



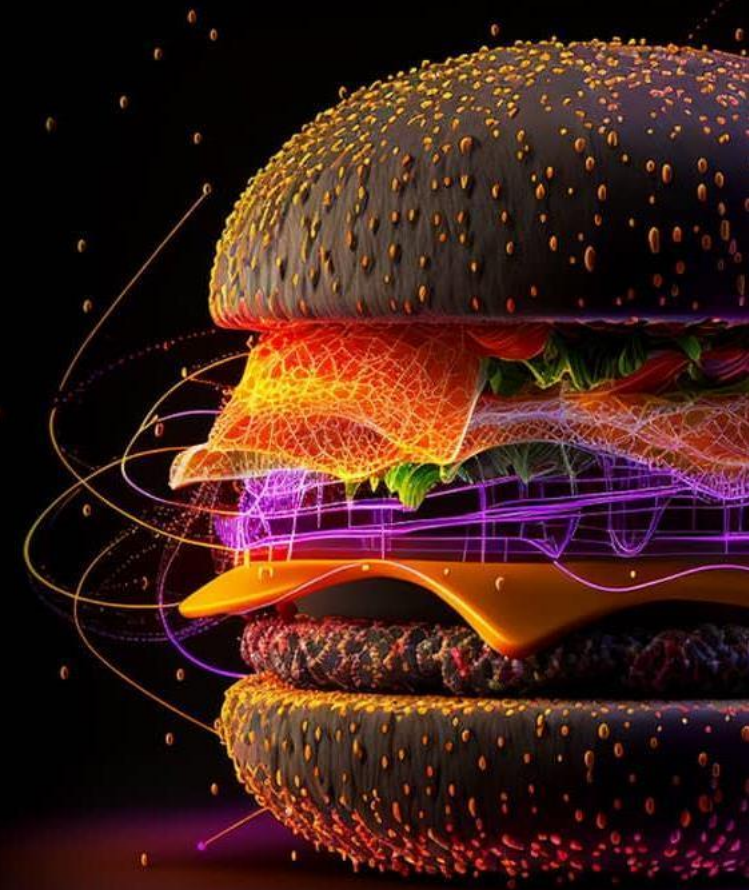
Conjoncture RHD 2024 pour GECO



Données CREST 2024

27 mars 2025

Contact: Maria Bertoch, New Business Development Foodservice Europe,
mail: maria.bertoch@circana.com
Tél. +33 6 37 01 66 56



Avec plus de 30 ans d'expérience dans
l'observation **du comportement des**
consommateurs en RHD, **Circana**
est la principale source d'informations
sur le marché de Foodservice.



Circana est un partenaire expérimenté et de confiance pour les opérateurs et les fabricants à travers le monde.



La variété **des outils permettant de suivre l'industrie Foodservice**, depuis les données POS jusqu'au comportement rapporté par le consommateur final.



Expertise sectorielle et thought leadership
Chargés d'études Circana très expérimentés



La fusion NPD-IRI crée une **vision unique du client**, comprenant des données et des informations sur la consommation à l'extérieur et à l'intérieur du domicile.

France: Notre portefeuille de produits fournit des informations tout au long du parcours d'achat du consommateur.



Quels outils disponibles en France pour le Foodservice?



HORECA ®

FROM WHOLESALERS TO THE STORE, POS data - les données des points de vente Boissons

Mesurer le business entre les grossistes et les restaurants
FR (+GB, IT)



CREST®

PANEL CONSOMMATEURS EN RHD

FR (+ 11 pays dans le monde)



GIRA ®

VISION DU MARCHÉ RHD
(via reporting resp. d'achat, panel cartes bancaires Circana 360° et études documentaires)

FR



FUTURE OF FOODSERVICE

PREVISIONS A 3 ANS DU FOODSERVICE

Prévisions sur 3 ans pour l'industrie, les canaux, les occasions et les principales catégories de Food & Beverages FR (+11 pays)



FOODSERVICE CONSUMER SENTIMENT

Données complémentaires sur l'attitude et les attentes des consommateurs
FR (+GB, GE, IT, UK)



THOUGHT LEADERSHIP MARKET EXPERT VIEW

CREST: France, UK, Germany, Italy, Spain, USA, Canada, China, Japan, Mexico, Brazil, South Korea.

Suit les marchés RHD les plus importants et les plus stratégiques de l'économie mondiale

800

Consommateurs
interviewés par
jour par pays

365

Tous les jours

Tous

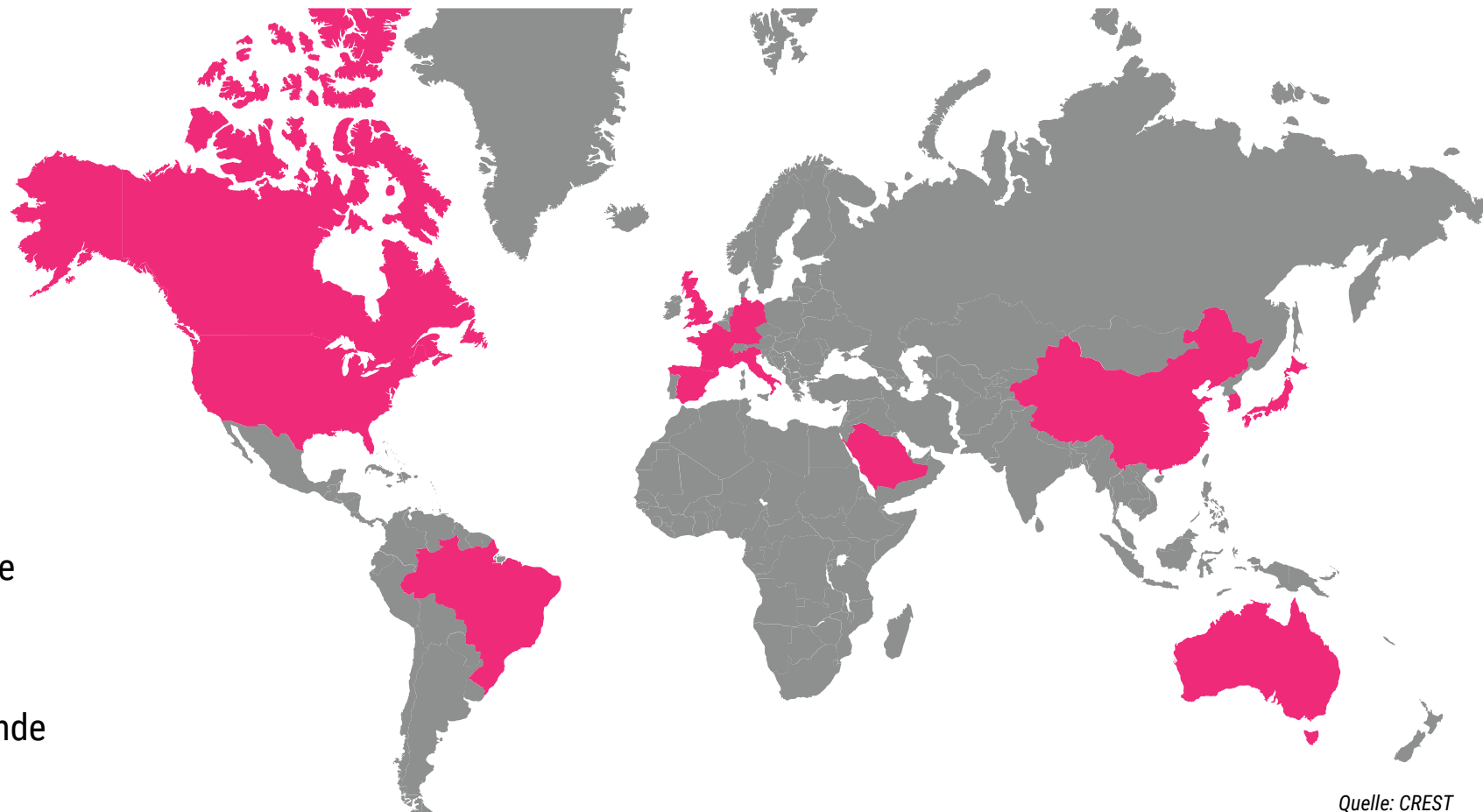
Les circuits du
marché RHD

12

Pays dans le monde
couverts

500+

Clients dans le monde



Quelle: CREST

Circana, LLC | Proprietary and confidential

Qu'est ce que CREST® en France ?

La mesure permanente du comportement des consommateurs en RHD via un **panel Online représentatif de la population**

- Un questionnaire online envoyé à près de **18 000** répondants tous les mois
- Des résultats projetés pour représenter la population Française (Age, Genre, Taille du foyer, Présence enfants au foyer, CSP, Régions).
- *NB: le panel CREST ne couvre pas les touristes étrangers en France et leur consommation*

CREST

Données issues des “convives” et non pas des chaînes ou des industriels

Sur leur **consommation de la veille** agrégée au mois

Au moment des **repas** et des **pauses**, aussi bien **sur place** qu’à **emporter**

Dans **tous les “circuits”** de la RHD et le tout depuis **2009**

CREST Couverture des circuits Foodservice

Restauration Commerciale



RESTAURANTS

Rest. Rapide

Rest. Avec le Service à Table

Suivie de plus de 150 chaînes

RETAIL FOODSERVICE

- Commerces de proximité
- Supermarchés
- Autres rest. Retail (ex. cafétérias Retail)
- Stations service

** Inclut les produits/boissons consommés 6h après leur achat*

NON-COMMERCIAL

- Cantines d'entreprises
- Cantines université (CROUS)
- Cantines d'hôpitaux (visiteurs et personnel)
- Loisir et Transports
- Distribution automatique

TOTAL FOODSERVICE = REST. COMMERCIALE (RR + RAT + RETAIL) + NON-COMMERCIAL

Agenda

01 Une année en **demi-teinte** pour la RHD en 2024

02 Quels faits marquants ?

03 **Conclusions & Perspectives**



En 2024, un contexte macroéconomique qui s'améliore



PIB

+1,1% vs 2023 vs +0,9% 2023 vs 2022



TAUX DE CHOMAGE

+0,1pt vs 2023 – Soit 7,4%



INDICE DE CONFIANCE DES MENAGES

91

Moyenne janvier Dec 2024
Vs 85 en 2023

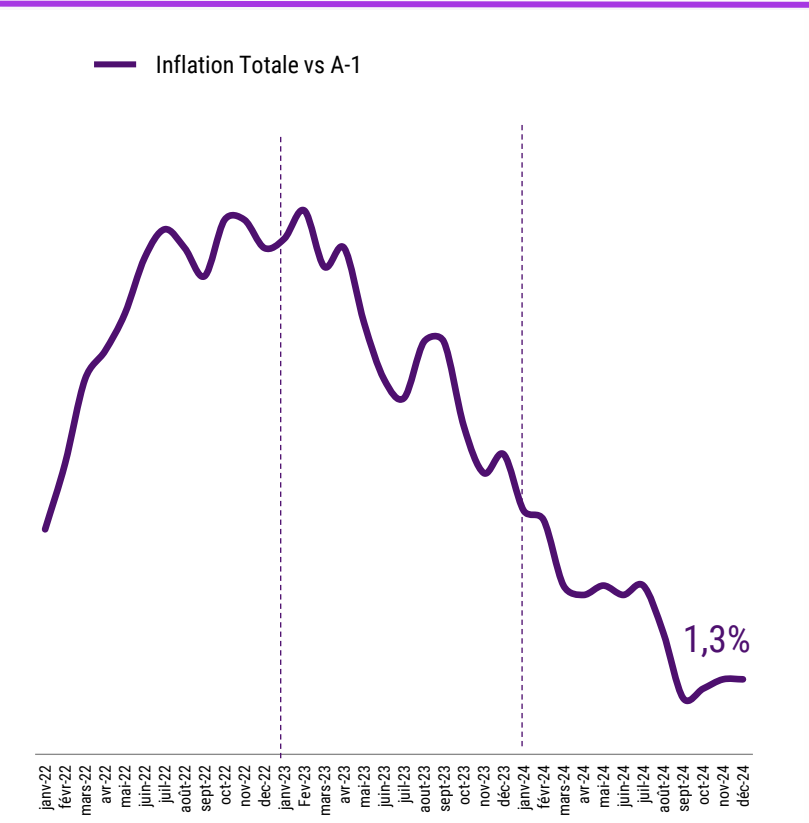


INFLATION

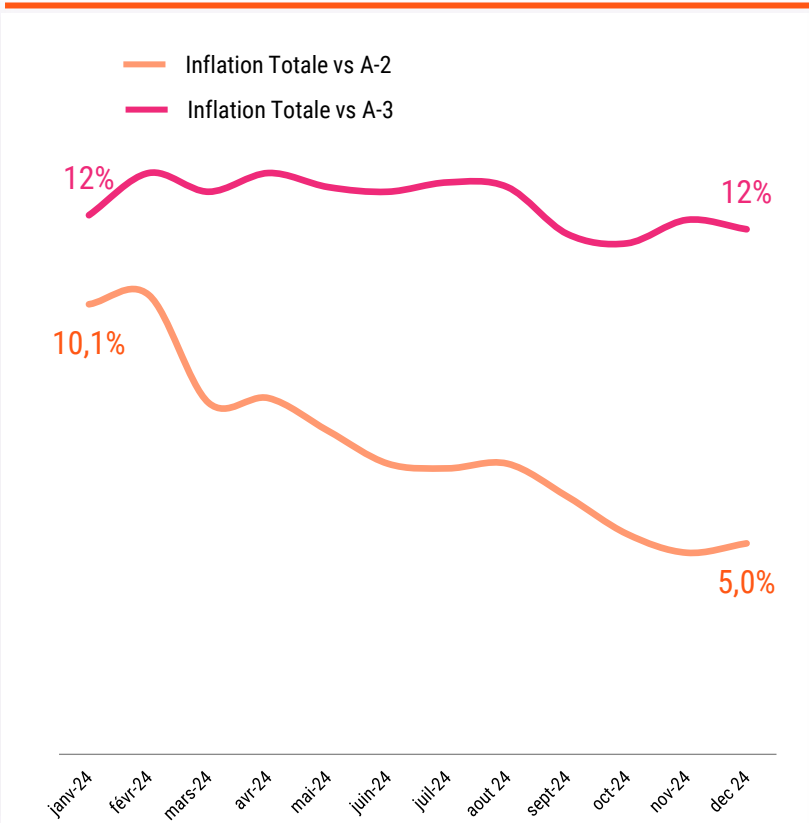
+2,0% vs 2023 – vs +4,9% 2023 vs 2022

Une inflation qui a ralenti au global et au sein de notre secteur, mais moins fortement qu'en GMS

