

**MARCHE DE LA CHD**

**Présentation du**

**GECO Food Service**





# PROGRAMME

**1. CHIFFRES DU MARCHE**


**2. LES ENJEUX DE LA RESTAURATION COMMERCIALE ET COLLECTIVE**

**3. LES TENDANCES ET ATTENTES CONSOMMATEURS**


**4. STRATEGIE RSE EN RESTAURATION**

**5. AVENIR DE LA RESTAURATION**

# La raison d'être de l'association



« Rendre nos adhérents plus experts, plus éclairés et plus agiles pour performer sur les marchés de la Restauration Hors Domicile. »



01

**CHIFFRES**

**DU MARCHÉ**

**Consommation Hors Domicile**

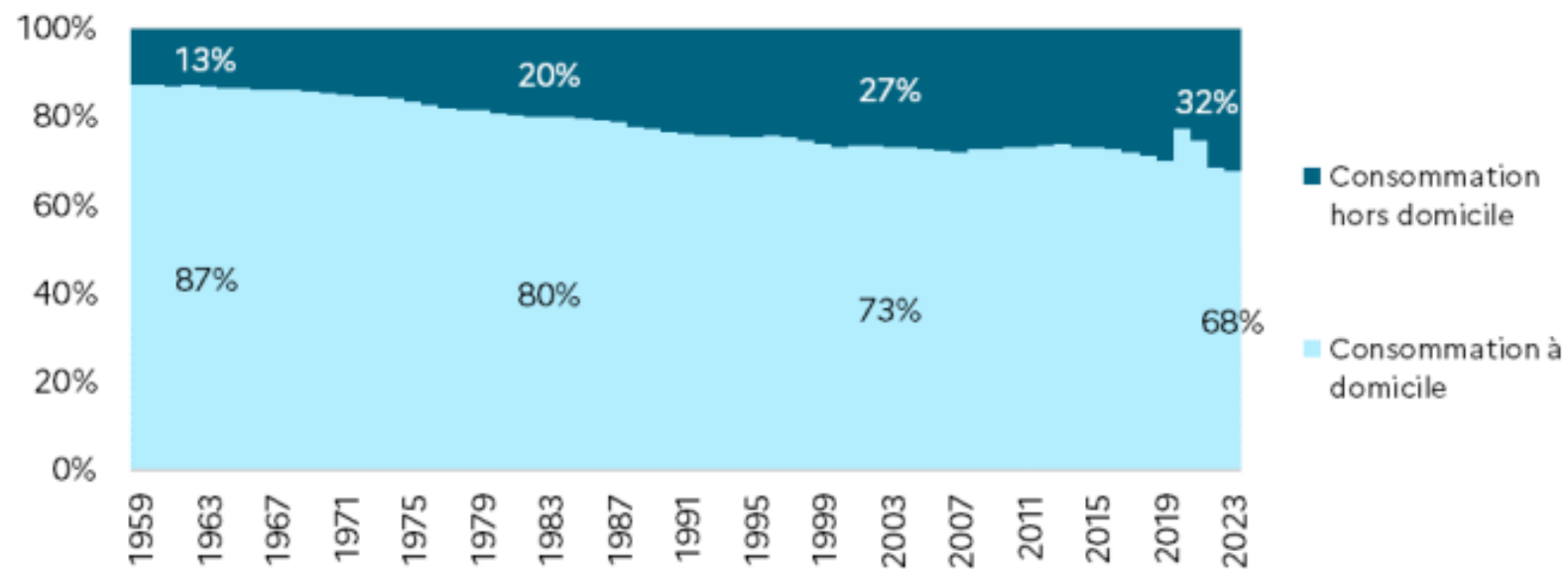
**Restauration Hors domicile**





# DÉPENSES ALIMENTAIRES EN HORS DOMICILE

Graphique 2 – Part du « domicile » et du « hors domicile » dans les dépenses alimentaires des ménages, entre 1959 et 2023

