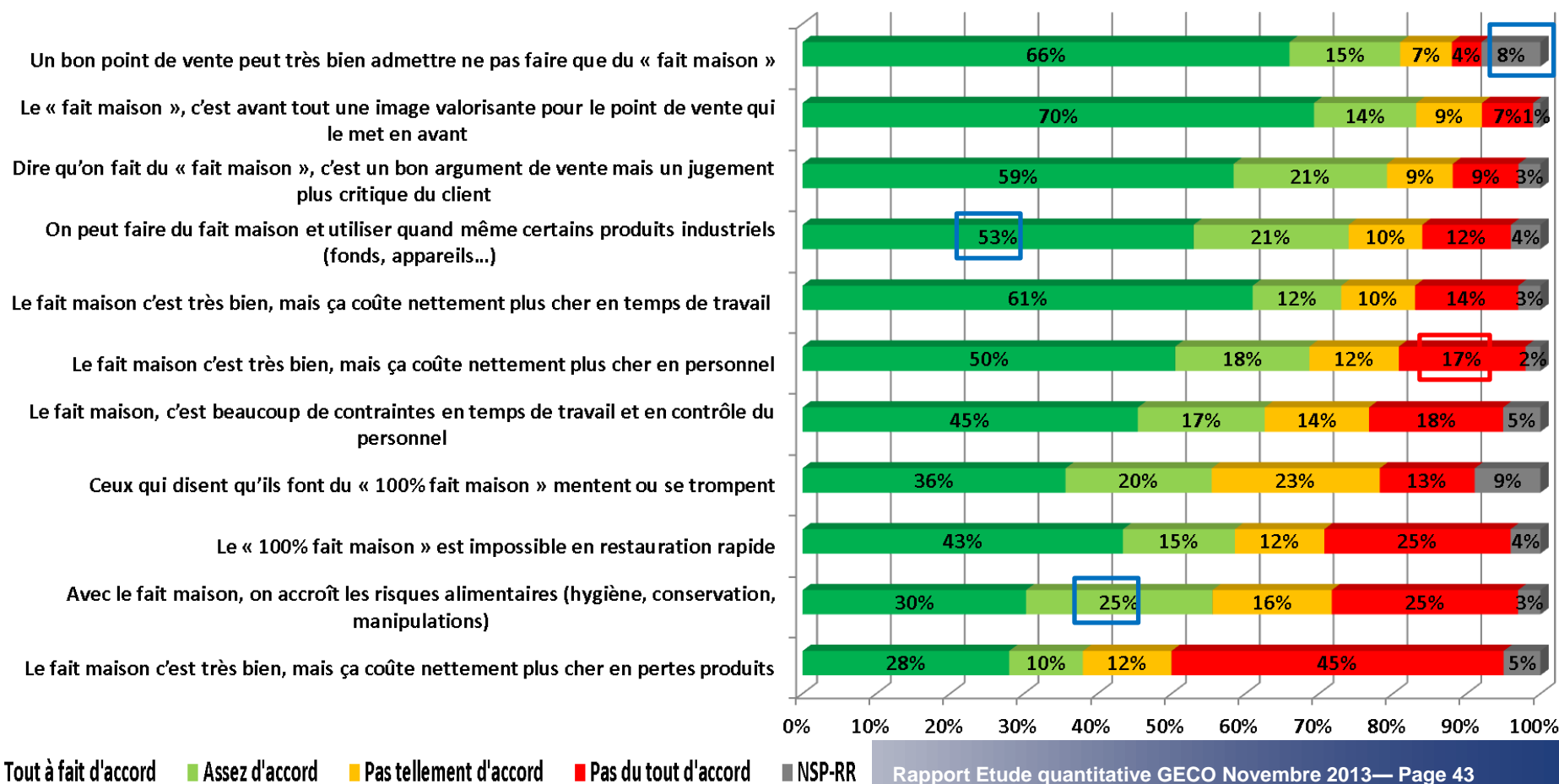
VI. La perception et les attitudes des restaurateurs à l'égard du « fait maison », des surgelés et des appertisés



Perceptions et réactions sur le « fait maison »

Je vous cite des affirmations qu'on peut entendre chez les restaurateurs concernant différentes catégories de produits alimentaires. Vous me dites si vous êtes tout-à-fait d'accord, assez d'accord, pas tellement d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des affirmations que je vous cite, c'est compris ?