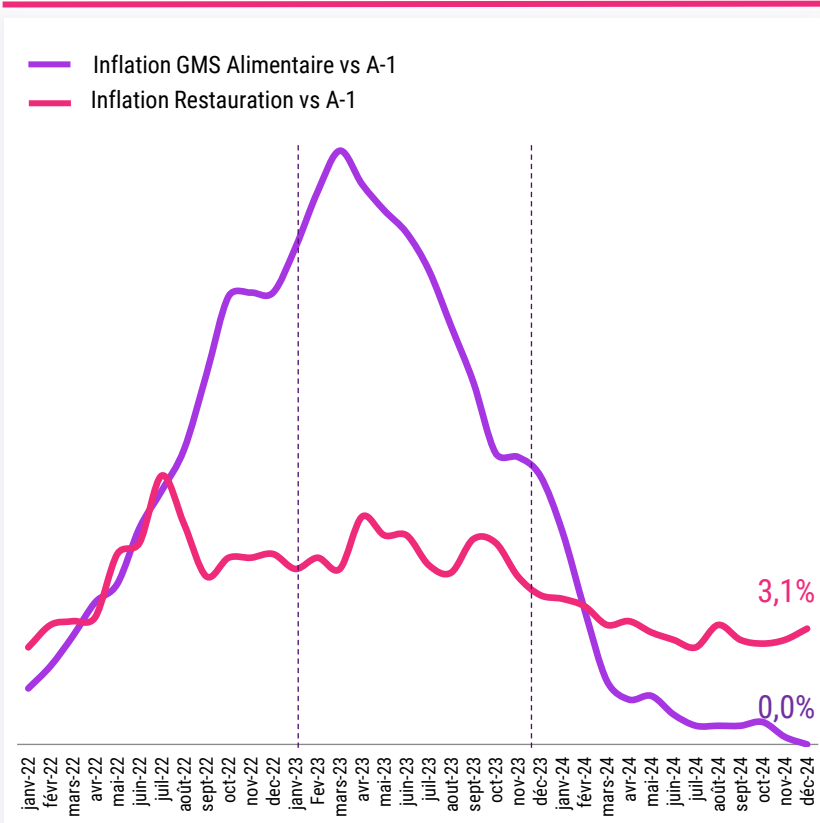
UN RALENTISSEMENT EN 2024



DES PRIX QUI RESTENT ÉLEVÉS PAR RAPPORT À IL Y A 3 ANS



UNE INFLATION PLUS FORTE EN RESTAURANT QU'EN ALIMENTAIRE EN 2024

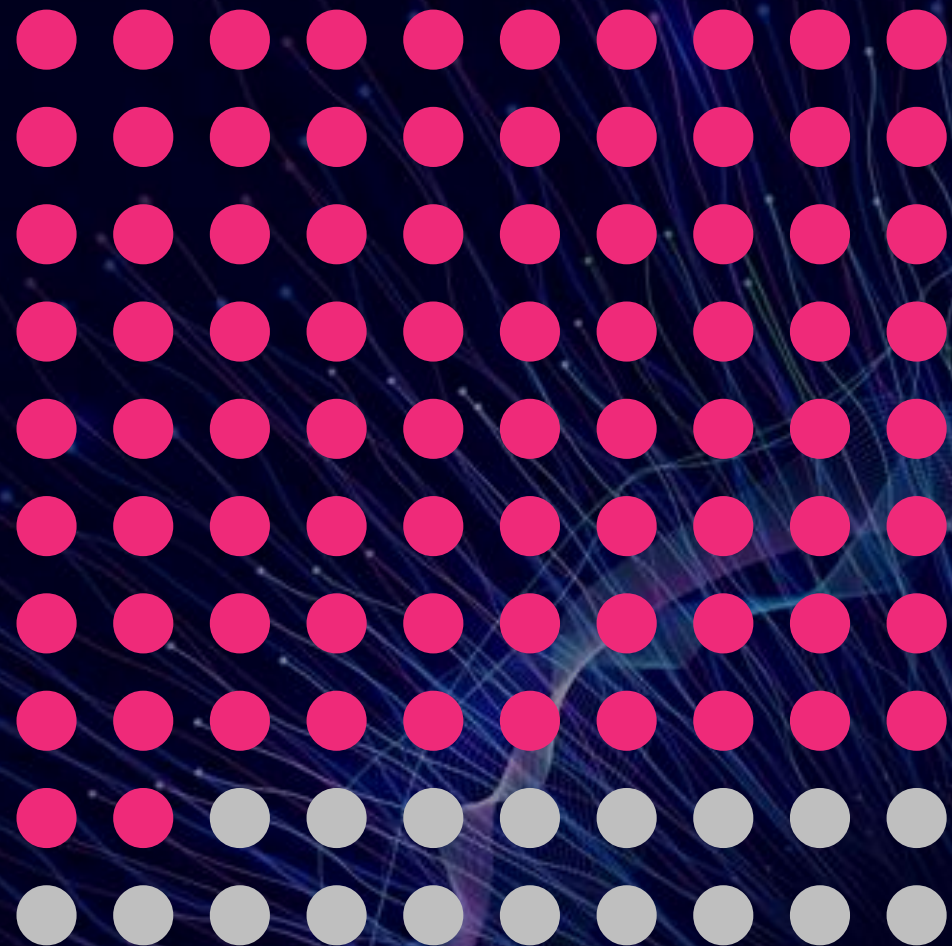


Source : Insee

De manière générale, les Français ont toujours un sentiment de baisse de pouvoir d'achat

82%

des Français disent "se serrer la ceinture" depuis un an



*Étude ELABE réalisée pour BFMTV sur un échantillon de 1.001 personnes représentatif des résidents de France métropolitaine âgés de 18 ans et plus - Janvier 2025

Et les Français se restreignent effectivement : ils dépensent 2,4% de moins qu'en 2023 pour leurs achats quotidiens.



Dépenses courantes*

-2,4%

2024 vs 2023

RAPPEL 2023 +5,5%

Top 5 contributions à la baisse des dépenses

1. STATIONS ESSENCE

2. BRICOLAGE OUTILLAGE

3. MEUBLE ET DECORATION

4. MODE HOMME

5. JARDINERIE
ANIMALERIE

Les grandes surfaces n'échappent pas à cette tendance avec des volumes et un chiffre d'affaires négatifs pour les PGC FLS en 2024.

Evolution PGC FLS, tous circuits GSA

VOLUMES

-0,9%

UC -0,1%

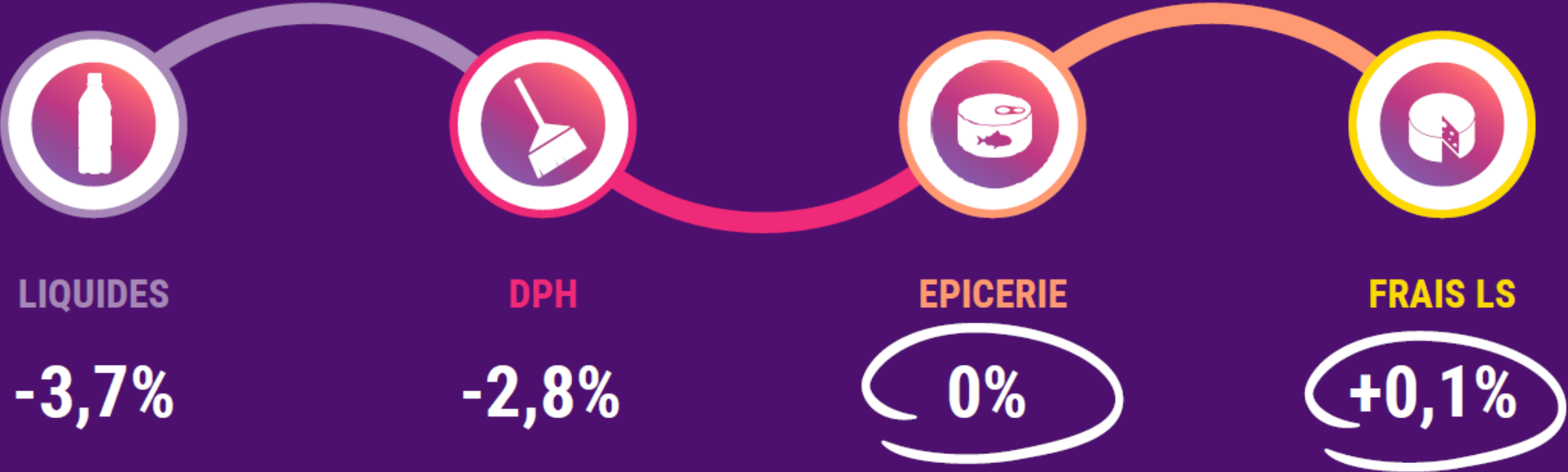
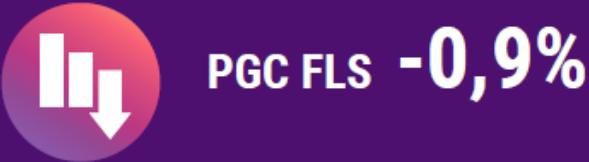
CHIFFRE D'AFFAIRES

-0,5%



Une baisse des volumes qui épargne les produits de l'assiette.
Le rayon liquides est très affecté par la météo maussade de l'été 2024 .

Evolution volumes 2024 vs 2023, tous circuits GSA



Inflation 2024 vs 2023

+1,3%

-2%

+1,5%

+0,1%

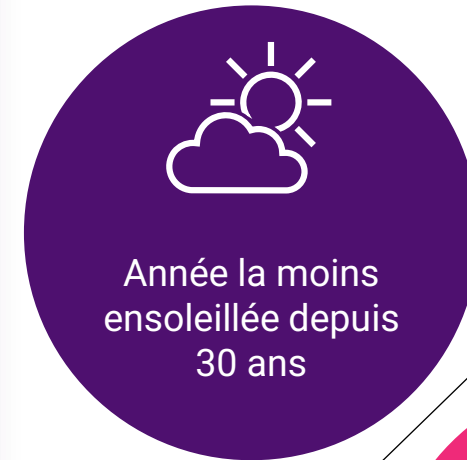
Particulièrement impactante pour notre marché, la météo est également venue jouer les troubles fêtes



2024, une des dix années les plus pluvieuses jamais observées

19/12/2024

Marquée par de nombreuses intempéries et des épisodes de précipitations intenses, l'année 2024 figure parmi les dix années les plus pluvieuses à l'échelle nationale.



Année la moins ensoleillée depuis 30 ans



Même si une des cinq années les plus chaudes en France

Dans ce contexte, notre marché connaît une année en demi-teinte

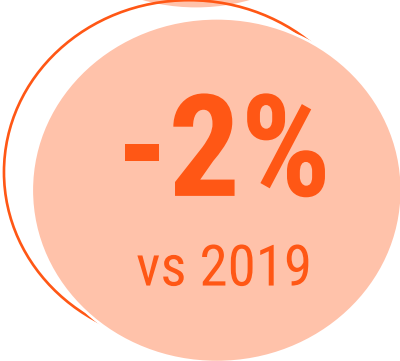
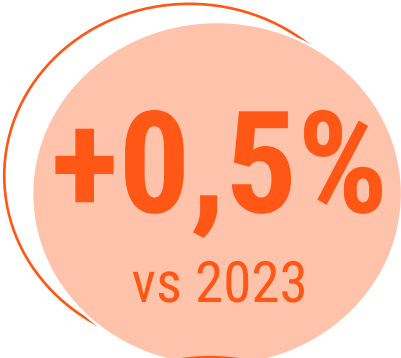
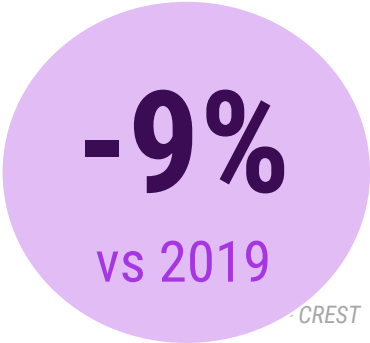
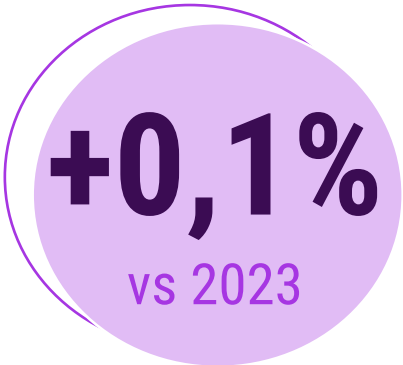
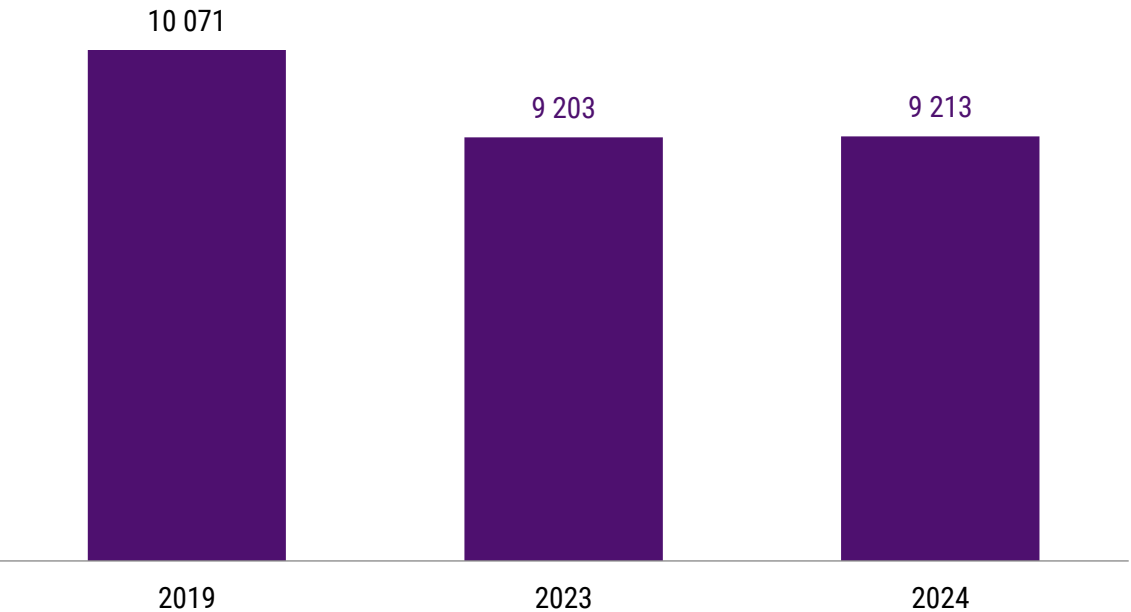
RHD

VISITES EN MILLION

2024

EVOLUTION DES
VISITES

EVOLUTION DES
DEPENSES



Un marché dynamisé par les CSP+ et les Retraités 65+ mais ralentit par les cibles Sensibles

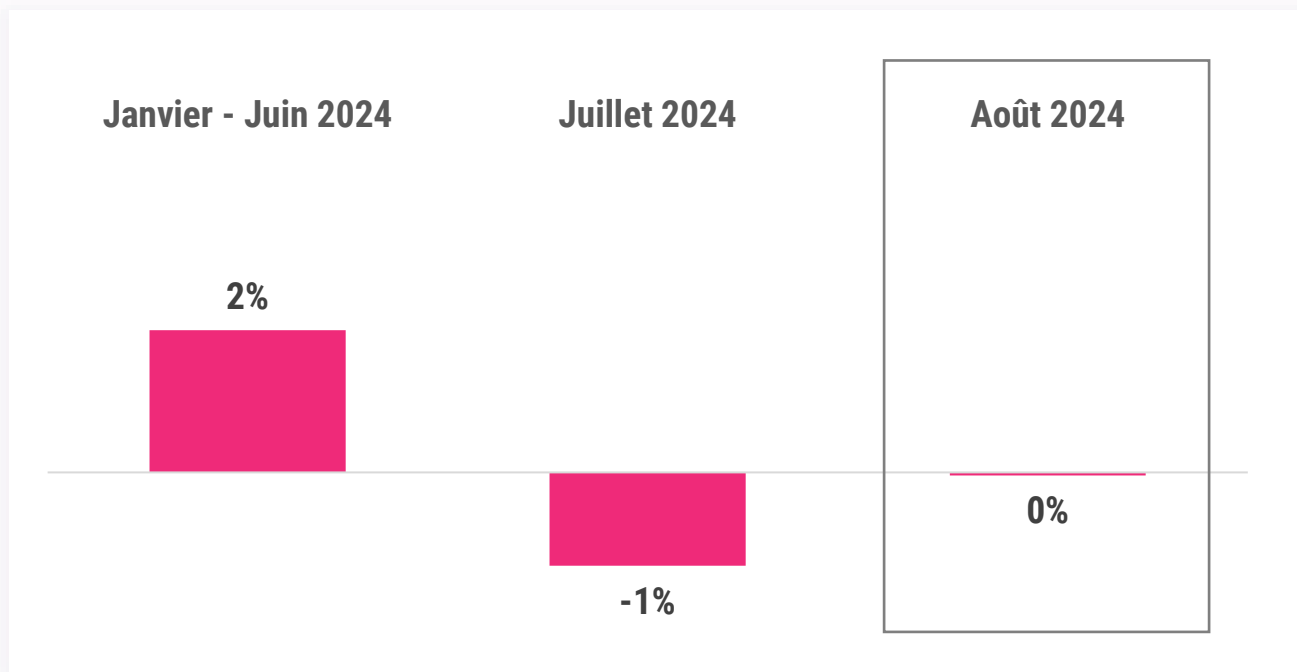
EVOLUTION DES CLASSES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES EN RHD, %
2024 vs 2023