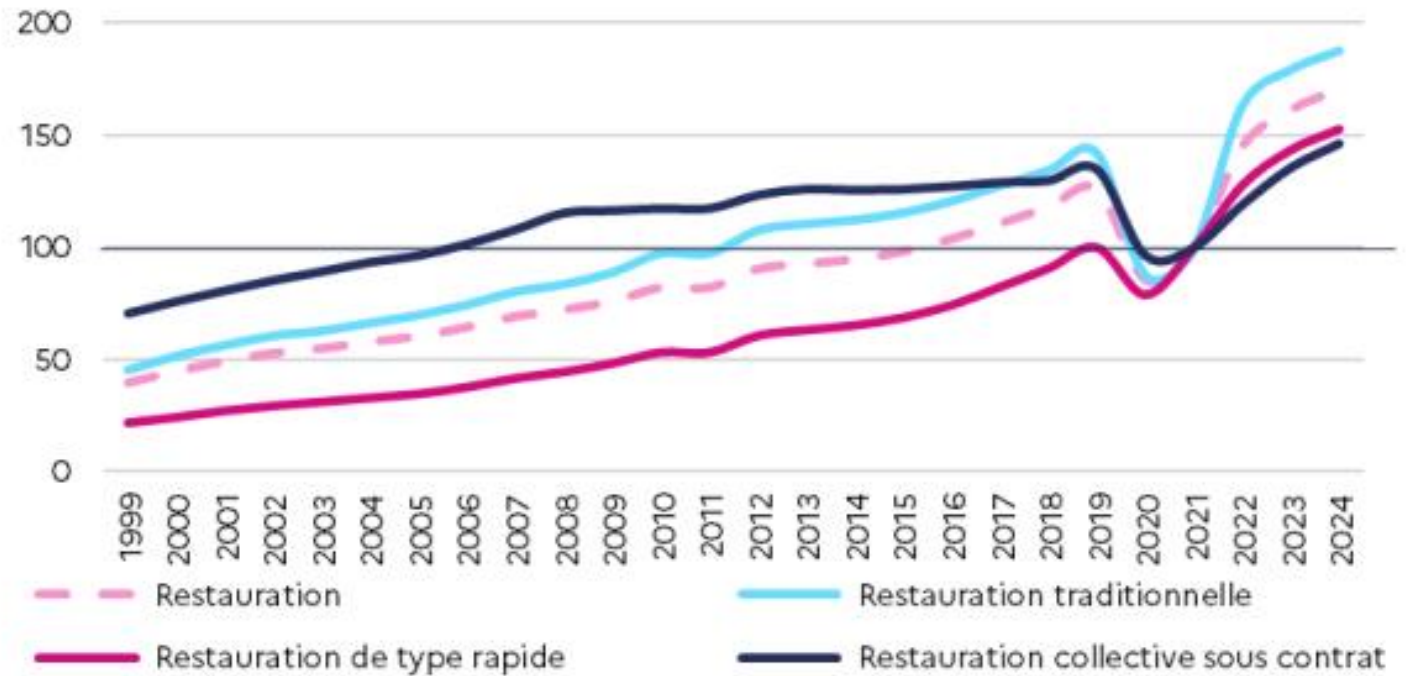


Source : Insee, comptes nationaux (euros courants), traitement FranceAgriMer



# EVOLUTION PAR TYPE DE RESTAURATION

Graphique 4 – Indice de chiffre d'affaires des différents secteurs de la restauration



Source : Insee, traitement FranceAgriMer



# CHIFFRES CLES DE 2024

## Une année de turbulences

Augmentation  
des prix

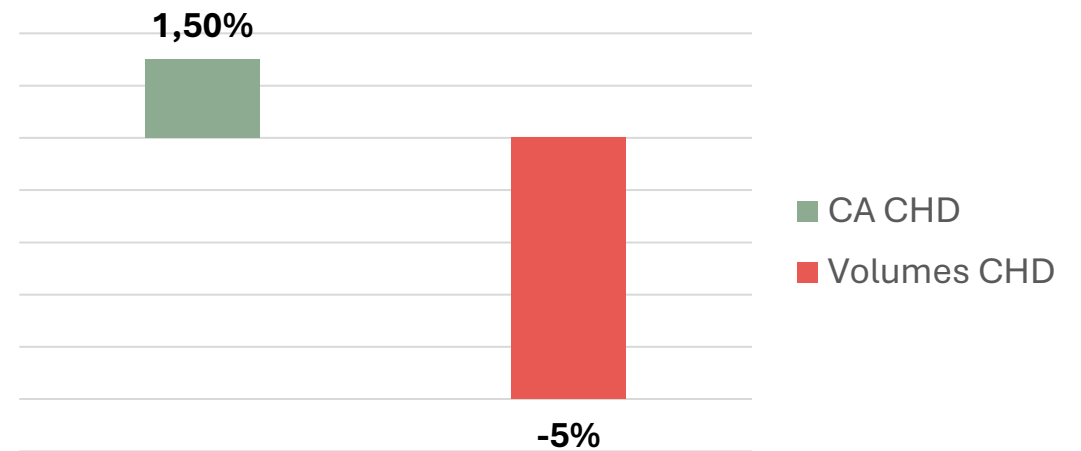


Arbitrages sur  
les  
périphériques



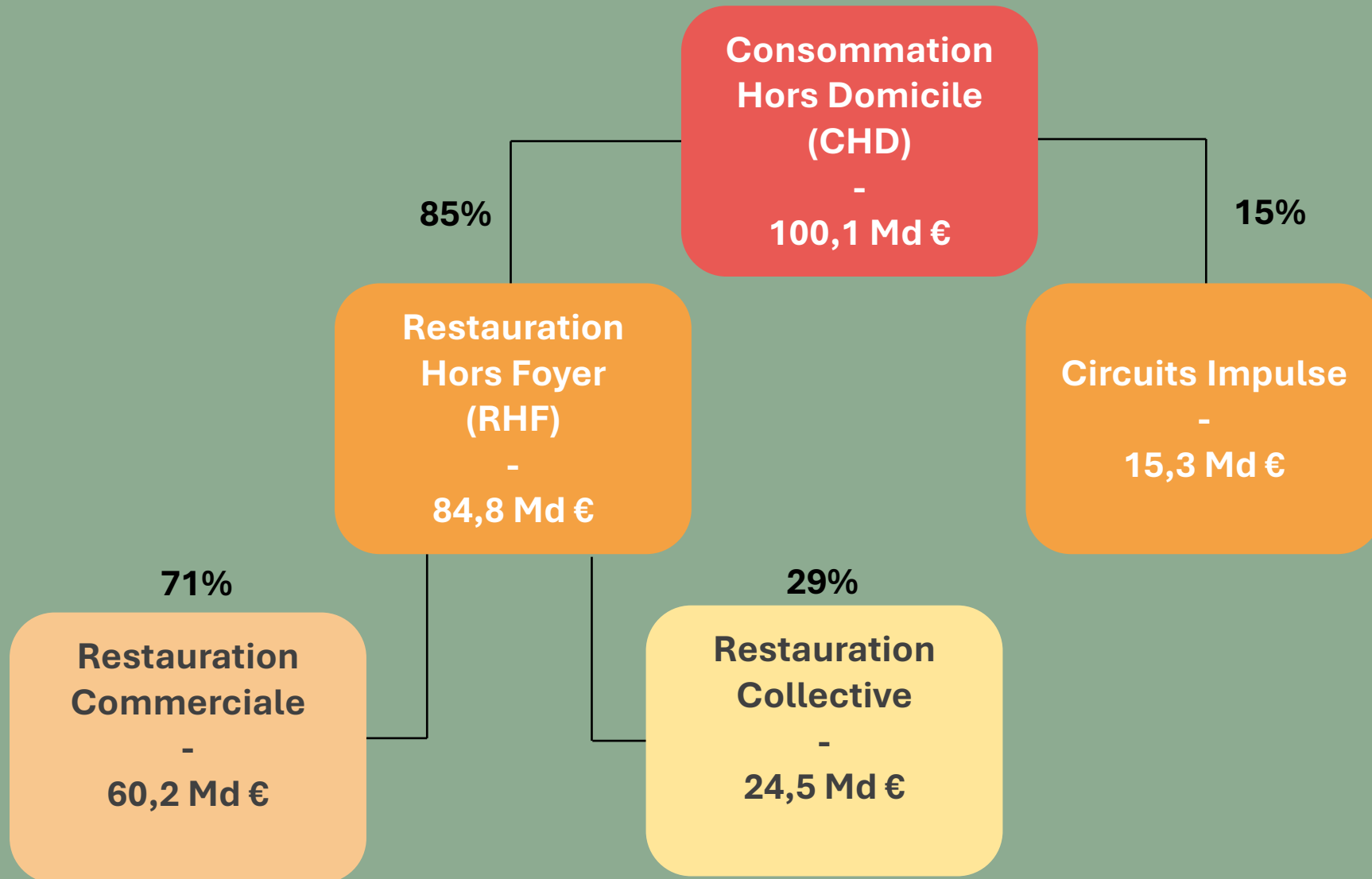
Impact sur la  
fréquentation  
des restaurants