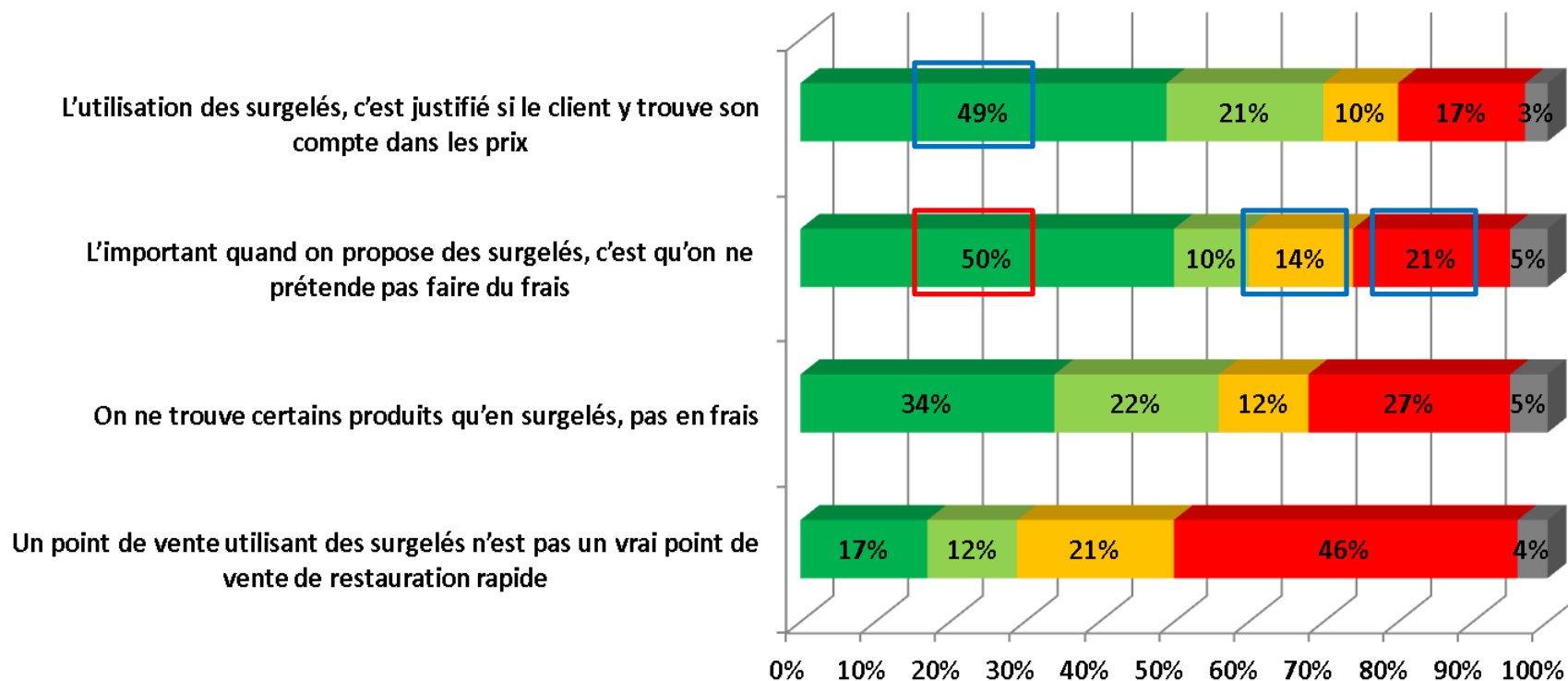
Tout d'abord, sur le « fait maison »...



Perceptions et réactions sur les produits surgelés

Je vous cite des affirmations qu'on peut entendre chez les restaurateurs concernant différentes catégories de produits alimentaires. Vous me dites si vous êtes tout-à-fait d'accord, assez d'accord, pas tellement d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des affirmations que je vous cite, c'est compris ?

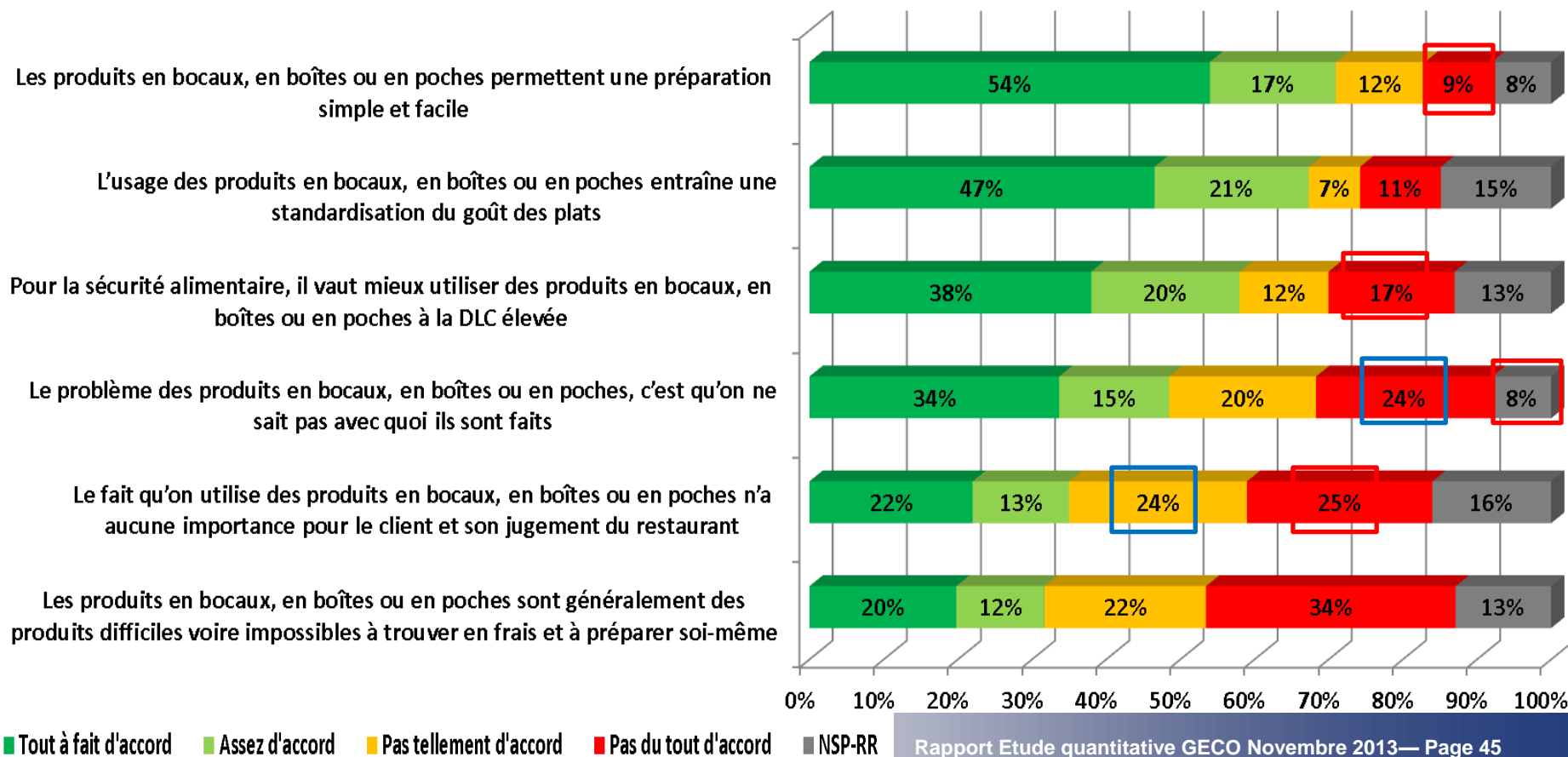
Ensuite, en ce qui concerne les produits surgelés...