Des Jeux Olympiques qui n'ont pas permis de dynamiser notre marché

Malgré un fort engouement

EVOLUTION DES VISITES EN REST. COMMERCIALE, %
2024 vs 2023



RAPPEL LEARNINGS JO 2024

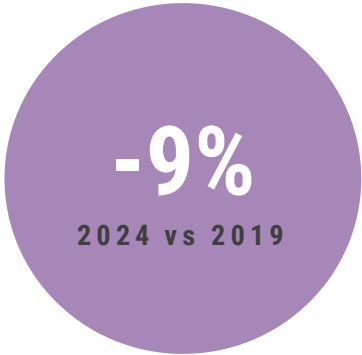
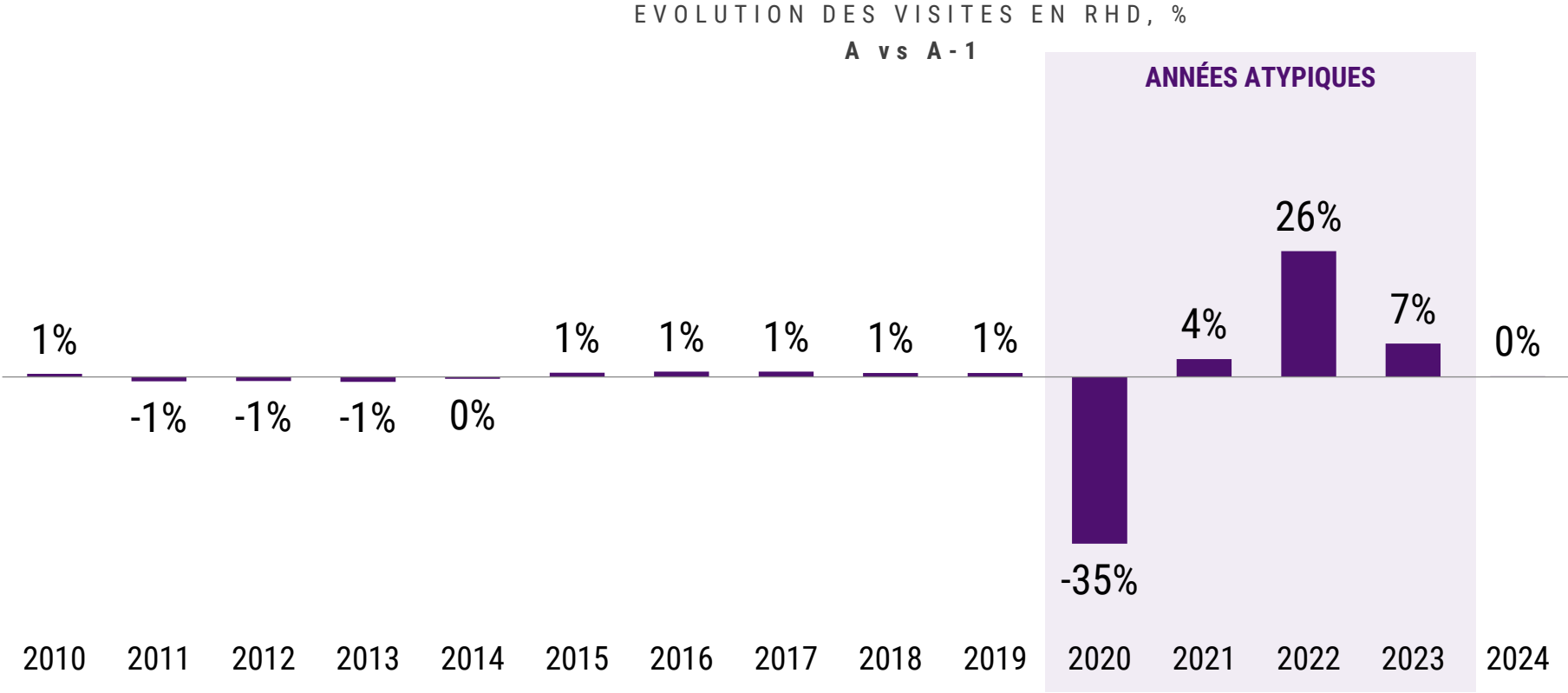
- 1 Une **réussite organisationnelle et un engouement populaire** qui n'ont **pas suffi à booster notre secteur** dans un contexte de restrictions des dépenses.
- 2 Le **recul du CHR et des Loisirs** est tout juste contrebalancé par le **dynamisme de certains circuits pratiques et/ou abordables** : GMS, Transports, RR Ethniques, Fastfood ou encore Boulangeries
- 3 Une période des JO **propice aux commandes digitales & aux produits « On the go »** et accessibles type Pizzas, Salades, Burgers, Sandwich ou encore Soft (+2,4pts vs Aout 23) et Eaux (+1,1pt vs aout 23)

Source : CREST

Circana, SCS | Proprietary and confidential

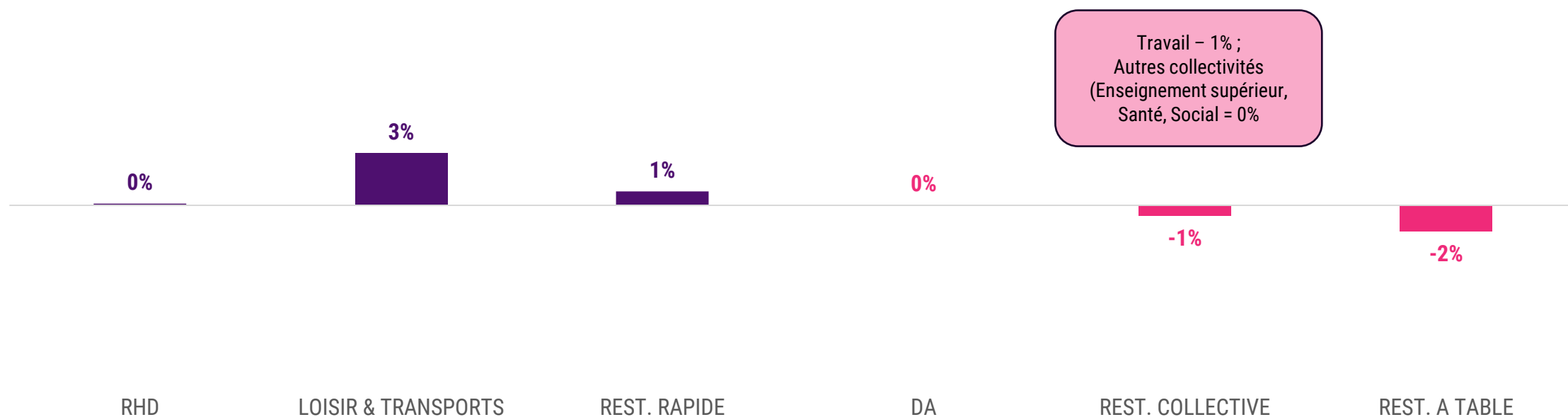
Un marché de la RHD qui a finalement repris un rythme 'normal' malgré les obstacles

Obstacles: inflation, météo, tensions politiques..



Les Transports & Loisirs et la Rest. Rapide performent mieux que la Rest. Coll et la Rest. À table, en recul.

EVOLUTION DES VISITES PAR CIRCUIT, %
2024 vs 2023





Faits marquants

2024 vs 2023



1

Le matin moteur, le déjeuner en berne

2

Toujours des arbitrages!

3

Des disparités de performance par circuit

4

La façon de consommer en RHD évolue



Faits marquants

2024 vs 2023

1

Le matin moteur, le déjeuner en berne



Le matin, moteur à court et long terme de notre marché, s'américanise

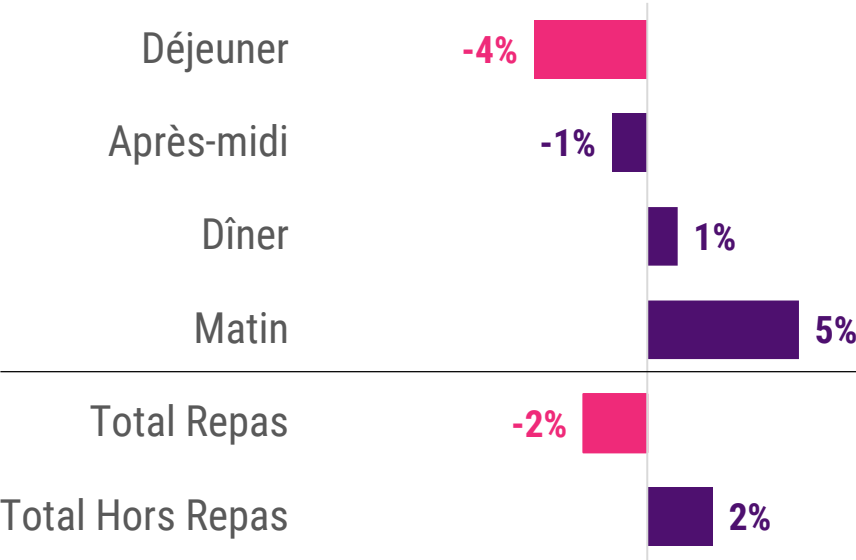


Le déjeuner pénalisé de manière transversale par le développement de la gamelle

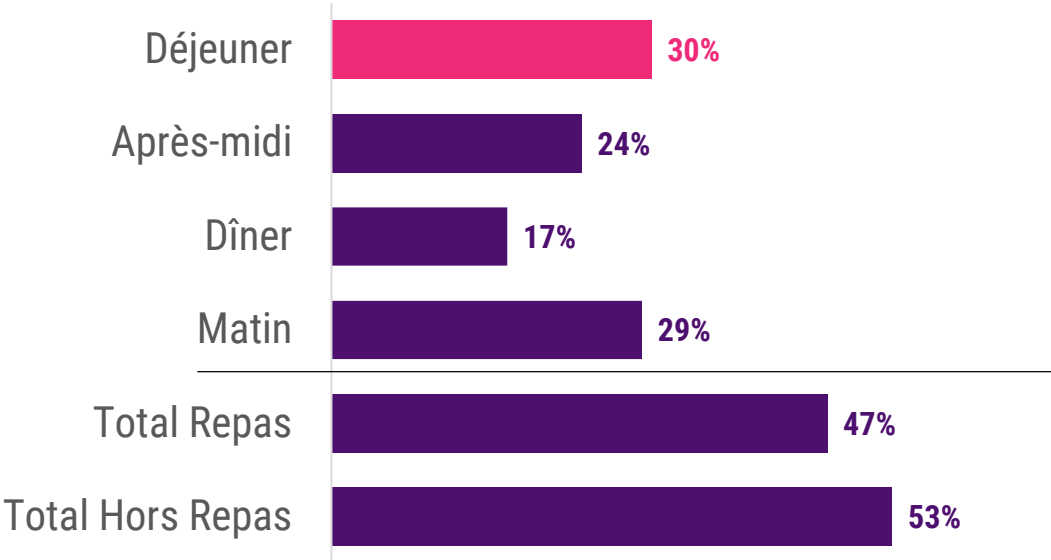
Le Déjeuner, un moment de journée phare, en difficulté

+0,1%
TOTAL
MOMENT

EVOLUTION DES VISITES EN RHD, %
2024 vs 2023



REPARTITION DES VISITES PAR MOMENT DE JOURNÉE
2024



Définition et la couverture de la Restauration Collective dans CREST

Couvert par CREST



Travail

Cantines d'entreprises



Cantines d'enseignement supérieur

Universités, Ecoles de commerce, etc.



Social/Santé

Hôpitaux (publiques ou privés),
EHPADs

100%

30% - seulement les
visiteurs et le personnel
(pas les malades)

Hors couverture CREST



Cantines scolaires

(pas droit d'interroger les
enfants de -16ans seuls)

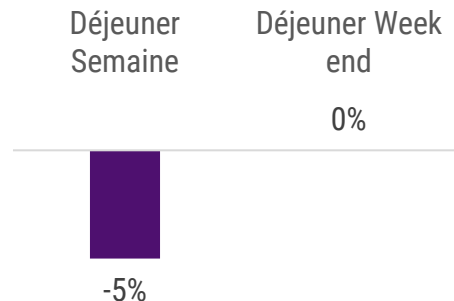
Crèches

**Captifs (Armée,
Prisons, etc.)**

Le déjeuner en semaine, pénalisé par le développement de la gamelle

UN REcul PLUS MARQUÉ EN SEMAINE

EVOLUTION DES VISITES EN RHD, %
2024 vs 2023



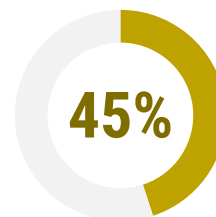
ISO AU SEIN DE TOUS LES GRANDS CIRCUITS
Exceptée la DA qui ne représente que 4% des visites Déjeuner

EN RAISON D'UN ARBITRAGE SUR LES OCCASIONS DE REPAS AU TRAVAIL



ET DE L'ARRIVÉE DE LA LUNCHBOX COMME UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE

Parmi les actifs déjeunant en dehors de chez eux



**DÉCLARENT
APPORTER LEUR REPAS
SUR LEUR LIEU DE TRAVAIL****

Vs l'année dernière



**1 sur 4
DÉCLARENT APPORTER
PLUS SOUVENT
UN PLAT CUISINÉ CHEZ EUX
SUR LEUR LIEU DE TRAVAIL*****

1^{ère} RAISON :



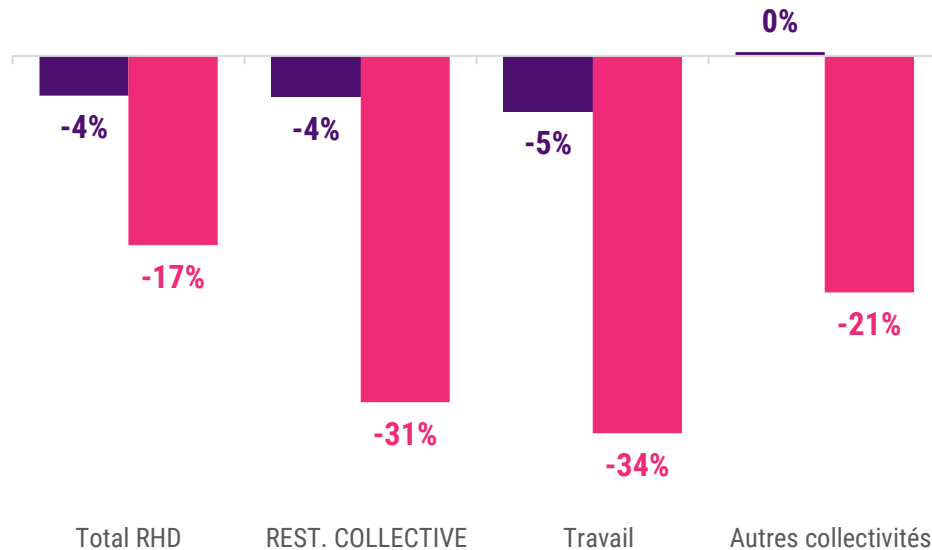
ECONOMIQUE / CONTROLER SON BUDGET

Le déjeuner est impacté par le recul des 25-44 ans (responsables de 60% des pertes en Rest. Collective) dû au télétravail ou à d'autres façon de consommer (ex. gamelle)

UN RECU TRANSVERSAL À COURT ET LONG TERME, POUR LA REST. COLLECTIVE

EVOLUTION DES VISITES AU DÉJEUNER EN RHD, %

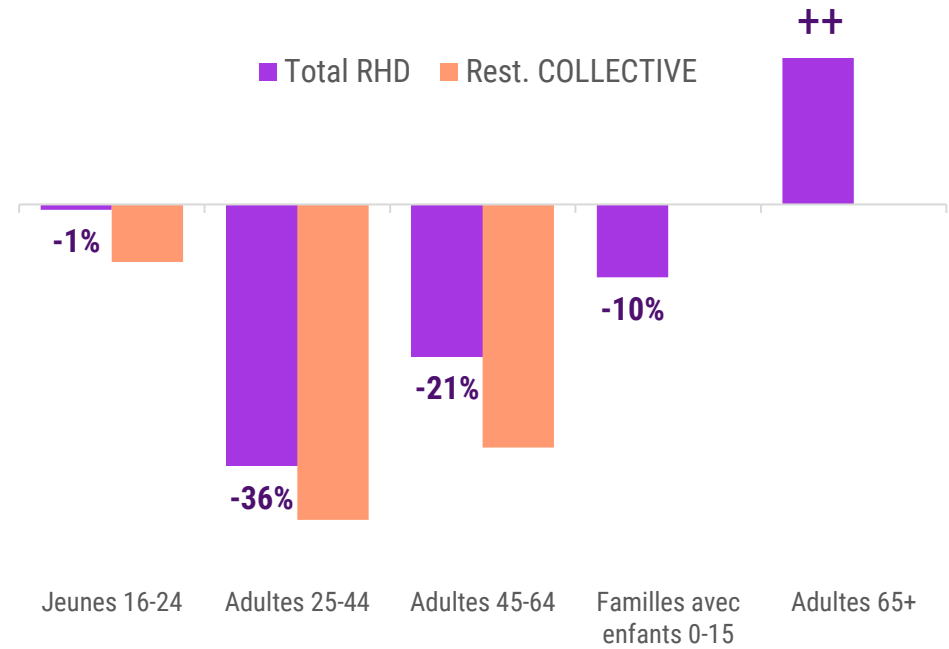
■ 2024 vs 2023 ■ 2024 vs 2019



UN RECU TRANSVERSAL À COURT ET LONG TERME, POUR LA REST. COLLECTIVE

EVOLUTION DES VISITES AU DÉJEUNER EN RHD et REST COLLECTIVE - 2024-2019, %

■ Total RHD ■ Rest. COLLECTIVE



2

Toujours des arbitrages !