### Evolution vs 2019



Source Gira by Circana

# CHIFFRES DE LA RHD 2024



# MARCHE DE LA RHF (hors circuits impulse) 2024

**286 000**

Structures de restauration

**84,8 Mds € HT**

CA RHF

**7,417 Mds**

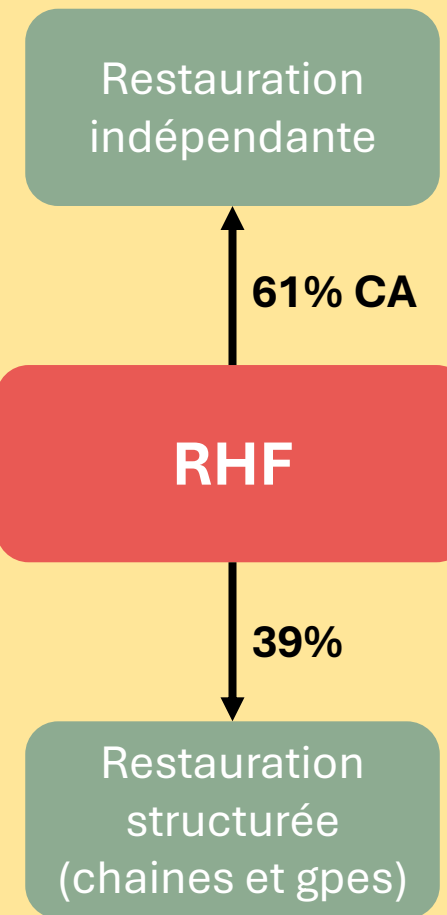
Repas servis

**38,9%**

Du marché aux mains de groupes de restauration qui cumulent un CA de 33 Mds € HT

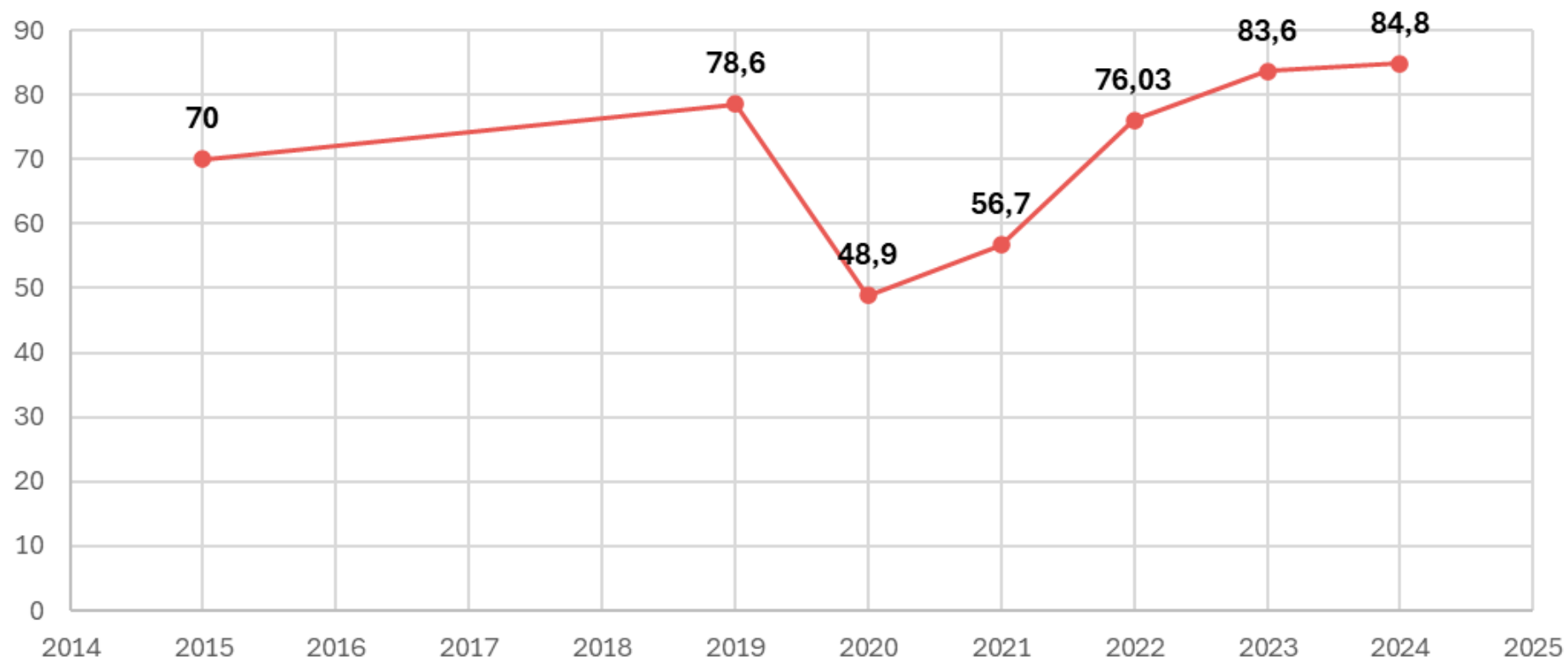
**33,3 Mrds**

Achats alimentaires effectués par la CHD dont 26% boissons et 74% de produits alimentaires