Perceptions et réactions sur les produits appertisés

Je vous cite des affirmations qu'on peut entendre chez les restaurateurs concernant différentes catégories de produits alimentaires. Vous me dites si vous êtes tout-à-fait d'accord, assez d'accord, pas tellement d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des affirmations que je vous cite, c'est compris ?

Enfin, sur les produits en boîtes de conserve, en bocaux, en poches, par exemple pour les câpres, les condiments, la sauce tomate, le thon, ou les fruits et légumes en conserve...



VII. Les équipements

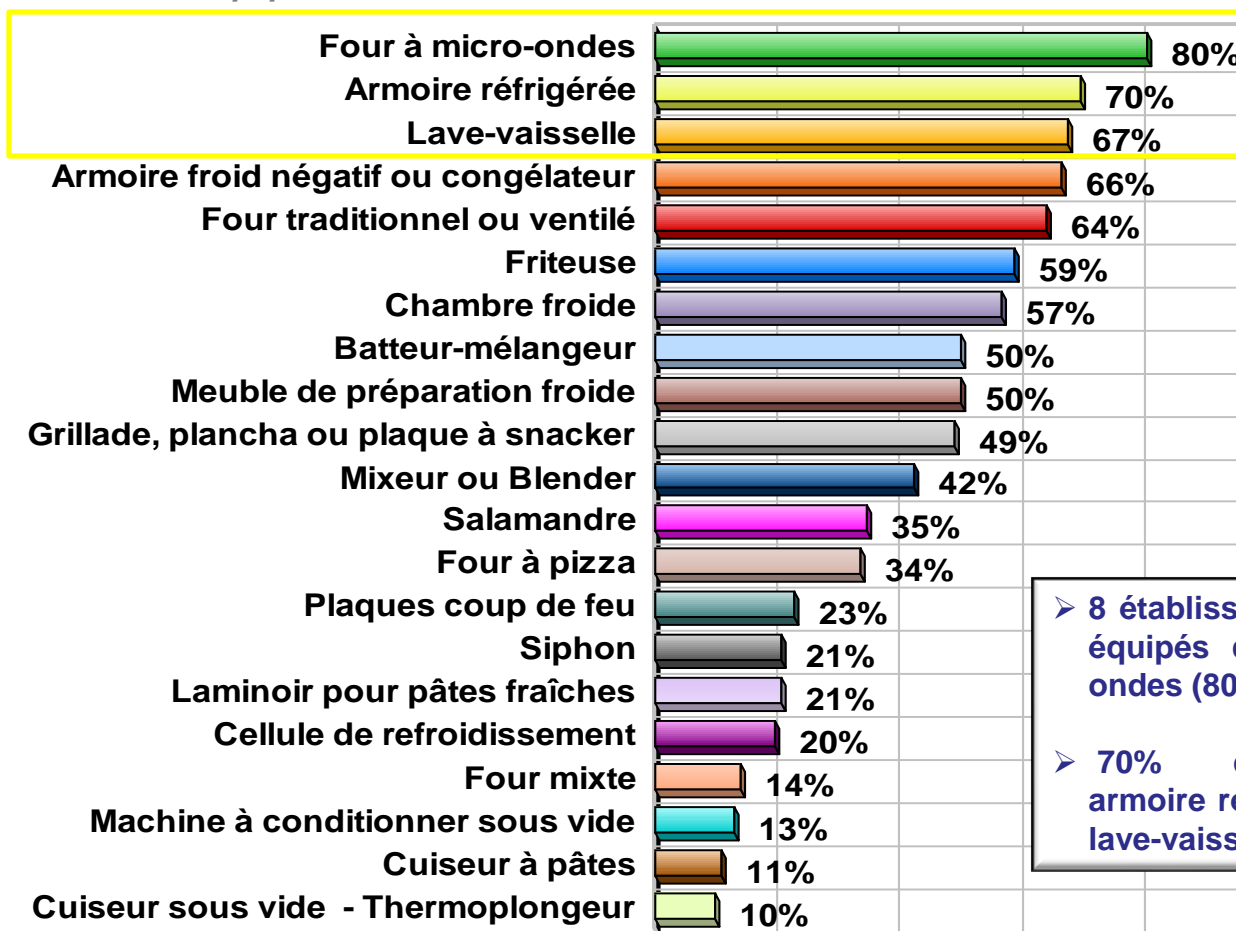


Excellence in Foodservice Information

DATA • TECHNOLOGY • INSIGHT • SERVICES

Les équipements détenus

Je vais vous citer une liste d'équipements de cuisine, vous me dites à chaque fois si vous disposez ou non de cet équipement dans votre restaurant... Vous en avez combien ?