Faits marquants

2024 vs 2023



**Des familles qui délaissent
notre marché, tout comme les
Inactifs/CSP-**

**Les circuits abordables
toujours plus attractifs pour
les jeunes**

**Des 65+ porteurs de
dynamisme**



**Les Menu et Promotions de
plus en plus plébiscitées**



**Des produits victimes des
stratégies d'arbitrage**

Les consommateurs cherchent à **maîtriser** leur budget

66%

des Français déclarent la **hausse des prix** générale a affecté leurs habitudes de consommation au restaurant*

69%

des Français déclarent qu'ils **ne s'attendaient pas à de telles hausses de prix** en restauration**



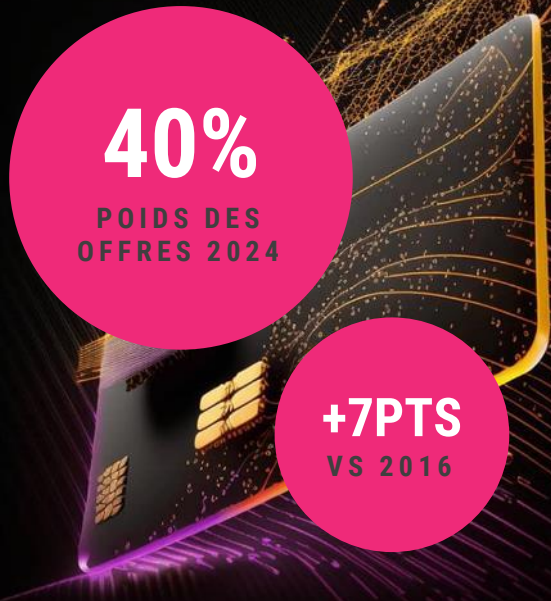
*Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes concernant les restaurants, les fast-foods, les pubs/bars, les cafés, les cafés-restaurants ou les cantines ? (Plutôt d'accord + Tout à fait d'accord)

**Pensez aux augmentations de prix dans les restaurants, les fast-foods, les pubs/bars, les cafés, les cafés-restaurants par rapport à l'année dernière. Laquelle des affirmations suivantes s'applique le mieux à vous ?

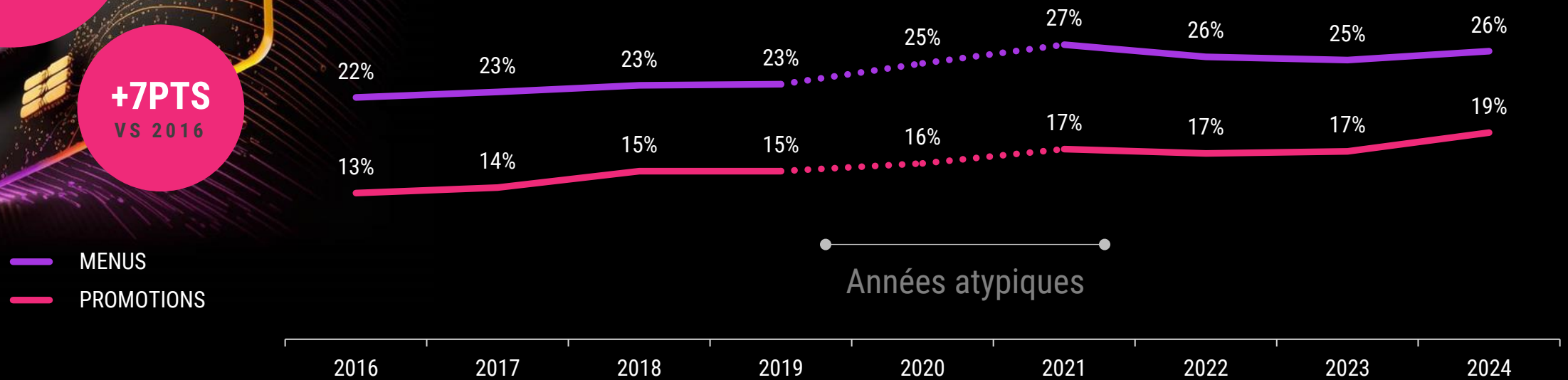
Source: Circana – Sentiment Study W13, France, Septembre 24

Plus de menus, et également plus de promotions

Menu: +1pt vs l'année dernière, Promotions: +2 pts vs l'année dernière

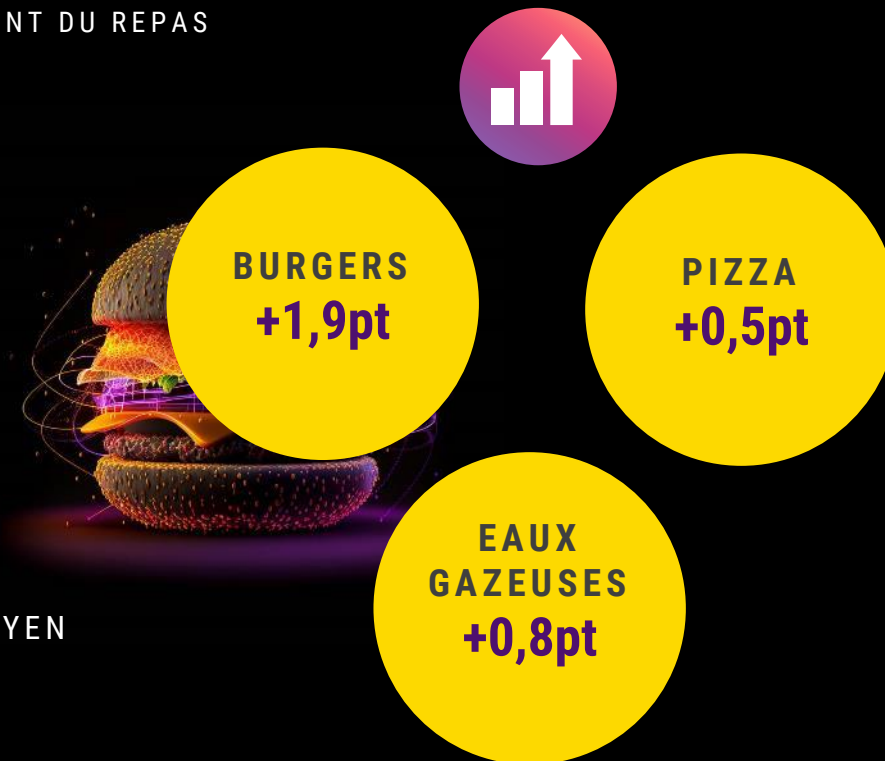


POIDS DES VISITES EN RESTAURATION COMMERCIALE AVEC OFFRE (= MENU ET/ OU PROMO)



Toujours des arbitrages sur certains produits périphériques ou valorisés

EVOLUTION DU TAUX DE PRISE
EN RESTAURATION À TABLE AU MOMENT DU REPAS
2024 vs 2023

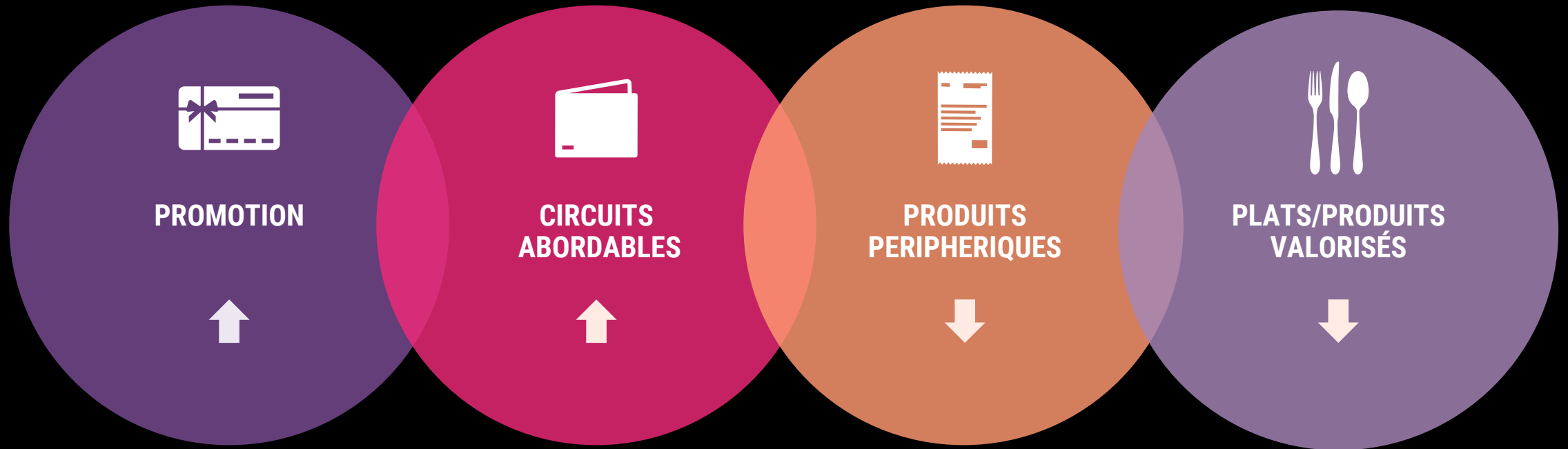


EVOLUTION DU TICKET MOYEN
+1%

EVOLUTION DU NOMBRE D'ITEMS
+0%

Learnings Arbitrages

Plus de promotions, Moins de plats/ produits valorisés et de produits périphériques, et certaines cibles qui se tournent vers des circuits plus abordables





Faits marquants

2024 vs 2023



3

Des disparités de performance par circuit



La RAT au ralenti
Les indép. en difficulté sauf auprès des 65+ & les chaînés dynamiques se renouvellent



Les Transports & Loisirs, dynamiques bénéficient du regain de mobilité



Une Restauration Rapide partagée:

Des Burgers toujours en difficulté, malgré la surenchère des Menus Accessibles

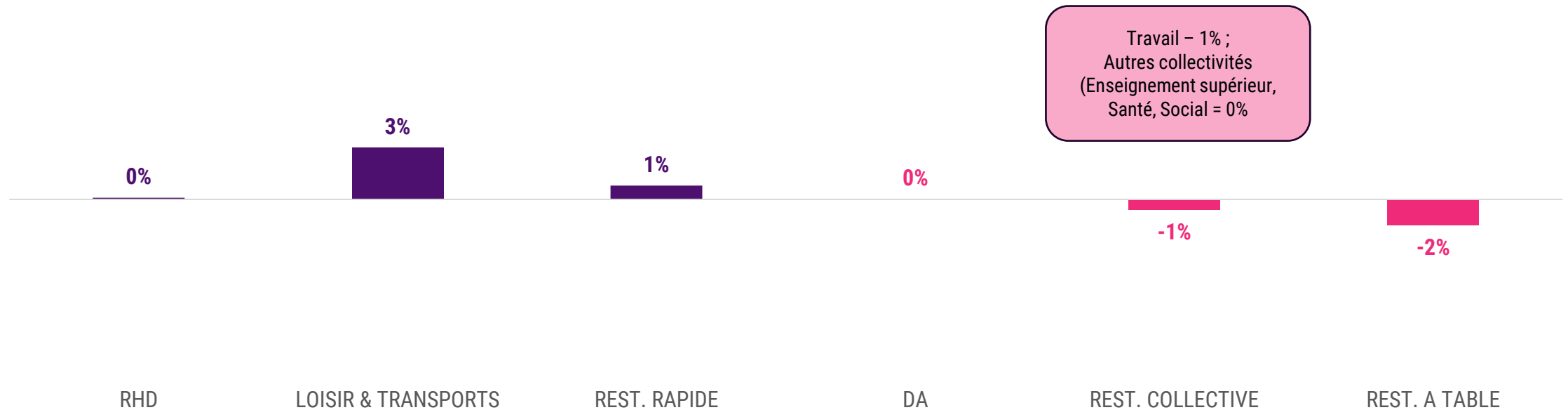
Des QS Ethniques boostés par la tendance Asiatique et les Tacos/Kebab

Les chaînes Plaisir sucrés (Donuts / Coffee Shops...) séduisent

La GMS continue d'attirer grâce à son attractivité prix

Les Transports & Loisirs et la Rest. Rapide performant mieux que la Rest. Coll et la Rest. À table, en recul.

EVOLUTION DES VISITES PAR CIRCUIT, %
2024 vs 2023

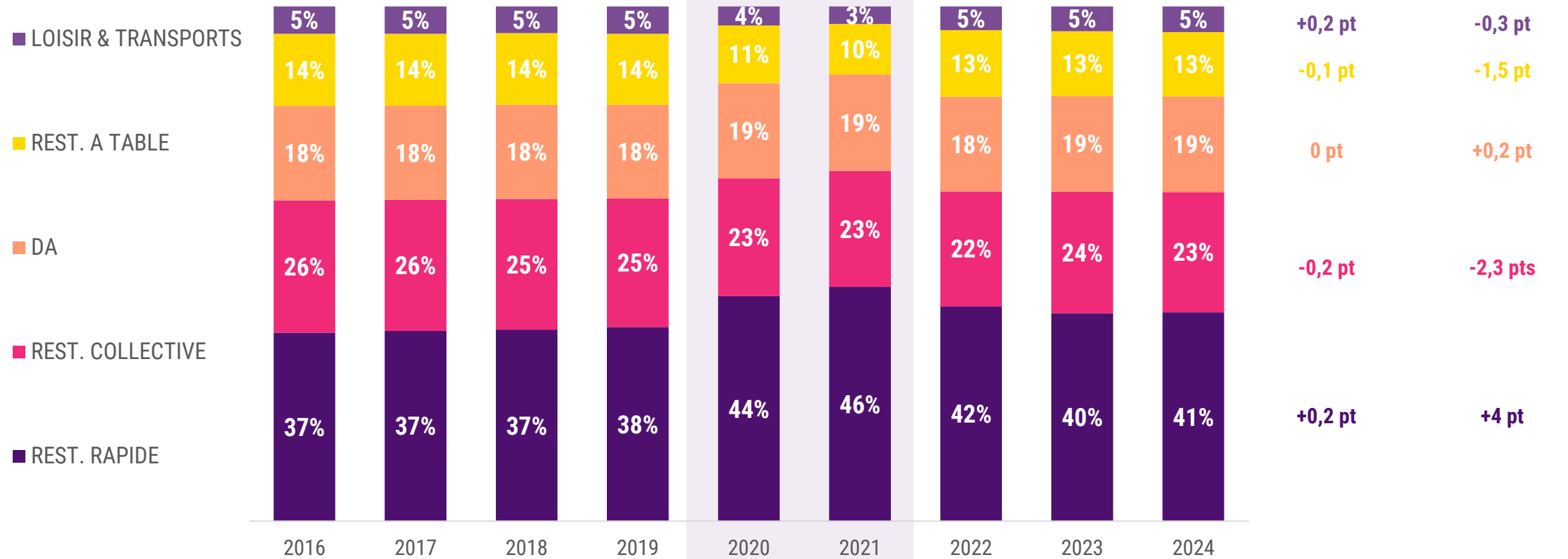


A plus long terme RAT et Rest. Coll ont perdu de la PDM en visites.