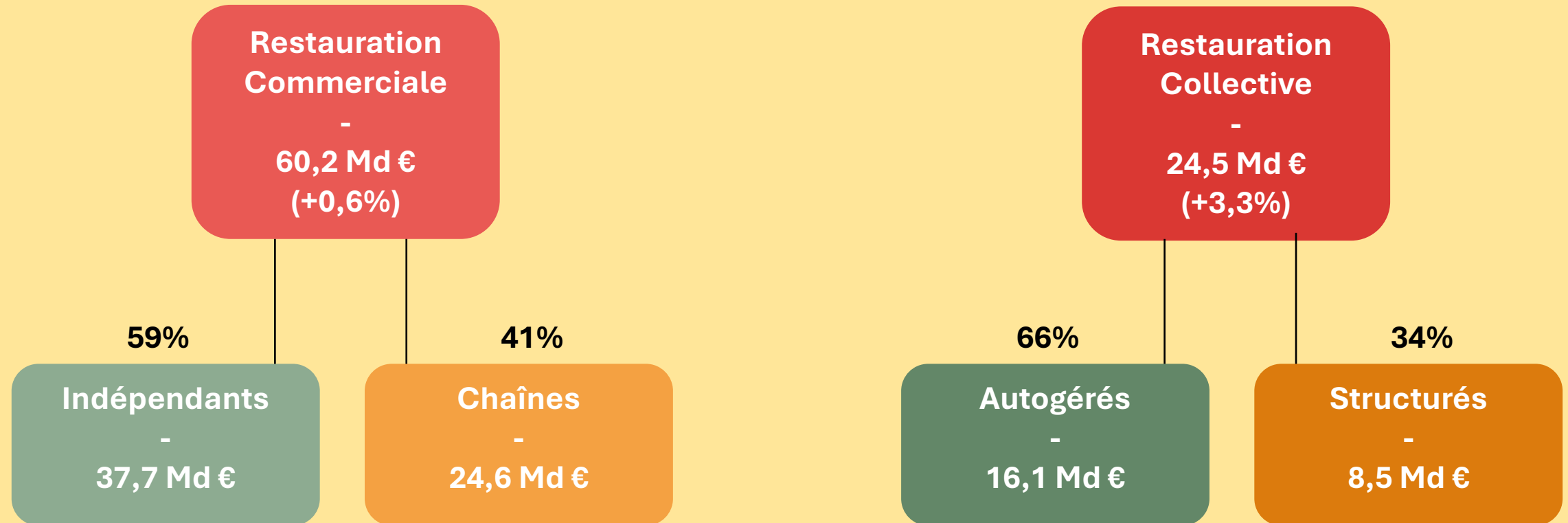


# EVOLUTION CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA RHF (Mds € HT)



Source Gira by Circana, INSEE

# INDEPENDANTS ET STRUCTURES

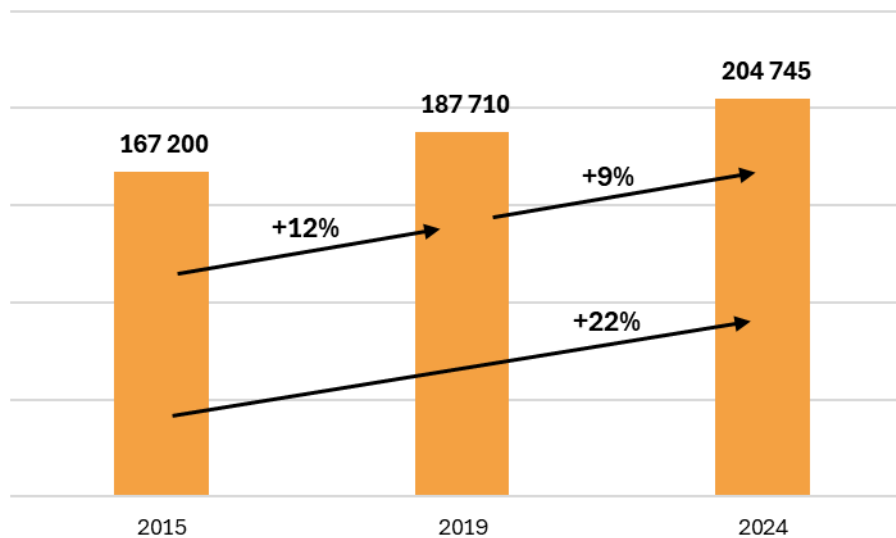




# EVOLUTION NOMBRE ETABLISSEMENTS EN RESTAURATION COMMERCIALE

1 restaurant pour

**320**  
habitants



Source Gira by Circana, INSEE

SEGMENTS	POIDS SUR LE MARCHÉ (en nombre établissements) 2024
RESTAURATION RAPIDE ANGLO SAXONNE	3,6%
RESTAURATION RAPIDE FRANCAISE	4,9%
RESTAURATION RAPIDE THEMATISEE	22,4%
CAFETERIA	0,3%
PIZZERIA	6,7%
GRILL	1,8%
RESTAURATION THEMATISEE	12%
RESTAURATION TRADITIONNELLE	21,4%
ETHNIQUE	2,9%
HAUT DE GAMME	10,8%
CAFE BAR BRASSERIE	13,2%