- 8 établissements sur 10 sont équipés d'un four à micro-ondes (80%).
- 70% disposent d'une armoire réfrigérée, et 67% un lave-vaisselle.



Le nombre d'équipements détenus

Je vais vous citer une liste d'équipements de cuisine, vous me dites à chaque fois si vous disposez ou non de cet équipement dans votre restaurant...Vous en avez combien ?

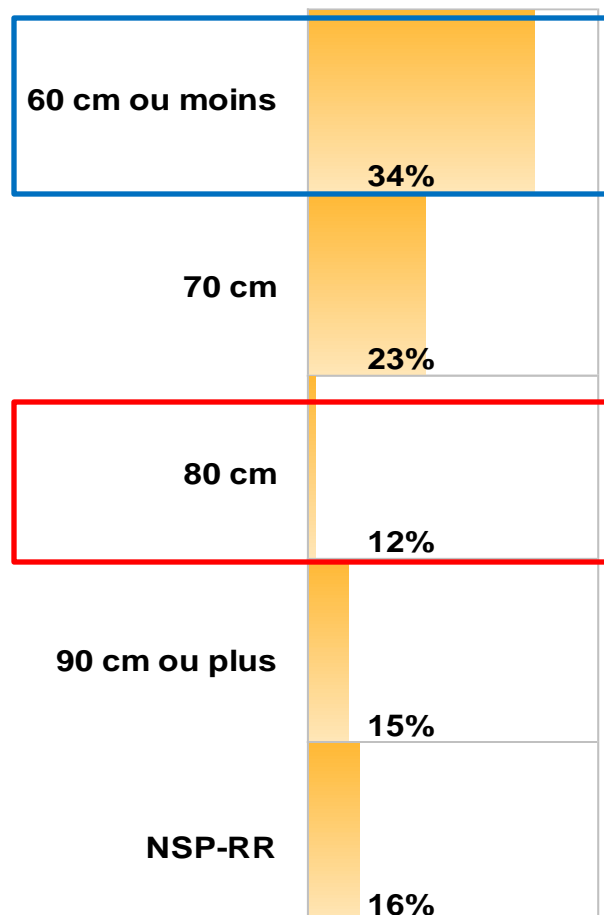
	Effectif	Moyenne	Minimum	Maximum
Four traditionnel ou ventilé indépendant	64	1,3	1,0	10,0
Four mixte	14	1,2	1,0	2,0
Four à micro-ondes	80	1,3	1,0	5,0
Four à pizza	34	1,3	1,0	4,0
Cuiseur à pâtes	11	1,3	1,0	2,0
Friteuse	59	1,4	1,0	3,0
Salamandre	35	1,1	1,0	2,0
Grillade, plancha ou plaque à snacker	49	1,1	1,0	2,0
Plaques coup de feu	23	1,2	1,0	2,0
Mixeur ou Blender	42	1,3	1,0	4,0
Batteur-mélangeur	50	1,2	1,0	3,0
Siphon	21	1,2	1,0	3,0
Laminoir pour pâtes fraîches	21	1,1	1,0	2,0
Cuiseur sous vide - Thermoplongeur	10	1,0	1,0	1,0
Machine à conditionner sous vide	13	1,1	1,0	2,0
Armoire réfrigérée	70	2,2	1,0	9,0
Armoire froid négatif ou congélateur	66	1,7	1,0	6,0
Chambre froide	57	1,3	1,0	5,0
Meuble de préparation froide	50	1,2	1,0	3,0
Cellule de refroidissement	20	1,0	1,0	1,0
Lave-vaisselle	67	1,1	1,0	3,0



Profondeur du matériel de cuisson horizontale

Quelle est la profondeur de votre matériel de cuisson horizontale ?