REPARTITION EN VISITES, %

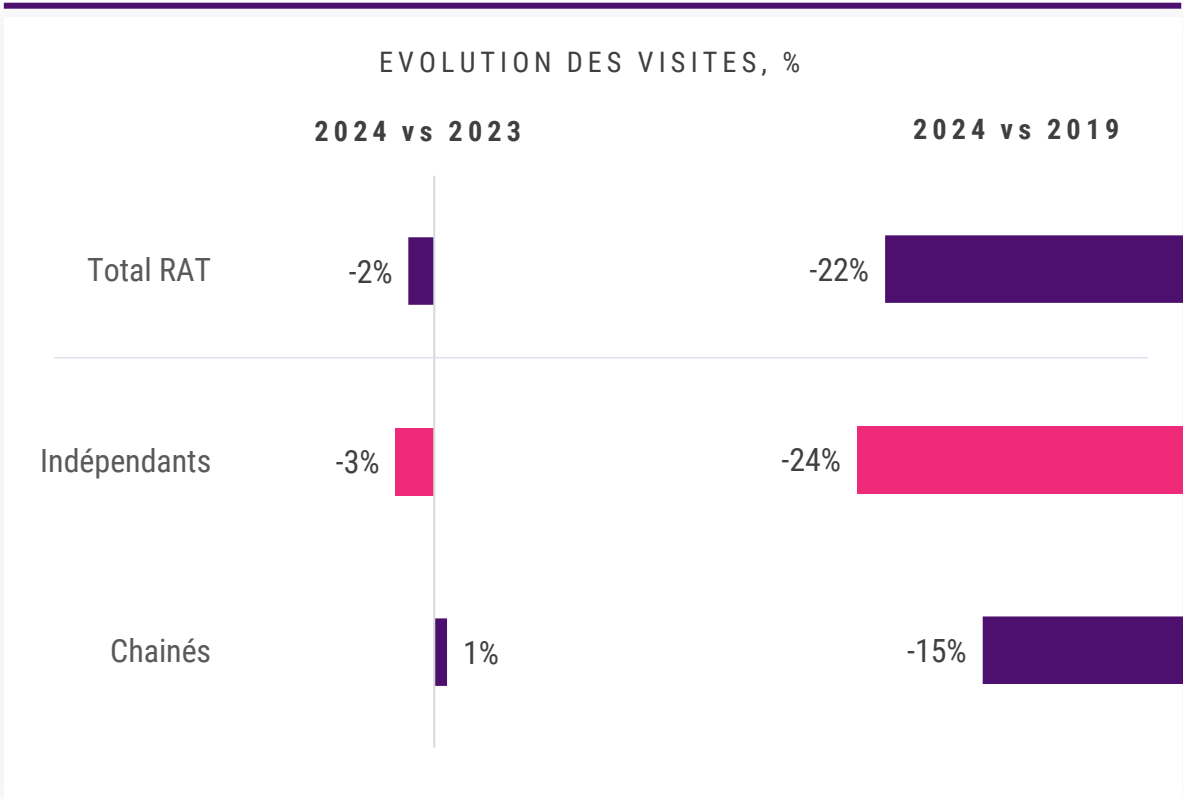
ANNÉES ATYPIQUES

EVOLUTION DES VISITES, EN PT
2024 vs 2023 2024 vs 2016

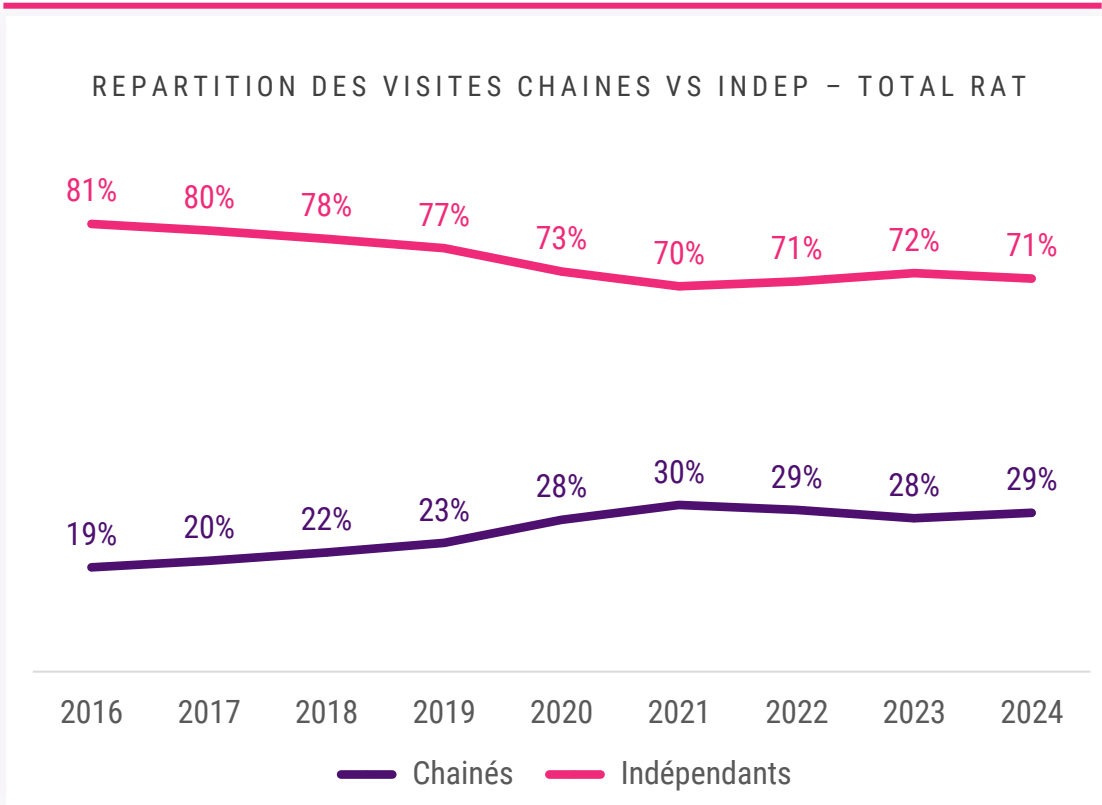


Au sein de la RAT, 2 tendances: les indép. sont en léger recul quand les chaînés progressent

LES CHAÎNÉS GAGNENT EN FRÉQUENTATION VS 2023 ET VS PRÉ-COVID

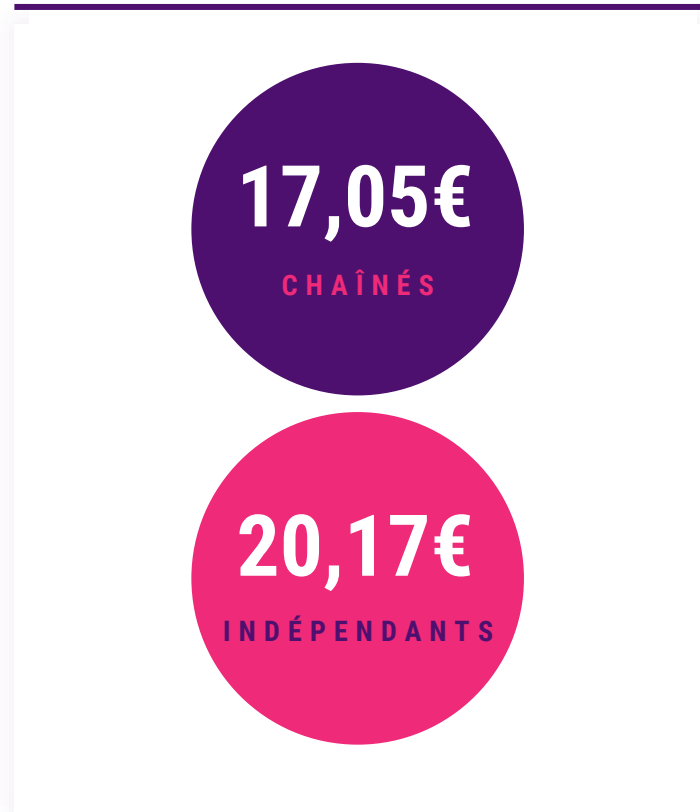


DES CHAÎNÉS QUI GAGNENT DES PDM EN RAT

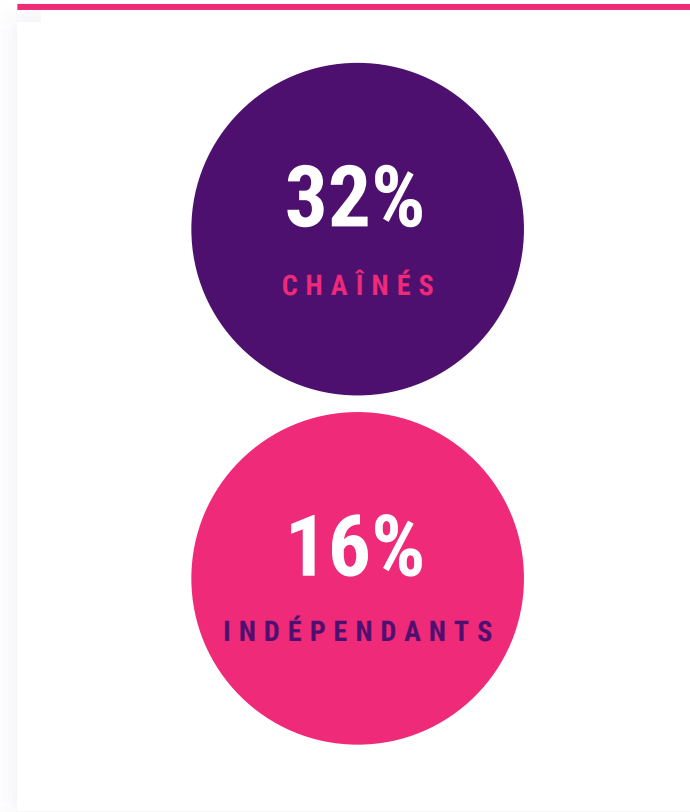


Un ticket moyen plus abordable, d'avantage d'offres (menu/promo) pour les chaines

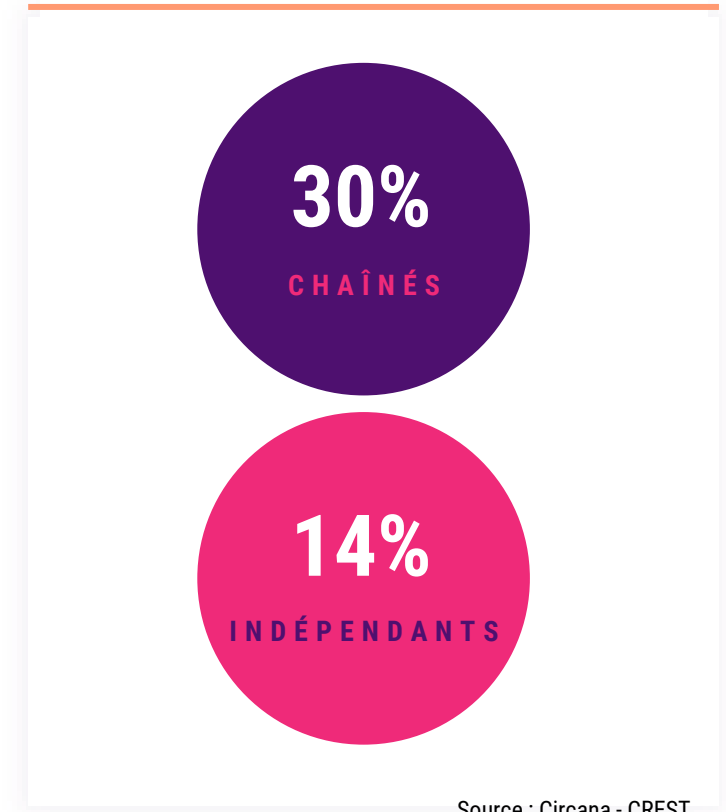
TICKET MOYEN PAR PERSONNE
EN REST. TRAD AU REPAS, 2024



POIDS DES VISITES AVEC MENU
EN REST. TRAD, % 2024



POIDS DES VISITES AVEC PROMO
EN REST. TRAD, % 2024



Source : Circana - CREST

Des concepts de RAT chaînées qui continuent de se renouveler et de se développer

*Au Bureau –
Groupe Bertrand*
40% du parc est passé
au dernier concept
lancé en 2020
**200 restaurants, veut
doubler la mise**



*Hippopotamus –
Groupe Bertrand*
Bientôt 100% de
steakhouse à la française
105 restaurants



*Les 3 Brasseurs
– Groupe Agapes*
Mise sur l'expérience
autour de la bière et
l'environnement
77 restaurants
Obj: +10 rest. En 2025



*Buffalo Grill
– Groupe Napaqaro*
Evolution en concept
« road trip » à l'Américaine
depuis 2023
340 restaurants

Source : En note

Les bouillons comme un concept transgénérationnel ont de la côte grâce aux prix serrés et cuisine française

Nouvelle franchise de JF Feuillette – Bouillons « Chez Lucette »



LE RESTAURANT NOTRE CARTE CONTACT



Une carte pour tous

De 7 à 77 ans, chacun trouvera son bonheur dans notre carte de cuisine traditionnelle française.



Des ingrédients de qualité

Des œufs fermiers, viande française, accompagnements et desserts maison, etc. Chez Lucette, on ne transige pas avec la qualité !



Restaurant & Bar

Pour un repas en famille ou un apéritif entre amis, Chez Lucette tout le monde est le bienvenu !

Chez Lucette à Troyes, le nouveau concept de Jean-François Feuillette

Troyes. Alors que sa chaîne de boulangeries ne cesse d'ouvrir de nouvelles enseignes

Jean-François Feuillette décline les recettes de s inspiré des bouillons parisiens.

Chez Lucette surfe sur la [tendance des bouillons parisiens](#) et reprend les succès qui ont fait le succès des boulangeries Feuillette. D'abord, une implantation en périphérie du centre-ville, très facilement accessible et avec des places de parking. Ensuite, un décor soigné et des équipes en chemise blanche.

Un concept en franchise, sur le même modèle que ses boulangeries

Enfin, dans l'assiette, des produits de qualité, des plats traditionnels et des prix accessibles. Les entrées sont proposées entre 3,50 € et 7 €, les plats entre 8 € et 13 €. Et tous les dimanches, les clients peuvent déguster l'incontournable poulet fermier rôti accompagné de frites maison. La sélection de desserts propose des choix gourmands entre 3 € et 8 €.