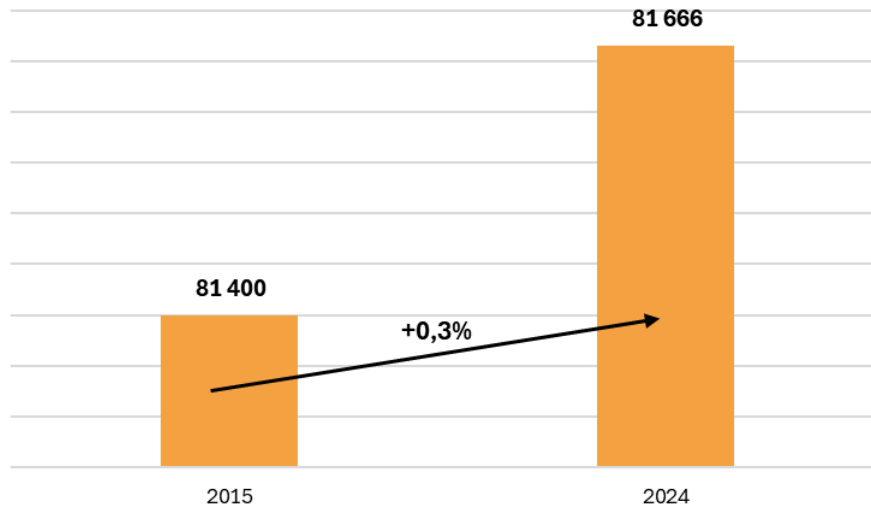
Source Gira Conseil



# EVOLUTION NOMBRE ETABLISSEMENTS EN RESTAURATION COLLECTIVE

1 restaurant pour

**809**  
habitants



**SEGMENTS**

**POIDS SUR LE MARCHÉ**

(en nombre établissements)  
2024

**TRAVAIL**

**13%**

**ENSEIGNEMENT**

**41%**

**SANTÉ / SOCIAL**

**37%**

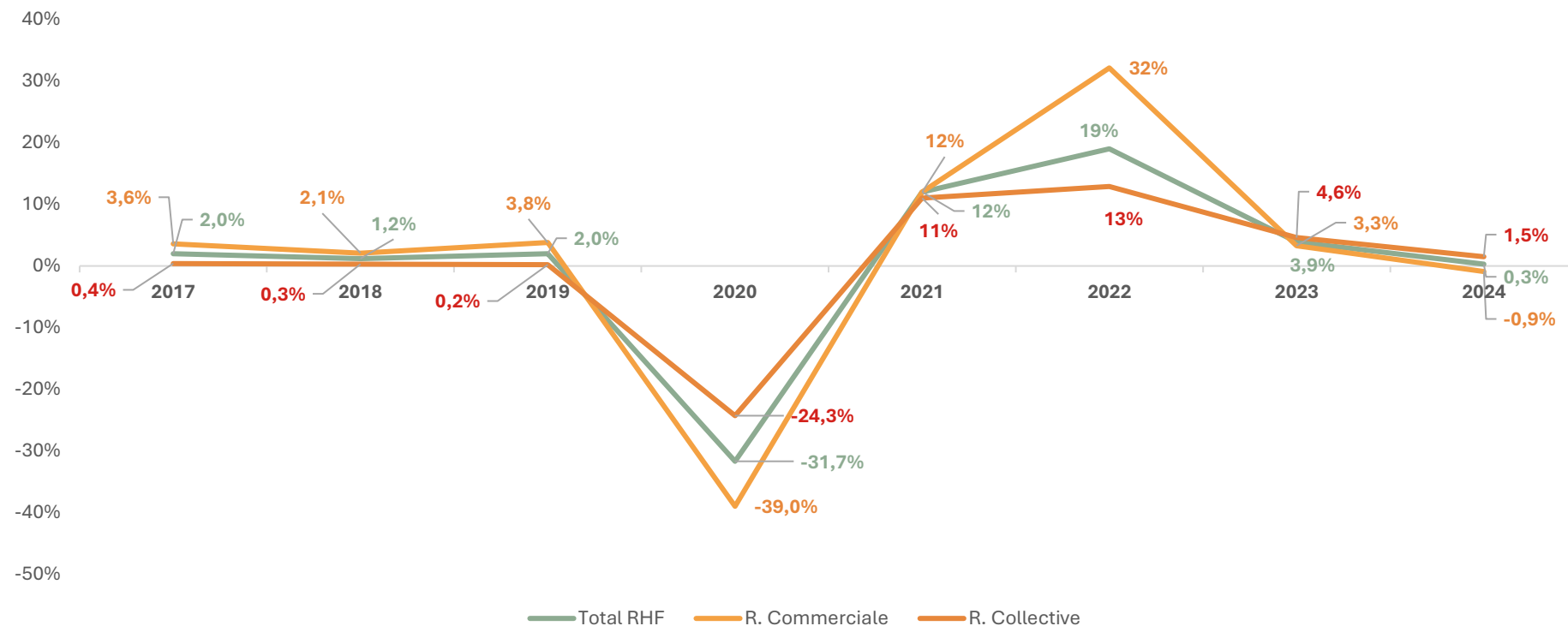
**AUTRES COLLECTIVITES**

**9%**



# CROISSANCE DES MARCHES EN PRESTATIONS

TAUX DE CROISSANCE DES MARCHES DE LA RHF EN PRESTATIONS 2017 - 2024



Source Gira by Circana

02

# LES ENJEUX

RESTAURATION COMMERCIALE

ET COLLECTIVE



# DEFIS ET ENJEUX FACE A UN CONSOMMATEUR EXIGEANT

TRANPARENCE

MOMENTS DE CONSOMMATION

DIGITALISATION

PRODUITS

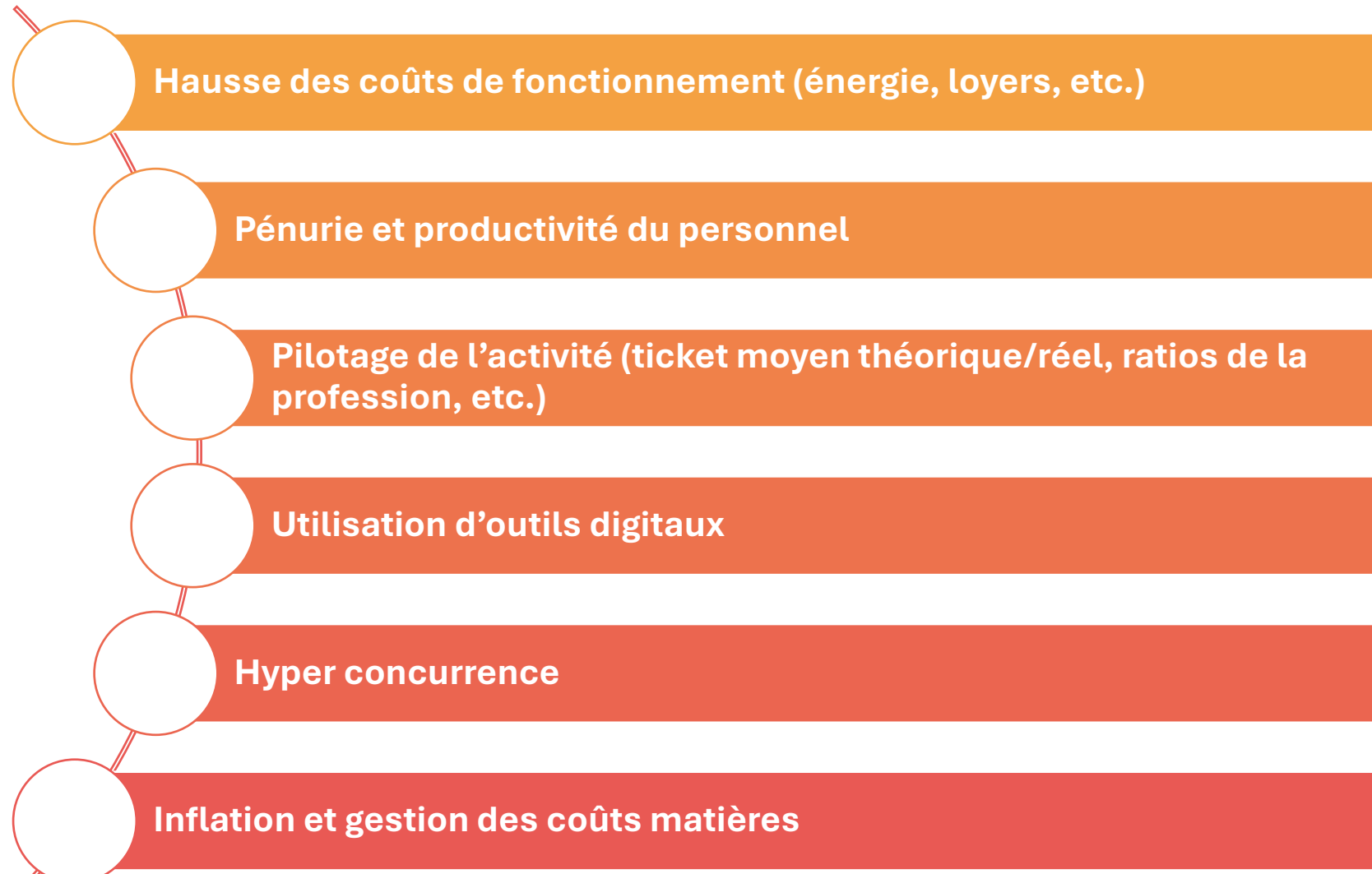
CONCURRENCE

RSE

INNOVATION



# LES DEFIS ECONOMIQUES DES RESTAURATEURS



# LES RATIOS EN RESTAURATION COMMERCIALE

## COÛT MATIÈRE

40% → Gastronomique et haut de gamme

32% → Traditionnelle et à thème

28% → Rapide Moyenne Gamme et HdG

24% → Rapide / Fast Food

19% → Crêperies - Pizzerias

## FRAIS DE PERSONNEL

45% → Gastronomique et haut de gamme

40% → Traditionnelle et à thème

32% → Crêperies - Pizzerias

25% → Rapide Moyenne Gamme et HdG

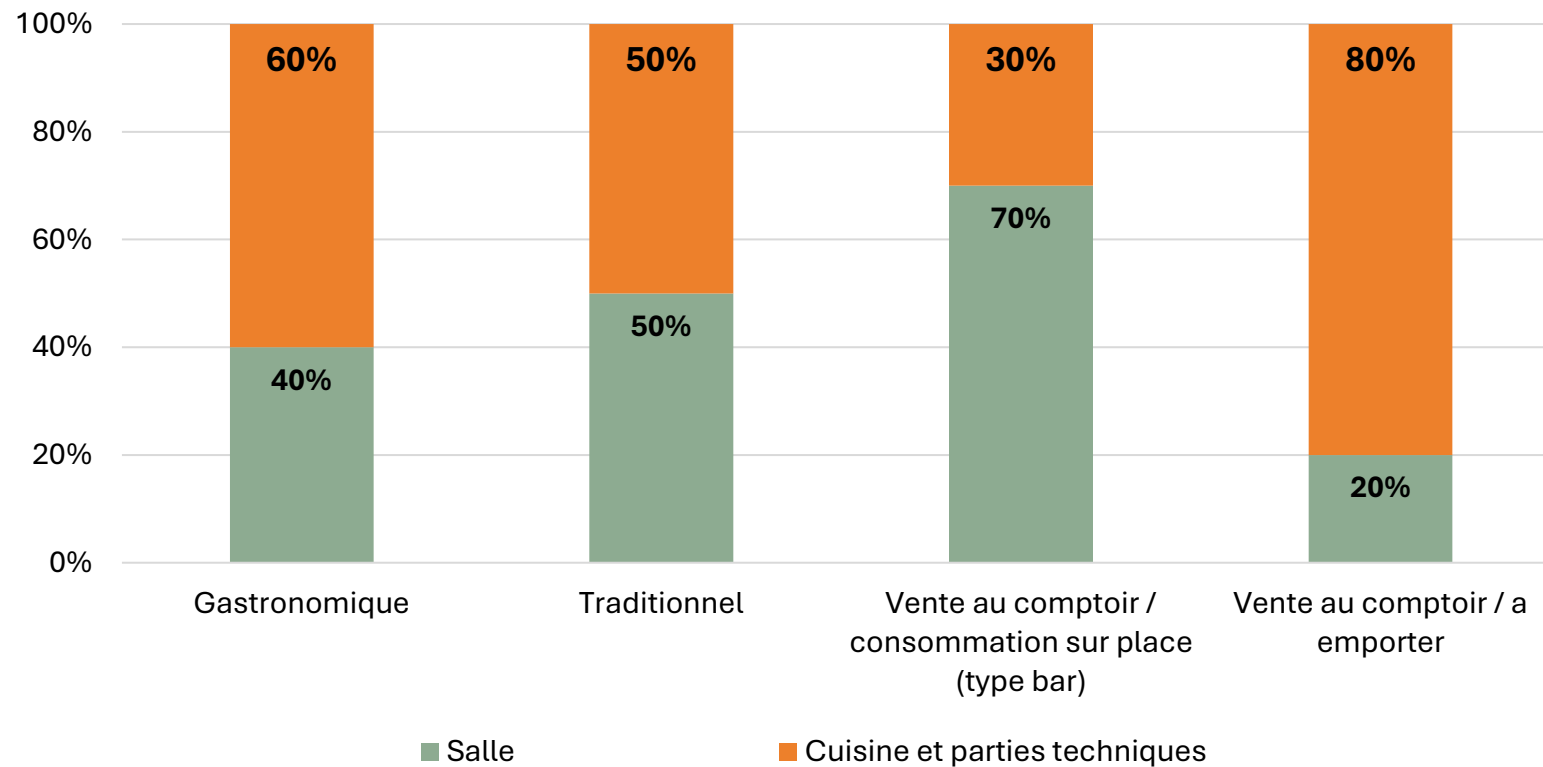
25% → Rapide / Fast Food

Source Gira Conseil



# LES RATIOS EN RESTAURATION COMMERCIALE

## REPARTITION SURFACE SALLE ET PARTIES TECHNIQUES



**Plus le concept est haut de gamme, plus la place allouée à la cuisine et parties techniques est importante**



# LES RATIOS EN RESTAURATION COMMERCIALE

1,6x  
supérieur

Selon les statistiques du secteur, un restaurant doit réaliser **un chiffre d'affaires qui est 1,6 fois supérieur au montant de l'investissement** lors de sa première année de fonctionnement.



# DEFIS SPECIFIQUES DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

**Pression  
économique**