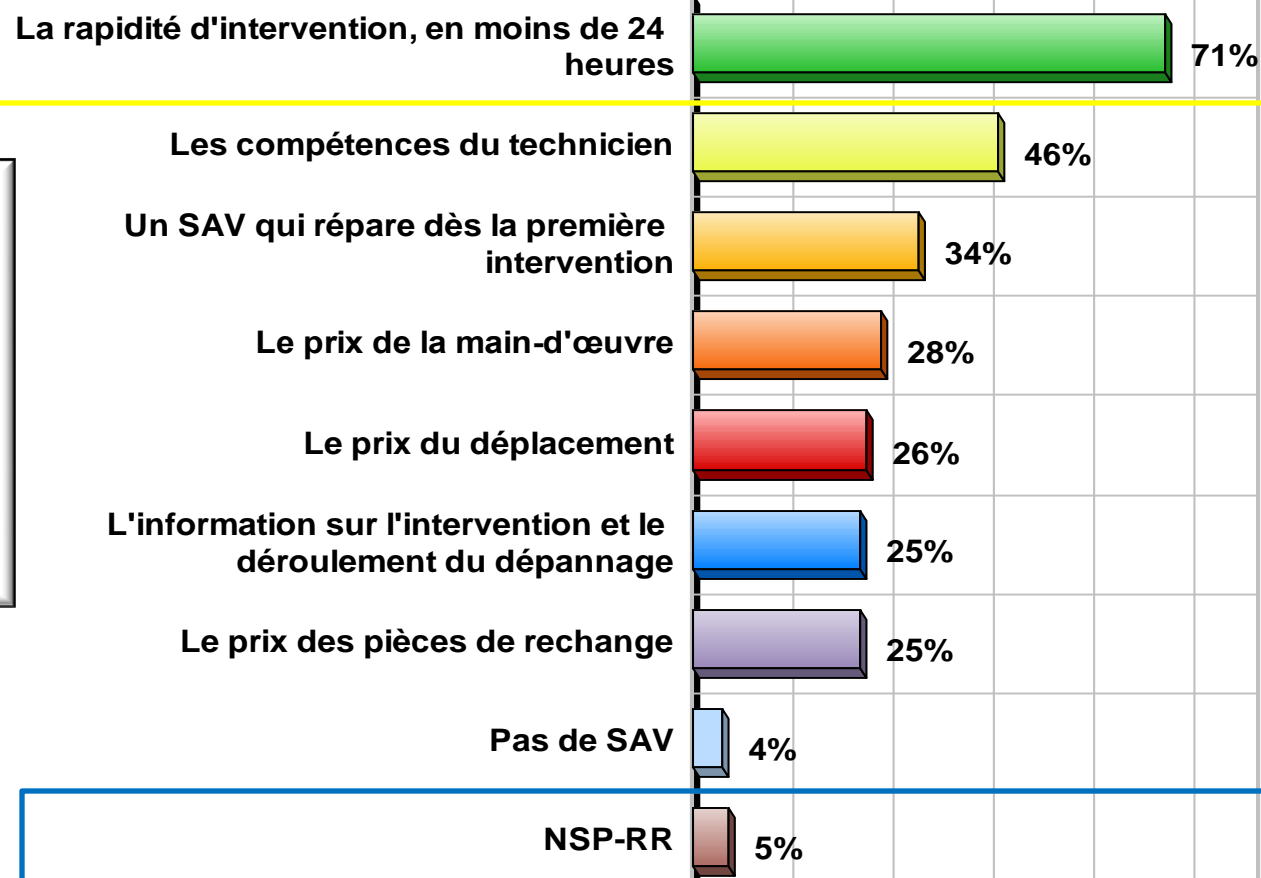
- Les exploitants des restaurants rapides sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à déclarer que la profondeur de leur matériel de cuisson horizontale est de 60 cm ou moins.
- Ils sont en revanche moins nombreux à dire qu'il fait 80 cm de profondeur.



Critère de choix du SAV

Dans le choix d'un SAV, quel est pour vous le critère le plus important ?...

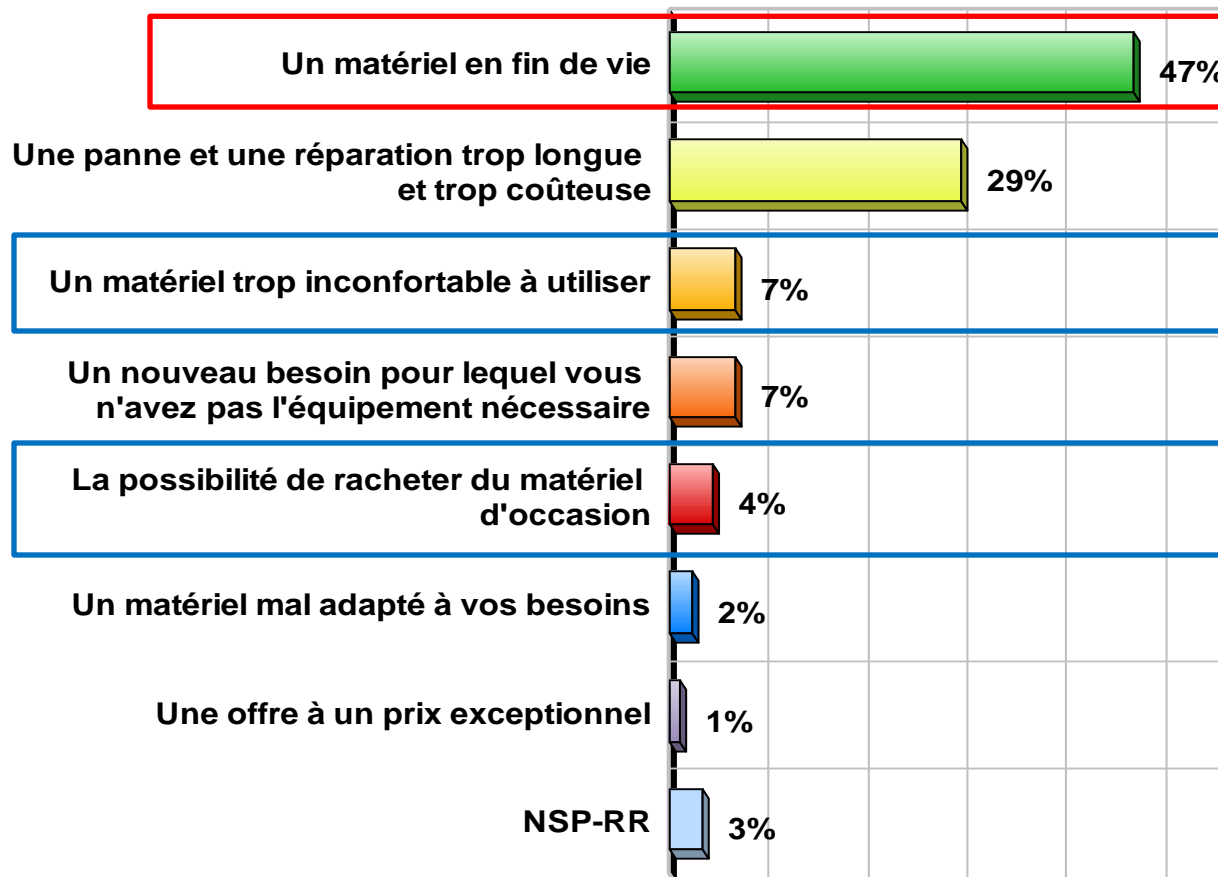
- La rapidité d'intervention, en moins de 24 heures est le critère le plus important dans le choix du SAV pour 71% des exploitants de la restauration rapide.
- Les compétences du technicien correspondent à l'aspect le plus important pour 46% des exploitants de la restauration rapide interrogés.