Clés du succès des Bouillons



- Une carte pour tous
- De plats simples
- Cuisine du terroir / de notre enfance
- Prix raisonnables
- Produits (pour la plupart) locaux
- Une nouvelle « fastfood » assise à la française où la rapidité du service est une clé du succès

vw.liberation-champagne.fr/id670820/article/2024-12-13/chez-lucette-le-nouveau-concept-de-jean-francois-feuillette



Faits marquants

2024 vs 2023

3

Des disparités de performance par circuit

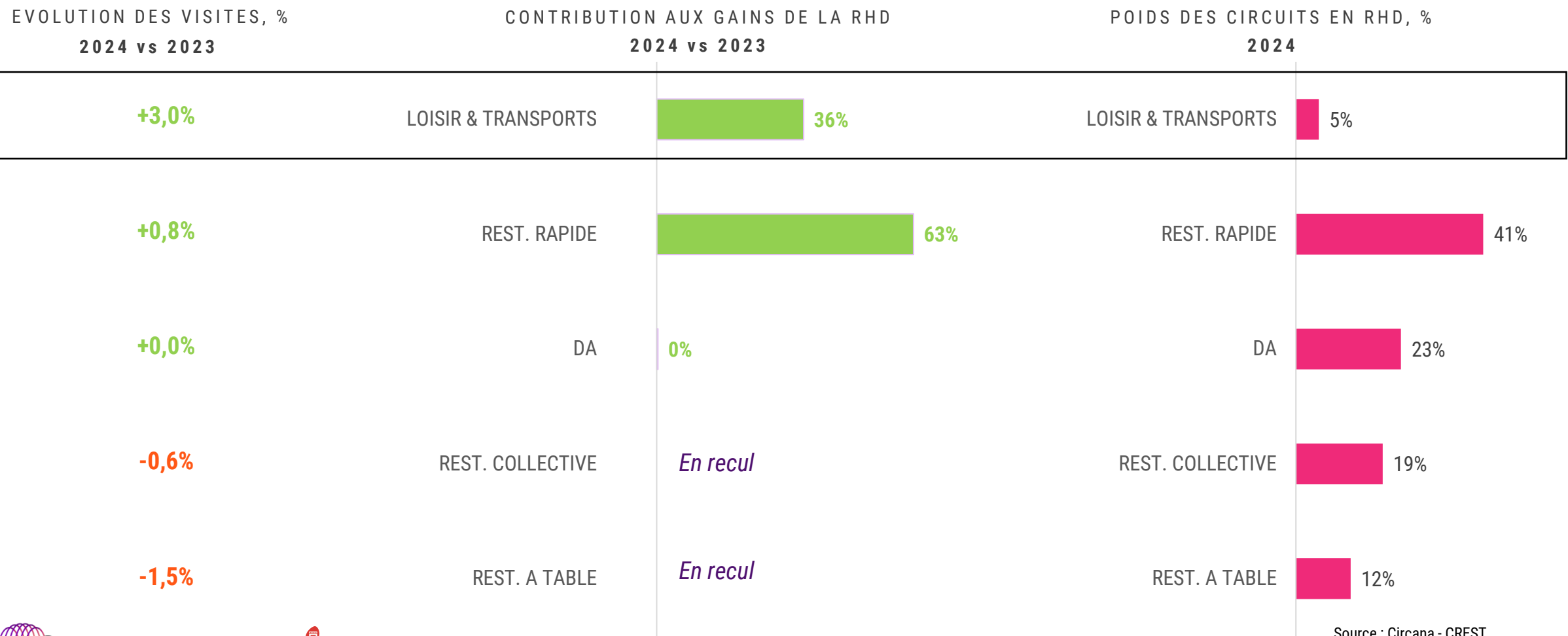


La RAT au ralenti
Les indép. en difficulté sauf
auprès des 65+ & les chaînés
dynamiques se renouvellent



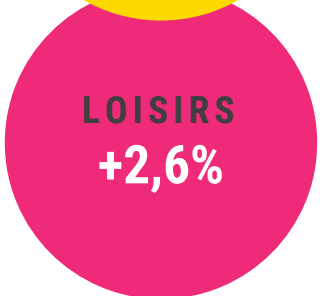
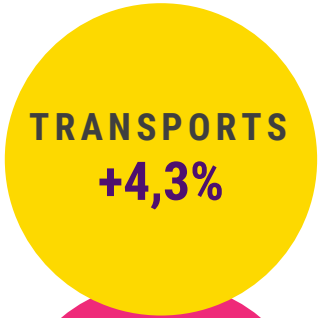
**Les Transports & Loisirs,
dynamiques bénéficient du
regain de mobilité**

Les Transports et Loisirs sur contribuent nettement aux gains du marché



Un dynamisme aussi bien pour les Transports que les Loisirs, signe de mobilité retrouvée

EVOLUTION DES VISITES, %
2024 VS 2023



FRÉQUENTATION CINÉMA:
+1 MILLIONS D'ENTRÉE VS 2023,
SOIT +0,5%*

FRÉQUENTATION CENTRES COMMERCIAUX:
+1,2% VS 2023*

PARC DE LOISIRS:
FRÉQUENTATION EN HAUSSE DANS DE NOMBREUX PARCS*

MUSÉES, EXPO, PATRIMOINE:
FRÉQUENTATION EN HAUSSE*

La fréquentation des cinémas en hausse en France en 2024, une "exception mondiale"

LE 31 DÉC. 2024 À 08H25 (TU) • Mis à jour le 31 déc. 2024 à 16h43 (TU) • Par AFP • © 2024 AFP



Malgré les JO, la fréquentation des musées parisiens au plus haut et des expos records en 2024

Par [Justine Kiehl](#)
Rapporté le 6 janvier 2025 à 12h02. Mis à jour le 7 janvier 2025 à 10h00

C'est l'heure du bilan ! Quelles sont les expositions qui ont le plus cartonné en France en 2024 ? Combien de visiteurs se sont rendus dans les musées ? Quelle influence ont eu les Jeux de Paris sur les chiffres de fréquentation ? Des grands succès attendus de Rothko et Van Gogh à des records plus surprenants, voici le résumé de cette année riche en culture et en émotions.



"LA CONSOMMATION DÉCROCHE? NOUS ON NE LE VOIT PAS": LES CENTRES COMMERCIAUX ONT FAIT LE PLEIN EN 2024

Frédéric Blanchi | Le 20/12/2024 à 16h00



Parc Astérix : nouveau record de fréquentation en 2024

Mise à jour le 24/10/2024

Retrouvez dans cette section toutes les informations relatives au Parc Astérix en France. Maintenez vous informé sur toute l'actualité des grands groupes grâce aux experts TourMaG.

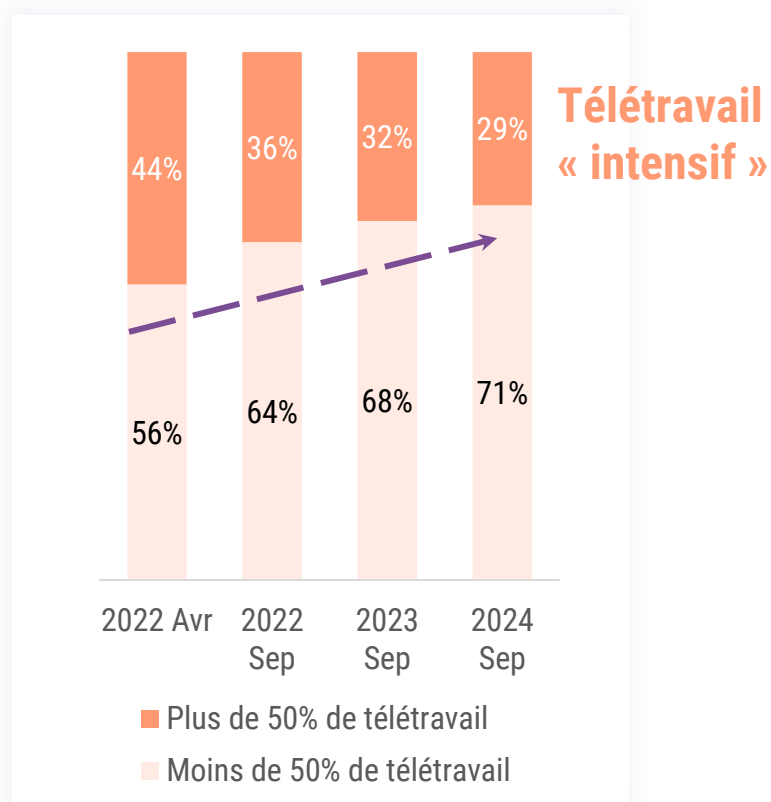
Rédigé par Manon Morelli le Jeudi 24 Octobre 2024



La baisse de télétravail intensif favorise également la mobilité

Le nombre de télétravailleur est **stable**, autour de **46%**

DIMINUTION DU TÉLÉTRAVAIL « INTENSIF »





Faits marquants

2024 vs 2023

3

Des disparités de performance par circuit



La RAT au ralenti
Les indép. en difficulté sauf
auprès des 65+ & les chainés
dynamiques se renouvellent



Les Transports & Loisirs,
dynamiques bénéficient du
regain de mobilité



Une Restauration Rapide partagée:

Des Burgers
toujours en
difficulté, malgré la
surenchère des
Menus Accessibles

Des QS Ethniques
boostés par la
tendance Asiatique
et les Tacos/Kebab

Les chaines Plaisir
sucrés (Donuts /
Coffee Shops...)
séduisent

La GMS continue
d'attirer grâce à son
attractivité prix

Définitions Boulangeries vs Sandwicheries dans CREST

Boulangeries

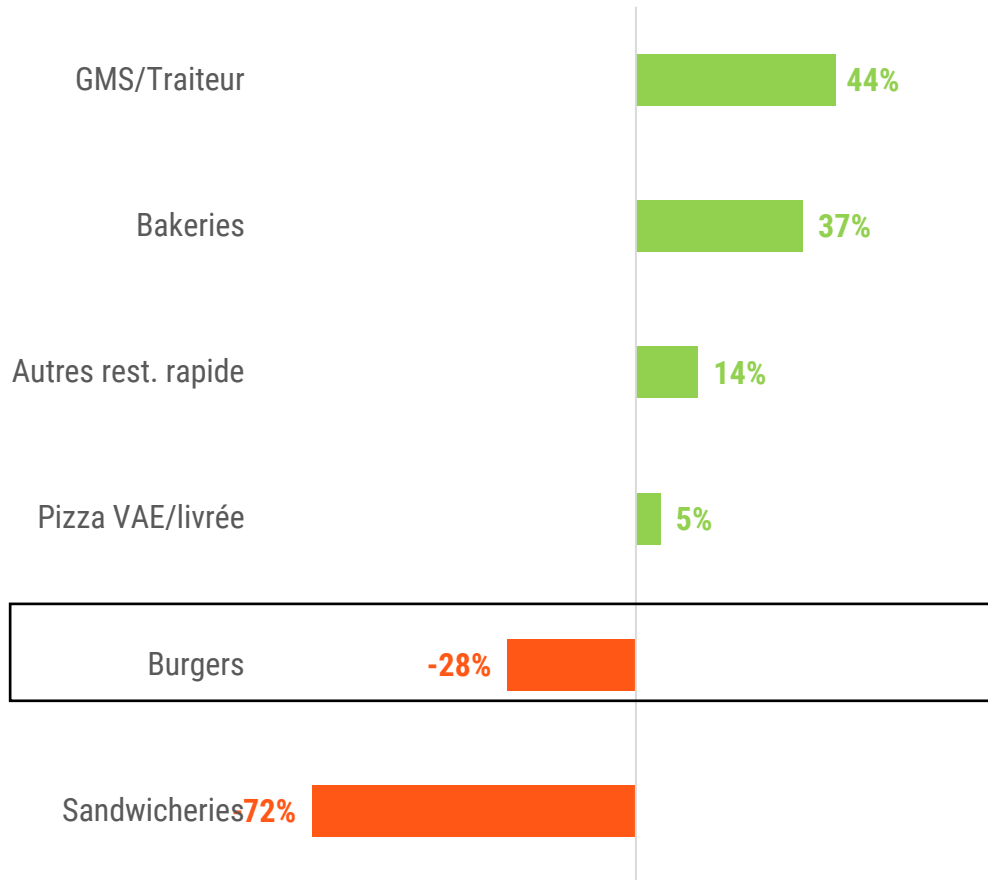
- Boulangeries artisanales indépendantes (hors d'achats du pain seul)

Sandwicheries

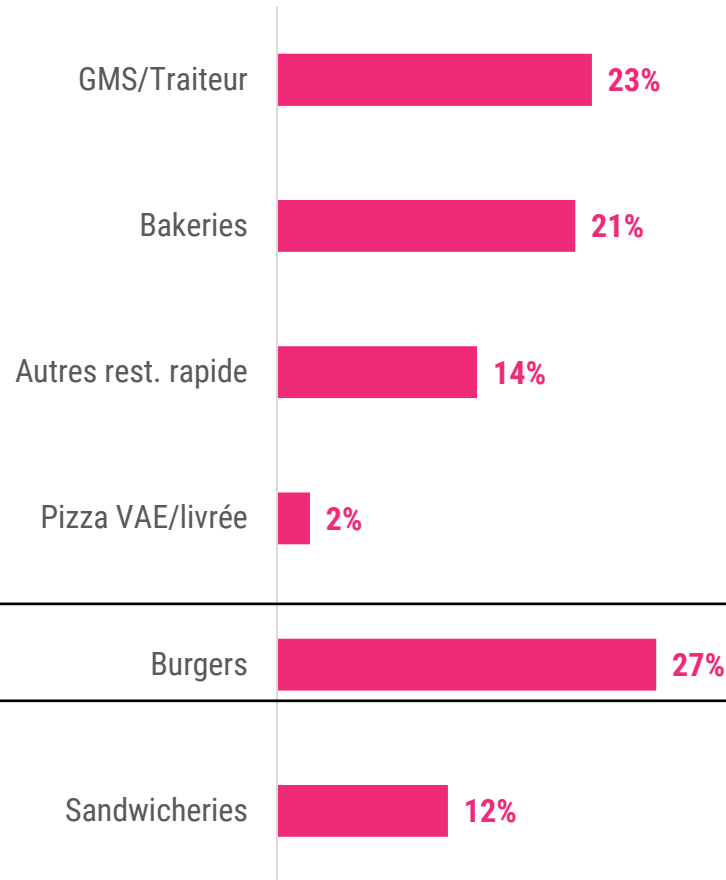
- Sandwicheries dans CREST incluent:
- Les Chaînes de Boulangeries ou Sandwicheries:
- Ange; Bagel Corner; Bagelstein; Bert's; Bonne Journée; Boulangerie Feuillette; Boulangerie Louise; Brioche Dorée; ClassCroute; Coeur de Blé; Cojean; Dubble; Exki; Firmin; Grenier à Pain; Kayser; La Croissanterie; La Mie Câline; Les Fromentiers; Marie Blachère; Pat à Pain; Paul; PeGast; Point Chaud; Pomme de Pain; Prêt A Manger; So Good; Subway, etc. + sandwicheries indépendantes (spécialité – sandwiches)

Les Burgers, circuit clé, en difficulté

CONTRIBUTION AUX GAINS ET PERTES DE LA REST. RAPIDE, %
2024 vs 2023



POIDS DES CIRCUITS EN REST. RAPIDE, %
2024



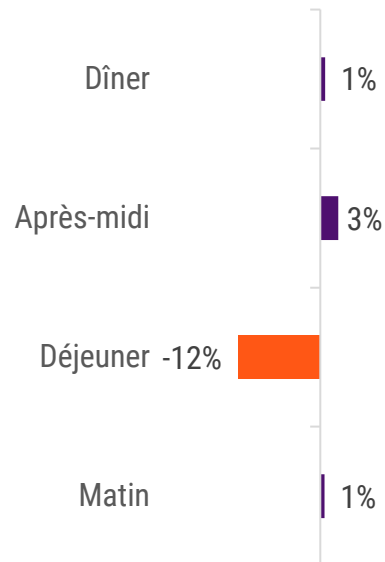
EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023