**Exigences des  
clients**

**Contraintes  
réglementaires**

**Concurrence  
multi-segment**



# DEFIS SPECIFIQUES PAR SEGMENT

## RESTAURATION COLLECTIVE

### ENTREPRISES

- Faire revenir les salariés
- S'adapter aux modes de vie
- Inspiration auprès Restauration Commerciale
- Multiplication des concepts

### ENSEIGNEMENT

- Baisse natalité
- Encadrement stricte dans la composition des menus
- Maitriser les coûts
- Innover pour séduire les élèves du secondaire et supérieur
- Problématiques de recrutement

### SANTE

- Adaptation nouveaux modes hospitalisation
- Développement alimentation thérapeutique
- Personnalisation des menus
- Budget minime pour les achats
- Proposition d'une expérience plus conviviale

### MEDICO SOCIAL

- Vieillesse de la population
- Remise en question du modèle des EHPADS
- Lutte contre la dénutrition
- Favoriser l'autonomie
- Personnel sous tension



03

**LES TENDANCES**

**ET ATTENTES**

**CONSOMMATEURS**



# TENDANCES ET ATTENTES CONSOMMATEURS

**ARBITRAGES**

**PERSONNALISATION  
ET EXPERIENCES**

**RESTAURATION  
DURABLE**

**DIGITALISATION**

**TENDANCES  
ALIMENTAIRES**

**INNOVATIONS**

**CIRCUITS  
ALTERNATIFS**

# ARBITRAGES

## VOLATILITE DU PRIX DES MATIERES PREMIERES

- Arbitrage du restaurateur dans son offre
- Impact sur les prix de la carte

**69%** des Français déclarent qu'ils ne s'attendaient pas à de telles hausses de prix en restauration (sept 2024)

## ARBITRAGES CONSO ET HYPERSENSIBILITE AUX PRIX

- Sous la contrainte de leur pouvoir d'achat en régression

**89%** part des consommateurs qui sont beaucoup plus attentifs au prix des plats proposés en restauration

**33%** ne prennent plus d'entrée, choisissent l'eau du robinet plutôt que l'eau en bouteille

**24%** réduisent leur consommation d'alcool

**20%** renoncent au dessert

# PERSONNALISATION ET EXPERIENCE



77%