Critères de renouvellement des équipements

Quels sont vos critères de renouvellement des équipements que vous possédez ? Je vous cite différentes possibilités et vous choisissez celui qui correspond le mieux à votre propre critère prioritaire, d'accord ?

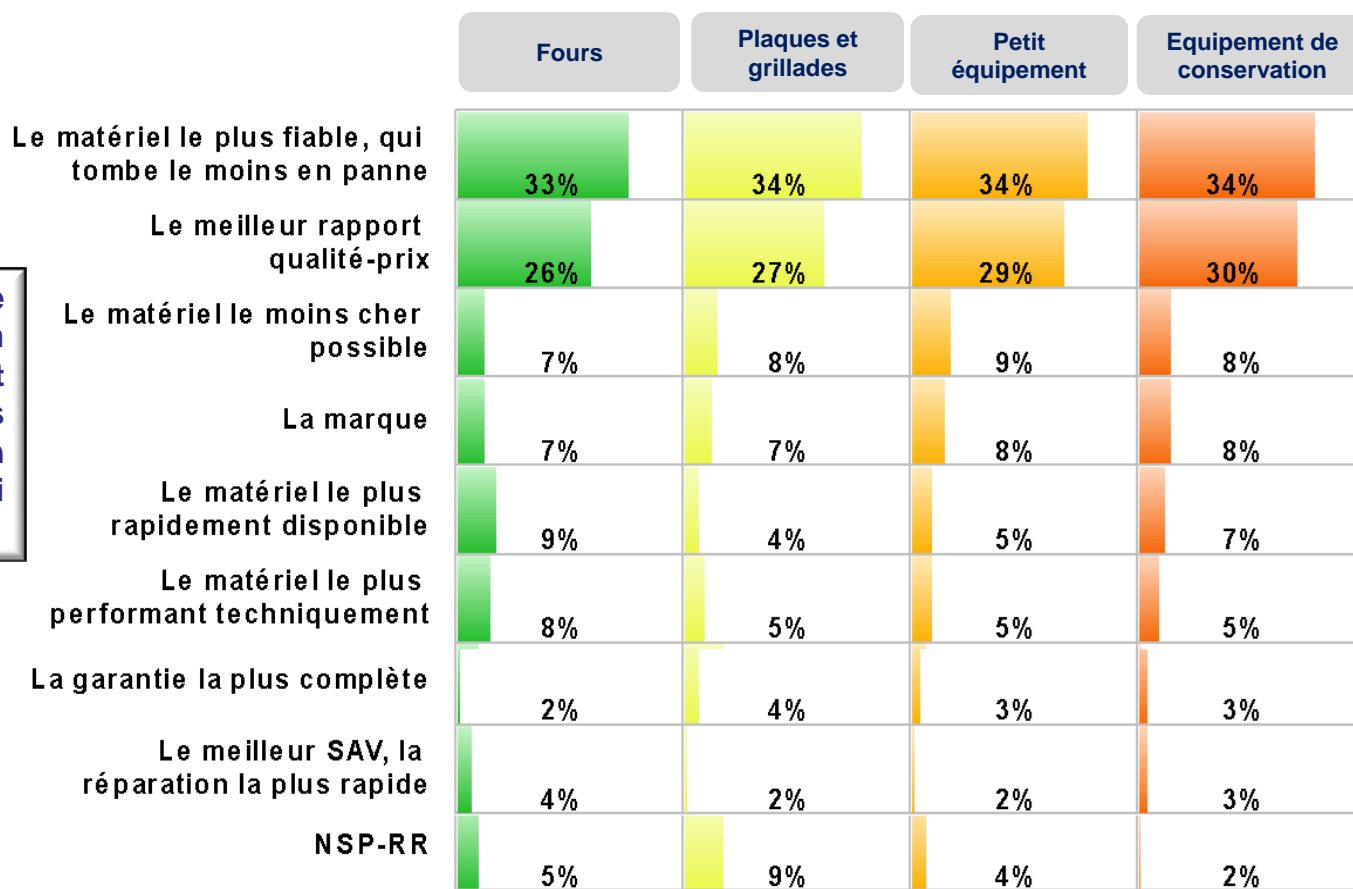
- Le fait que le matériel arrive en fin de vie est un critère de renouvellement des équipements pour 47% des exploitants interrogés.
- Les exploitants de la restauration rapide sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à penser « qu'un matériel trop inconfortable à utiliser » et que « la possibilité de racheter du matériel d'occasion » sont des critères de renouvellement des équipements.