3%
2%
1%
3%
-1%
-3%

Les Sandwicheries à la peine, pénalisées par le déjeuner et leur prix

LE DÉJEUNER EN NET REcul EN SANDWICHES

EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023

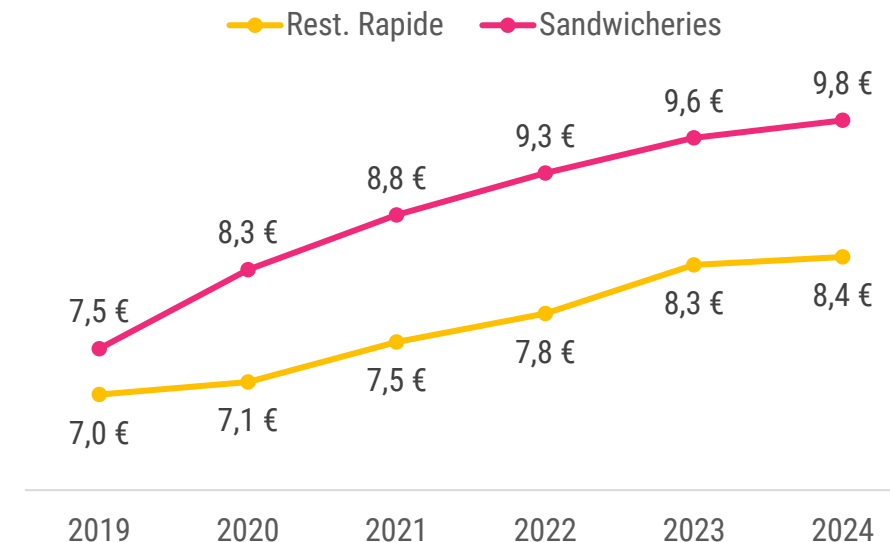


EVOLUTION DU POIDS DU DÉJEUNER
EN SANDWICHES, EN PT
2024 VS 2019



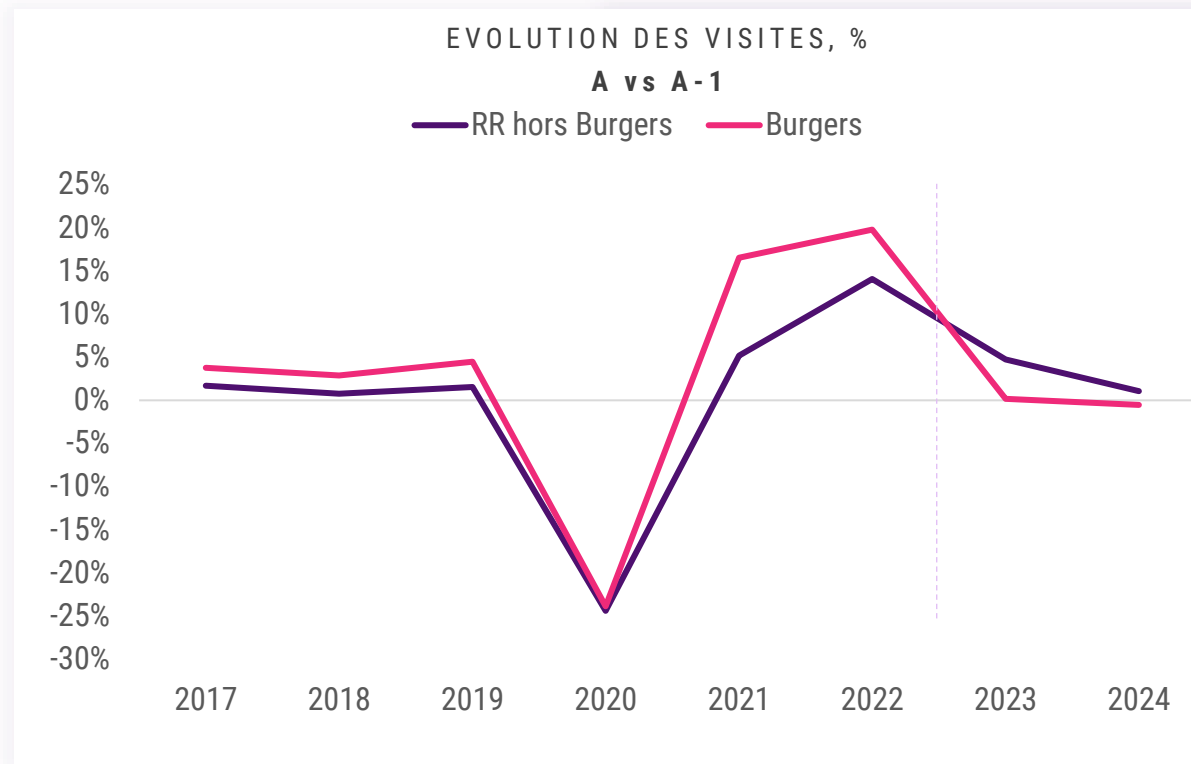
UN TICKET MOYEN PAR PERSONNE DÉSORMAIS NETTEMENT PLUS ÉLEVÉ QU'EN MOYENNE REST. RAPIDE

TICKET MOYEN PAR PERSONNE PENDANT LES REPAS, EN €



Un ralentissement de la fréquentation pour tous les acteurs de Fastfood Burgers en 2024

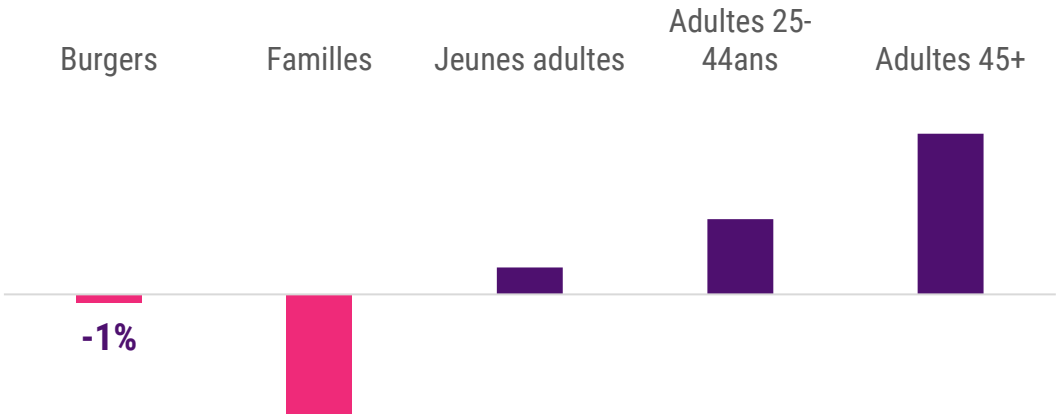
DEPUIS 2 ANS DES BURGERS QUI PERFORMENT MOINS BIEN QUE LE RESTE DE LA RESTAURATION RAPIDE



Une guerre des prix en 2024 qui ne convainc pas tous les consommateurs



EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023



Des Familles et des jeunes qui plébiscitent davantage les
Ethniques Rapides (ex. O'Tacos, etc...) au détriment des
Fastfoods...



Faits marquants

2024 vs 2023

3

Des disparités de performance par circuit



La RAT au ralenti
Les indép. en difficulté sauf
auprès des 65+ & les chaînés
dynamiques se renouvellent



Les Transports & Loisirs,
dynamiques bénéficient du
regain de mobilité



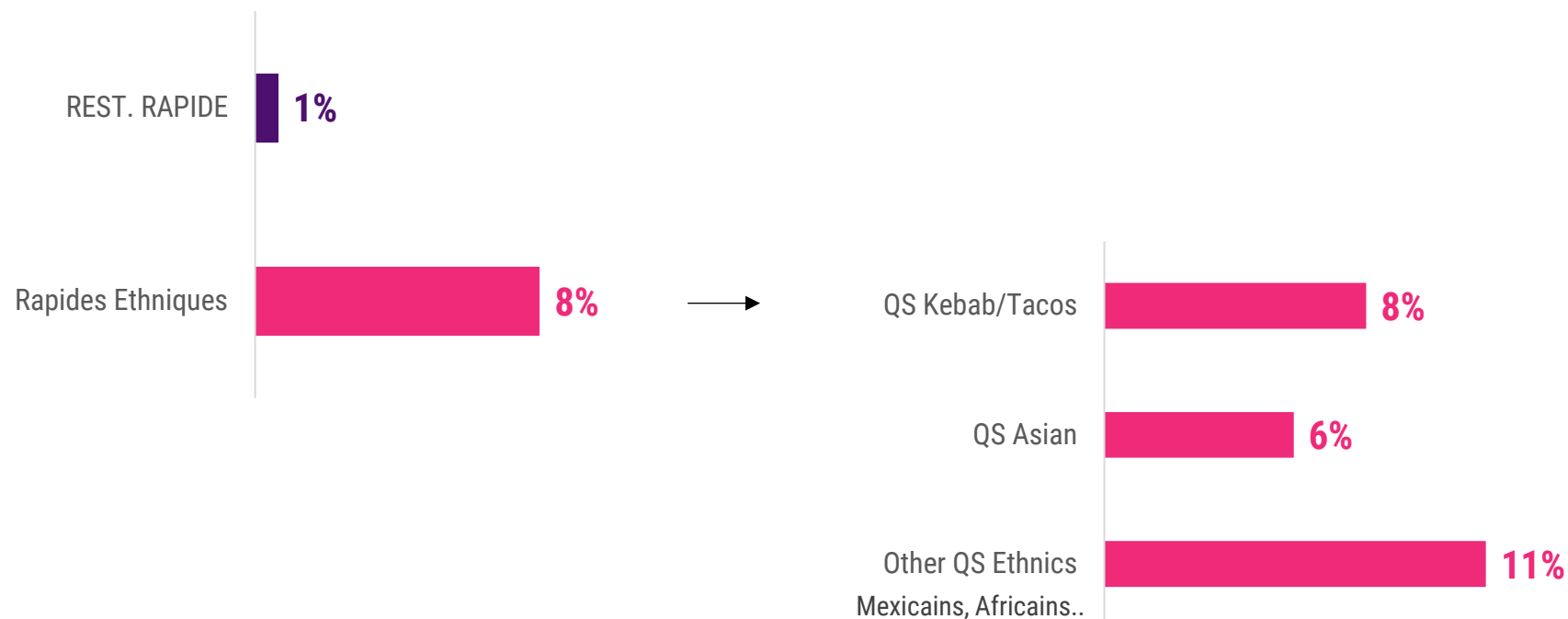
Une Restauration Rapide partagée:

Des Burgers
toujours en
difficulté, malgré la
surenchère des
Menus Accessibles

Des QS Ethniques
boostés par la
tendance Asiatique
et les Tacos/Kebab

Un contexte favorable au développement des Ethnics Rapides (font partie des « Autres Rest. Rapides »)

EVOLUTION EN VISITES DES CIRCUITS, %
2024 VS 2023



POIDS EN VISITES EN
Rapides Ethniques, %
2024

77%

15%

9%



Faits marquants

2024 vs 2023

3

Des disparités de performance par circuit



La RAT au ralenti
Les indép. en difficulté sauf
auprès des 65+ & les chaînés
dynamiques se renouvellent



Les Transports & Loisirs,
dynamiques bénéficient du
regain de mobilité



Une Restauration Rapide partagée:

Des Burgers
toujours en
difficulté, malgré la
surenchère des
Menus Accessibles

Des QS Ethniques
boostés par la
tendance Asiatique
et les Tacos/Kebab

Les chaînes Plaisir
sucrés (Donuts /
Coffee Shops...)
séduisent

La GMS continue
d'attirer grâce à son
attractivité prix

Le 'Plaisir Sucré', au travers des donuts et coffee shop, est plébiscité

DES ENSEIGNES PLAISIRS SUCRÉS DE PLUS EN PLUS PRÉSENTES

NOMBRE D'ENSEIGNES PLAISIRS SUCRÉS
PRÉSENTES DANS LE CLASSEMENT
TOP 150 GROUPES EN CA

2017

12

+9

2023

21



Plaisirs Sucrés: Glaciers, Gauffres, Donuts, Coffee Shops

Data collectées : BRA 2017 et au Snacking 2023

UN SEGMENT DU COFFEE SHOP DYNAMIQUE

EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023

COFFEE
SHOPS
+2,3%

REST.
RAPIDE
+0,6%

UN DÉVELOPPEMENT QUI VA SE POURSUIVRE



20 PDV fin 2024
Lancement Déc 23



Lancement en France prévu
courant 25

Feuillette ouvre son premier coffee-shop à la
française

Tours (Centre-Val de Loire) Feuillette, un des leaders des boulangeries-pâtisseries en France, s'essaye au salon de thé à Tours. Une première ouverture qui en appelle d'autres.

Publié le 11 octobre 2024 à 12:04



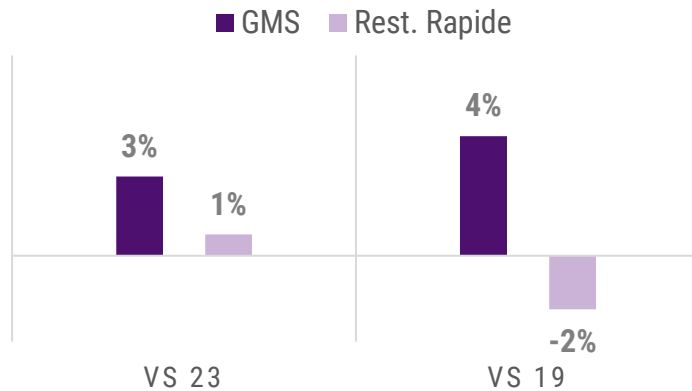
©Alain Dunkin
Jean-François Feuillette, fondateur et dirigeant des boulangeries-pâtisseries Feuillette, est aussi à la tête d'un restaurant
Choucroute à l'Étoile et du Café Feuillette à Tours

Source : Circana - CREST

La GMS continue d'attirer grâce à son attractivité prix

UN CIRCUIT DYNAMIQUE EN HORS DOMICILE

EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023



ET PLUS GLOBALEMENT

La Proxi, circuit 'physique' des
PGCFLS le plus dynamique

UNE ATTRACTIVITÉ LIÉE NOTAMMENT AU PRIX

INDICE GMS VS REST. RAPIDE

Raison de choix
« **Ce n'est pas Cher** »

138

Soit 21% des visites en GMS

TICKET MOYEN PAR PERSONNE
2024

4€31

GMS

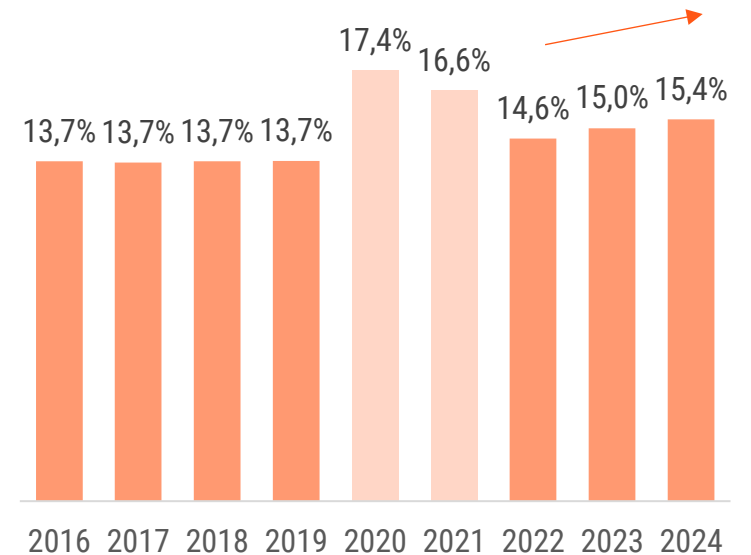


6€19

Rest. Rapide

UNE PROGRESSION CONTINUE POST COVID

POIDS EN VISITE DE LA GMS PROXI EN
REST. COMMERCIALE



Source : Circana - CREST

4

La façon de consommer en RHD évolue



Faits marquants

2024 vs 2023



La conso à emporter en extérieur moteur, boostée par le retour de la mobilité

Le Digital poursuit son ancrage



RSE : nouveau standard

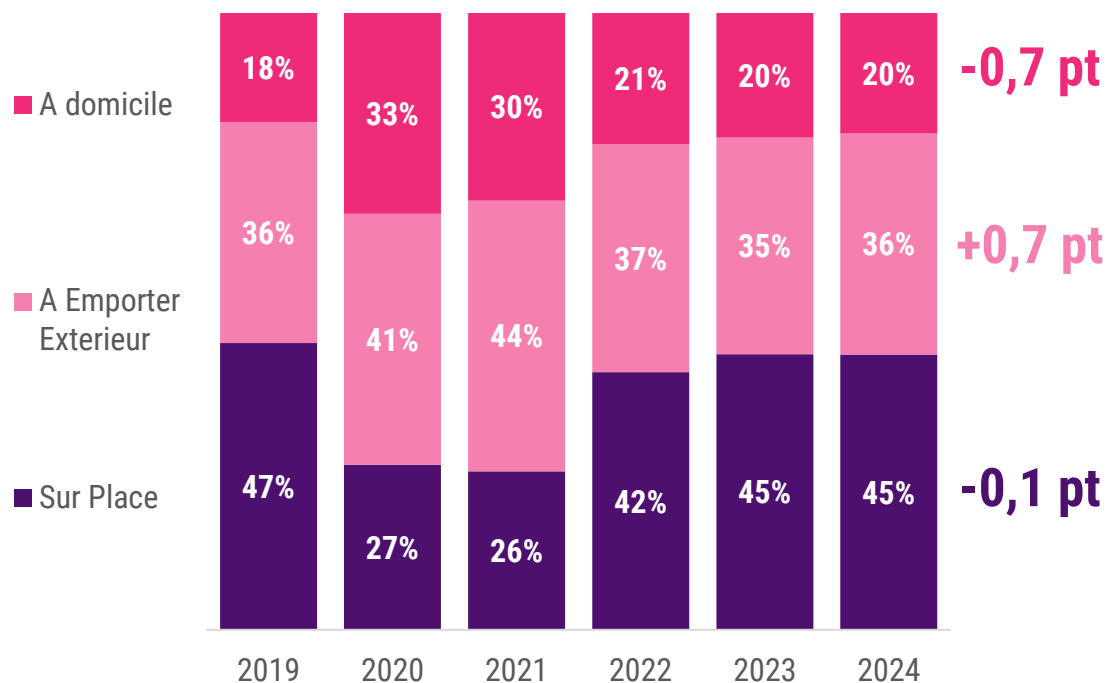


Le veggie se développe et séduit

La consommation A Emporter en dehors de la maison, moteur de la rest. commerciale