des consommateurs souhaiteraient retourner dans un restaurant où ils ont vécu une expérience WAHOU

des consommateurs sont à la recherche d'expériences mémorables quand ils consomment en hors domicile

43%

# RESTAURATION DURABLE



# DIGITALISATION



30%

des commandes dans un fast-food sont réalisées en ligne.  
Et certaines enseignes affichent **+20%** de ventes grâce au numérique

55%

des consommateurs préfèrent le Click&Collect

La digitalisation a changé la donne. Commander devient aussi simple qu'un swipe. La restauration a sauté dans le train du digital, et elle ne compte pas faire demi-tour.



# INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

## UTILISATION DE L'IA EN CUISINE

- Gestion des stocks et des achats
- Réduction du gaspillage alimentaire
- Entretien et maintenance
- Planification et formation du personnel
- Expérience client personnalisée
- Marketing
- Etudes de marché et développement de produits

- Trieuses,
  - Fours intelligents,
  - Systèmes de réfrigération intelligents,
  - Cuiseurs à vapeur combinés,
  - Systèmes de lavage à haute efficacité énergétique,
  - Solutions de cuisson frontale ou d'appareils de maintien au chaud,
- les équipements de cuisine modernes disposent déjà souvent de technologies d'intelligence artificielle.

# TENDANCES ALIMENTAIRES



## CUISINE D'AILLEURS

- Influences ethniques

## CUISINE SAINES

- Prise de conscience du lien entre alimentation et santé

## CUISINE RÉCONFORTANTE ET GOURMANDE

- Cuisine saine mais tout en gardant de la gourmandise et du plaisir
- Cuisine réconfortante et régressive

## TRADITIONNELLE VS INNOVATIONS

- L'innovation fait venir les consommateurs, mais ils choisissent souvent les plats habituels