Marques et matériel : critères de choix préférentiels

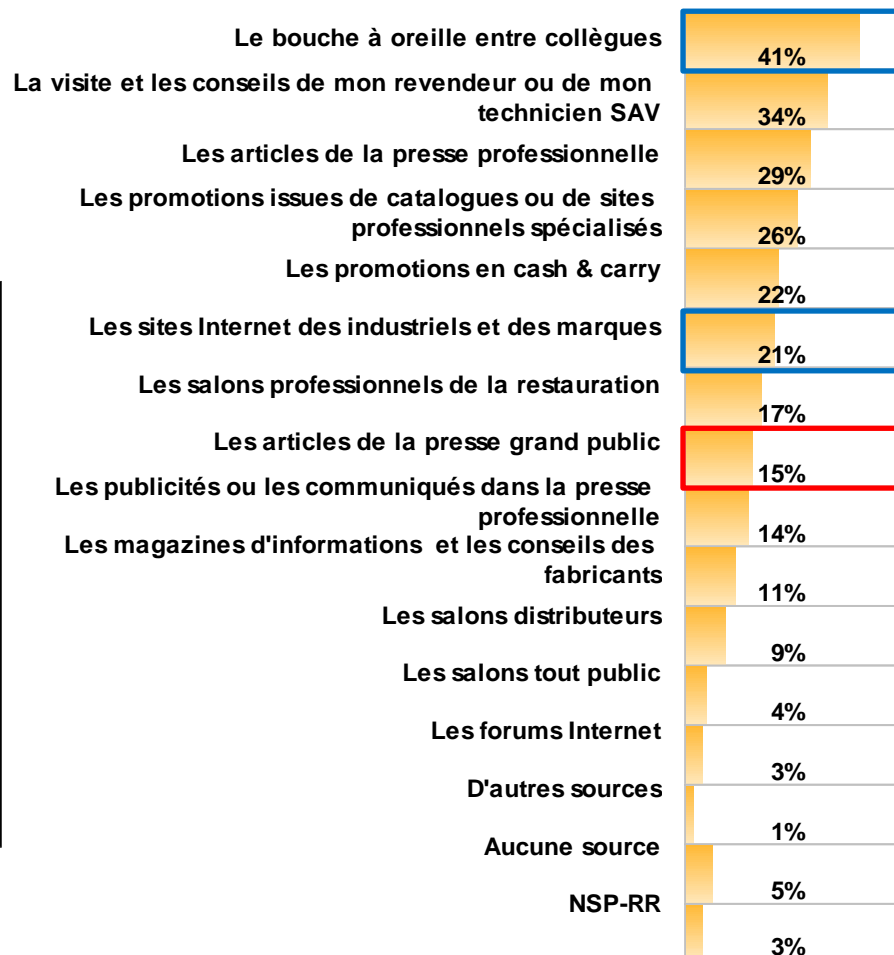
Quels sont vos critères de choix préférentiels entre plusieurs marques ou matériels quand vous décidez d'achat un nouvel équipement ? Je vous cite différentes possibilités, et selon le type de matériel, vous choisissez celui qui correspond le mieux à votre propre critère prioritaire, d'accord ?

➤ Le principal facteur de choix dans l'achat d'un nouvel équipement est pour tous les types d'équipements « un matériel plus fiable, qui tombe moins en panne ».



Facteurs d'influence sur les équipements et nouveaux matériels

Quels sont vos 5 principaux facteurs d'influence sur les équipements et les nouveaux matériels ?



➤ Le principal facteur d'influence dans le choix des équipements et des nouveaux matériels est le bouche à oreilles entre collègues (41%).

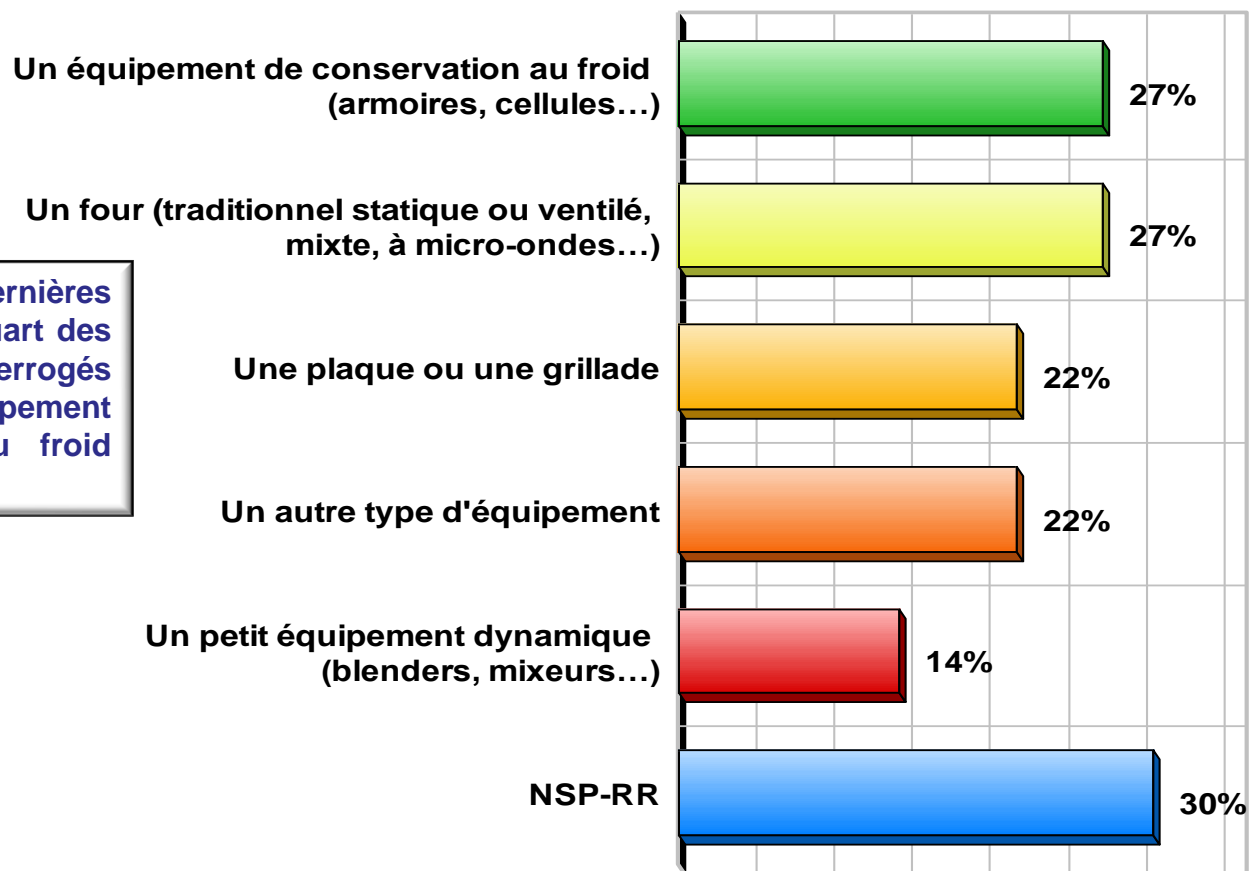
➤ Les exploitants de la restauration rapide sont significativement plus nombreux que ceux de la RAT à déclarer que un de leur principaux facteurs d'influence sont « le bouche à oreille entre collègue » et « les sites internet des industriels et des marques ».