TOTAL REST. COMMERCIALE

REPARTITION DES VISITES, %



EVOLUTION DES VISITES, %
2024 vs 2023

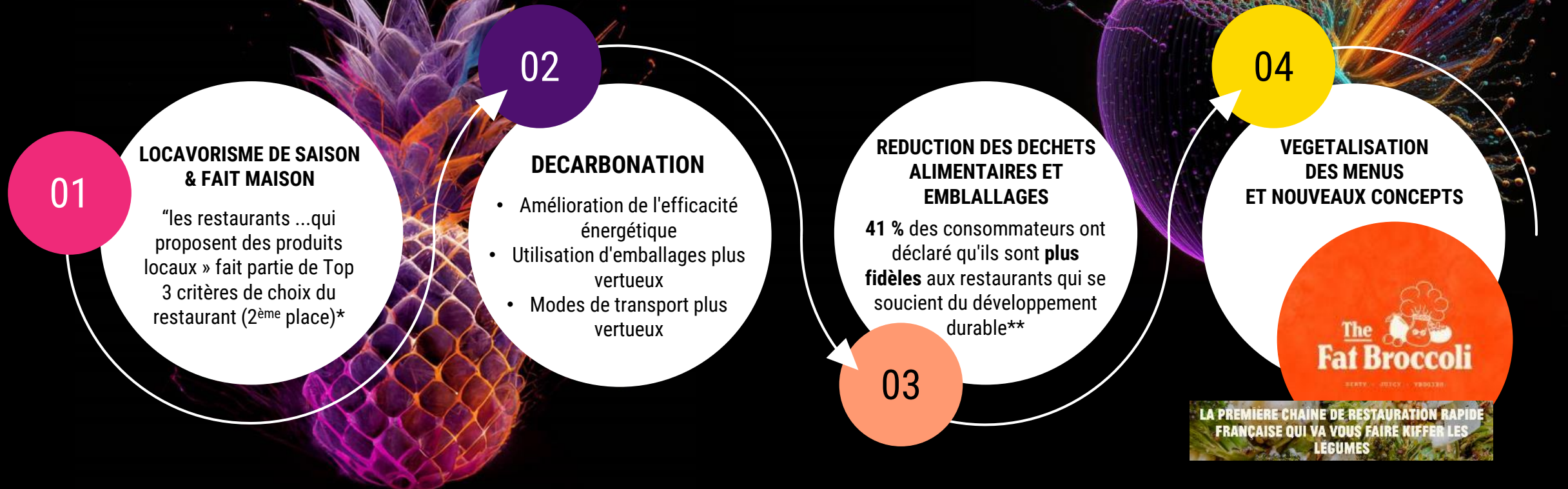
-2,8%

+2,4%

Mobilité retrouvée

+0,4%

RSE : nouveau standard en RHD



*Pensez à ce que vous prenez en considération quand vous choisissez un Restaurant, Fast Food, Pub/Bar, Café... Quels critères guident vos choix de restaurant ? (maximum 5 réponses) (réponse : « Je préfère... »)

**Pensez à votre consommation en restauration hors domicile (Restaurants, Fast Food, Pub/Bars, Cafés, Cantines...). Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les propositions suivantes ? (Plutôt d'accord + Tout à fait d'accord)

Source: Circana / Foodservice Uncertainty Impact Survey, France, Mai 2024

Le veggie : une opportunité pour séduire une nouvelle cible



“

1 personne sur 5
suit un régime alimentaire
(flexitarisme, végétarisme, végan)*

1 personne sur 3
pour les 18 – 34 ans

21%
des consommateurs
disent **vérifier si le menu**
est végétarien/vegan**

*Quelles préférences alimentaires/régimes avez-vous ?

** Pensez aux repas pris à l'extérieur de votre domicile. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant les restaurants, les fast-foods, les pubs/bars, les cafés, les cafés-restaurants ou les cantines (Tout à fait d'accord + Plutôt d'accord)



Conclusions & Perspectives



Learnings RHD 2024

Une année en demi-teinte (+0% en visites, +0,6% en Dépenses vs 23) dans un contexte de prudence des dépenses et de météo défavorable

Des Arbitrages qui se poursuivent

- Les cibles plus fragiles économiquement (Familles, CSP-...) délaissent notre marché
- Une volonté de maîtriser son budget
- Promo et Menu toujours plus plébiscités

Le Matin moteur, Le Déjeuner en berne

- Le **matin** moteur à court et long terme de notre marché, s'américanise
- Le **déjeuner**, pénalisé par le développement de la gamelle

Des disparités de performance par Circuit

- La RAT au ralenti pénalisée par les indép. quand les chainés se renouvellent
- Les Transports & Loisirs bénéficient du regain de mobilité
- Les Burgers en difficulté malgré la surenchère des Menus Accessibles
- Les QS Ethniques ont le vent en poupe, boostés par la tendance Asiatique et les Tacos/Kebab
- Les chaines Plaisir sucrés (Donuts / Coffee Shops...) séduisent

La façon de consommer en RHD évolue

- La conso à emporter en extérieur moteur, boostée par le retour de la mobilité
- RSE : nouveau standard en RHD
- Le veggie se développe et séduit

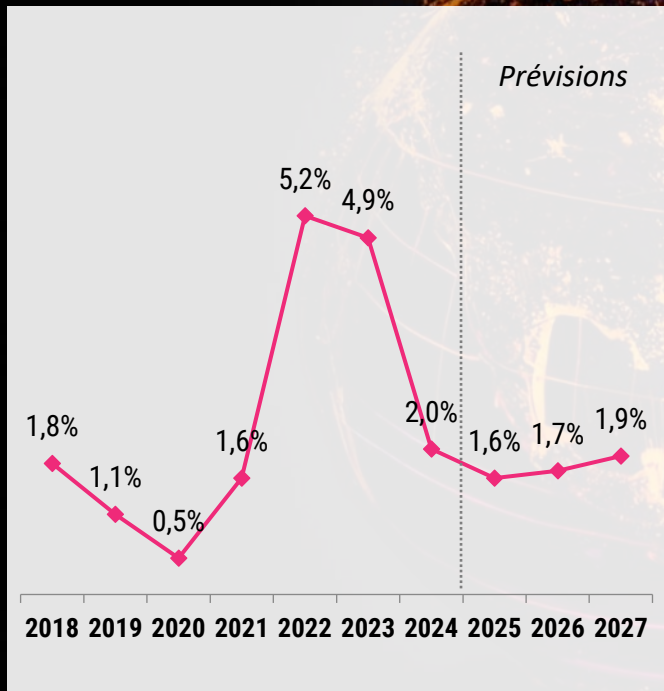


Et le futur ?

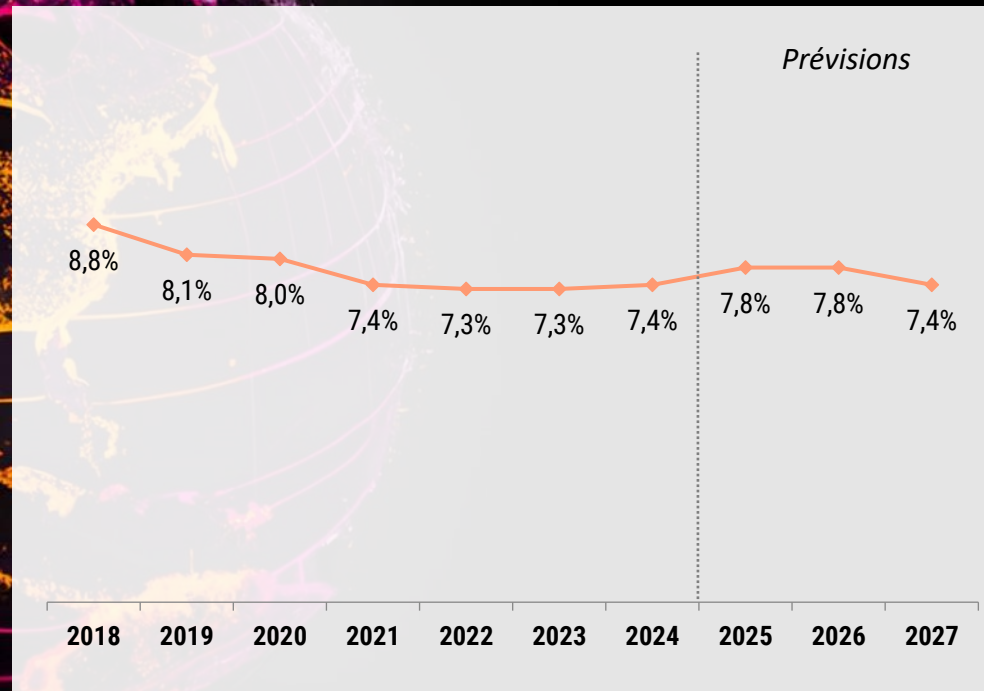


2025: Le contexte macroéconomique ne devrait pas être plus favorable

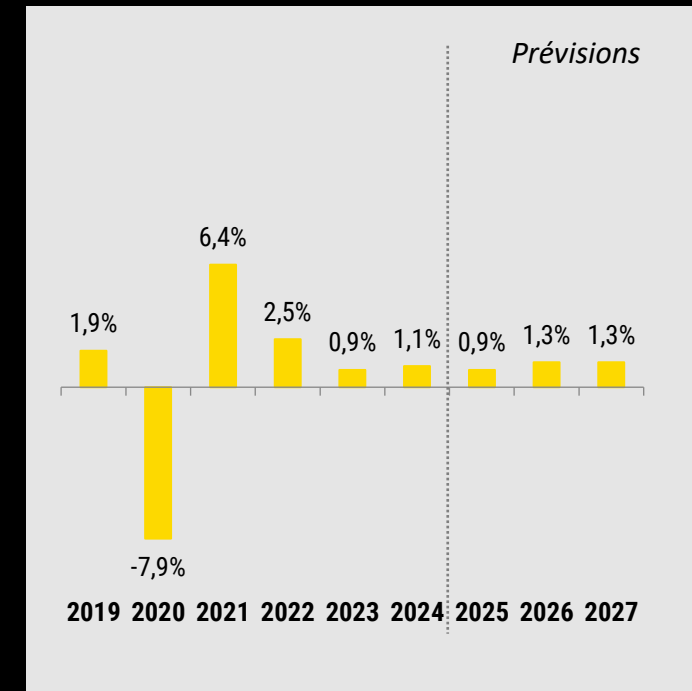
INFLATION



TAUX DE CHOMAGE



PIB



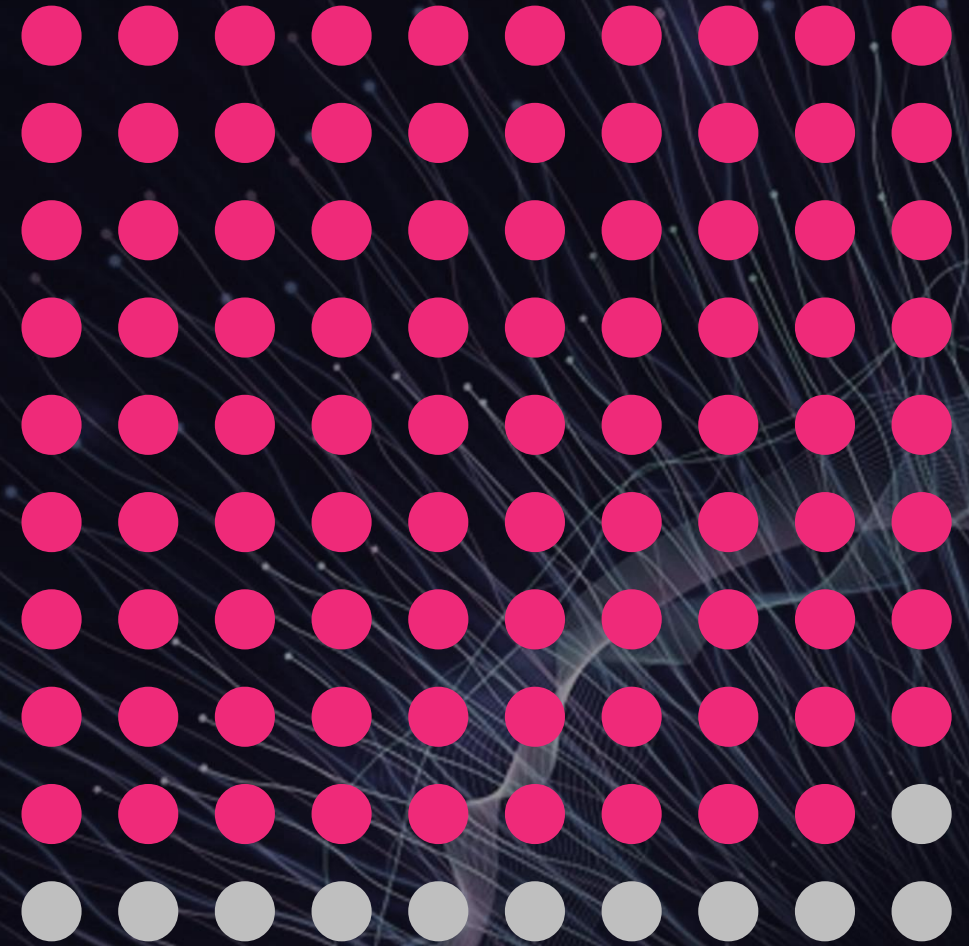
Décembre 2024: des Français largement inquiets de la situation économique du pays.

89%

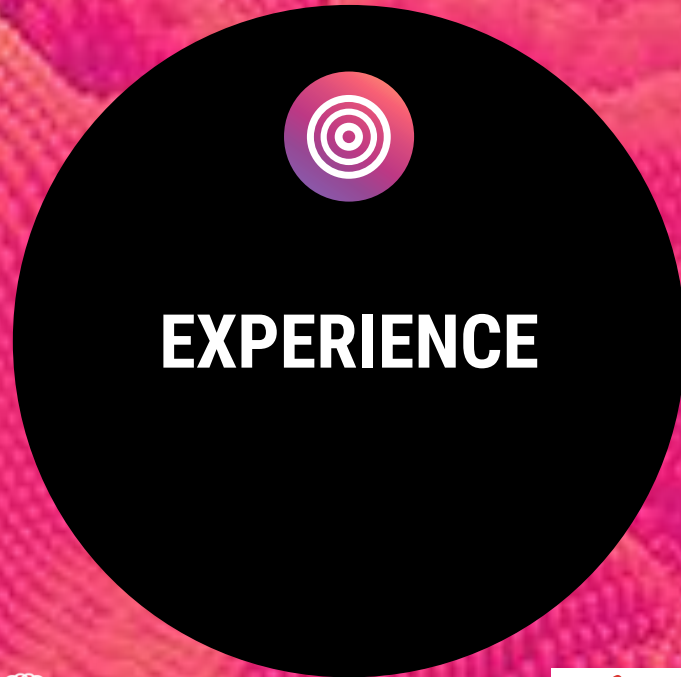
des Français déclarent être inquiets
(plutôt inquiets + très inquiets) de la
situation économique du pays.

+5pts vs mars 2024

> au niveau de novembre 2020



Générosité s'ajoute à Expérience et Value comme clés de succès en 2025





Merci

Contact: Maria Bertoch, New Business Development Foodservice Europe,
mail: maria.bertoch@circana.com
Tél. +33 6 37 01 66 56