Dernier changement de matériel ou d'équipement

Au cours des 2 dernières années, avez-vous changé un matériel ou un équipement...

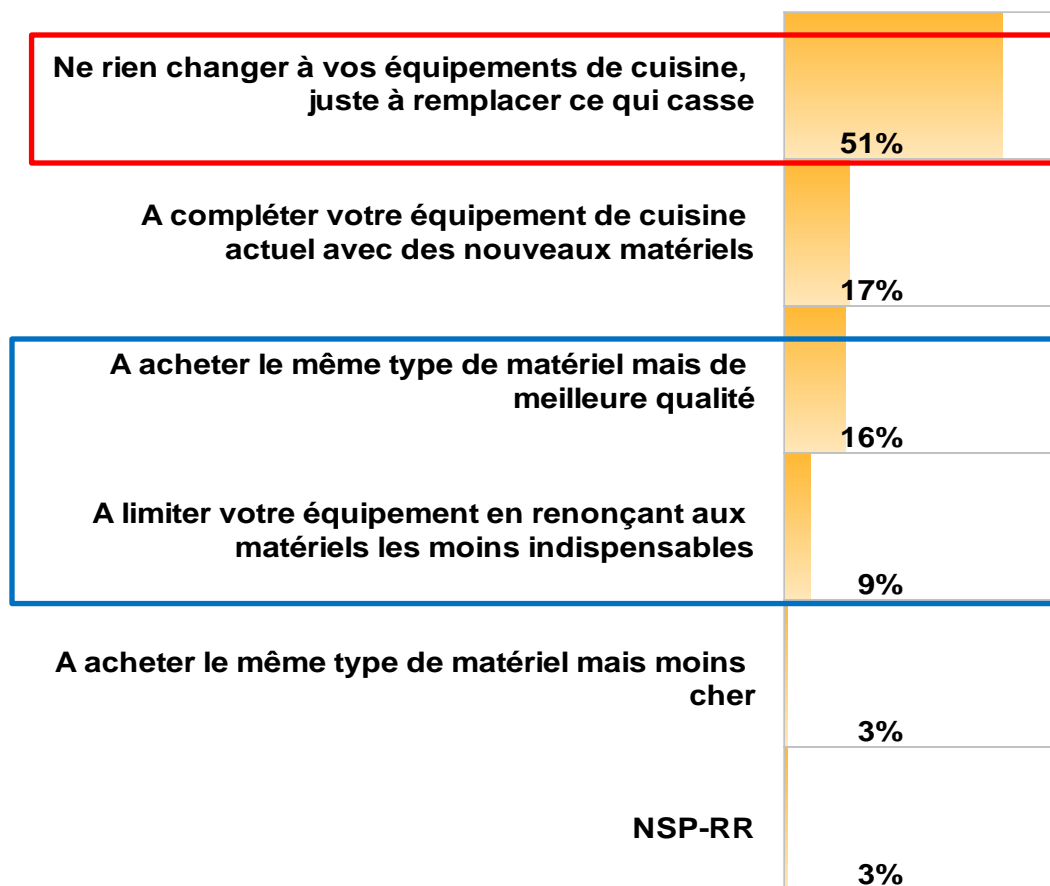
➤ Au cours des 2 dernières années, plus d'un-quart des établissements interrogés ont changé un équipement de conservation du froid et/ou un four (27%).



Prochain renouvellement de matériel

A l'avenir, pensez-vous que vous aurez surtout tendance à...

➤ A l'avenir, la moitié des exploitants interrogés pensent ne rien changer à leurs équipements de cuisine, juste remplacer ce qui casse (51%).



CONTACTS



Des professionnels expérimentés à votre disposition :



NICOLAS NOUCHI
DIRECTEUR GENERAL
01.73.73.42.01 – nnouchi@chd-expert.com



GERALDINE AMSELLEM
PRODUCTION MANAGER
04.26.72.90.26 – gamsellem@chd-expert.com



PAULINE GUILBON
CHARGE D'ETUDES
04.26.72.90.05 – pguilbon@chd-expert.com