# INNOVATIONS

Multiplication des Nouveautés

Innovations de l'offre et des promotions

Recherche de fidélisation et de hausse de fréquentation





# DYNAMISME CIRCUITS ALTERNATIFS

## Concurrence féroce de la GMS

Evol. Volume vs CAM P4 2025  
Tous circuits GMS



PLATS CUISINES  
NOMADES

**+8%**



SANDWICHS

**+6%**



SNACKS CHAUDS

**+4%**



SALADES REPAS

**+3%**

Source Worldpanel Kantar

## Hybridation des formats



04

# **STRATEGIES RSE EN RESTAURATION**

**RESTAURATION COMMERCIALE  
ET COLLECTIVE**

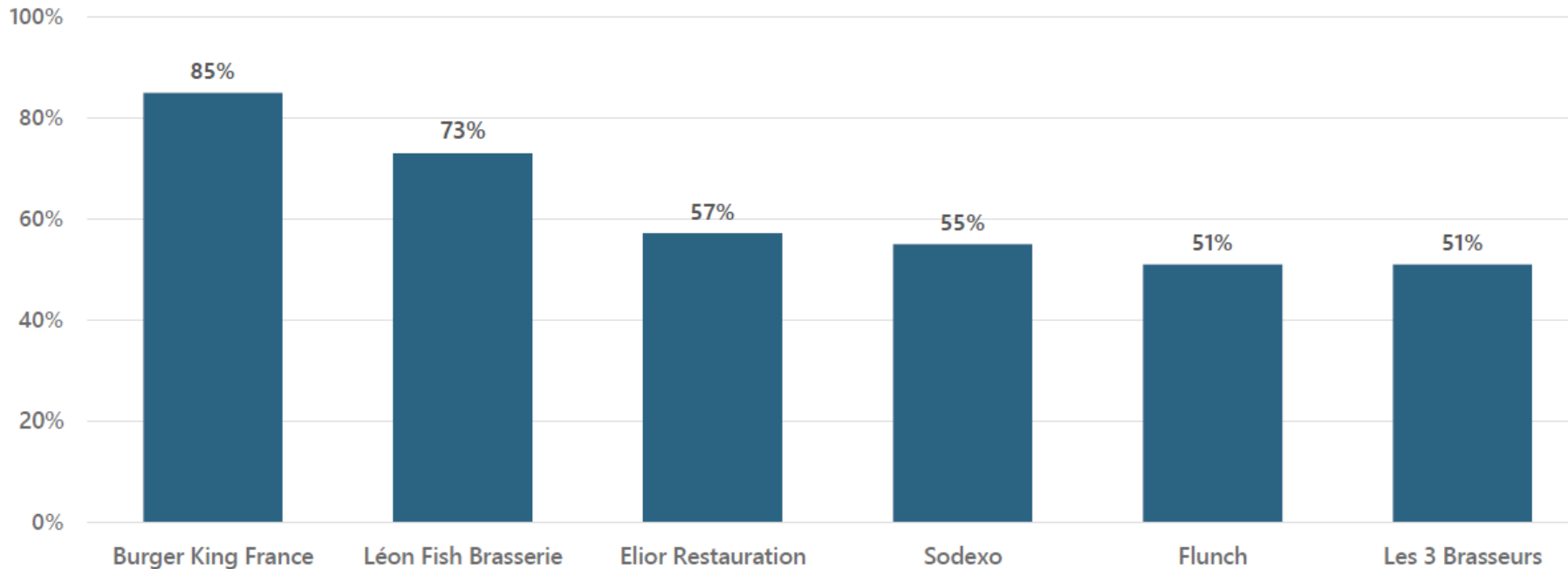


# DEFIS RSE EN RESTAURATION

## 1<sup>er</sup> poste d'émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) des restaurateurs : Les achats alimentaires, de biens et services

Poids de la catégorie « Achats de biens et services » dans les émissions de GES de 6 leaders de la restauration

Unité : part en % des émissions totales de CO<sub>2</sub>e



Source : Xerfi, d'après opérateurs

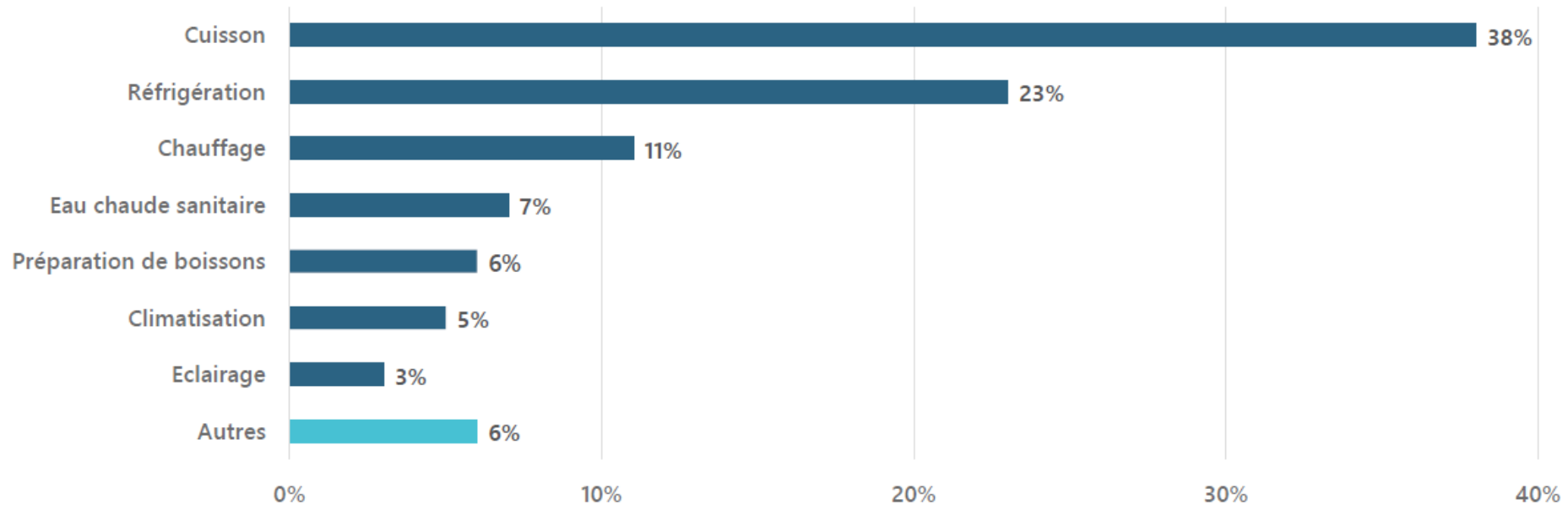


# DEFIS RSE EN RESTAURATION

**Cuisson et réfrigération** représentent **60%** des consommations énergétiques

Répartition des consommations énergétiques des établissements de restauration en France

Unité : part en %



Source : Xerfi, d'après Baisse les WATTS

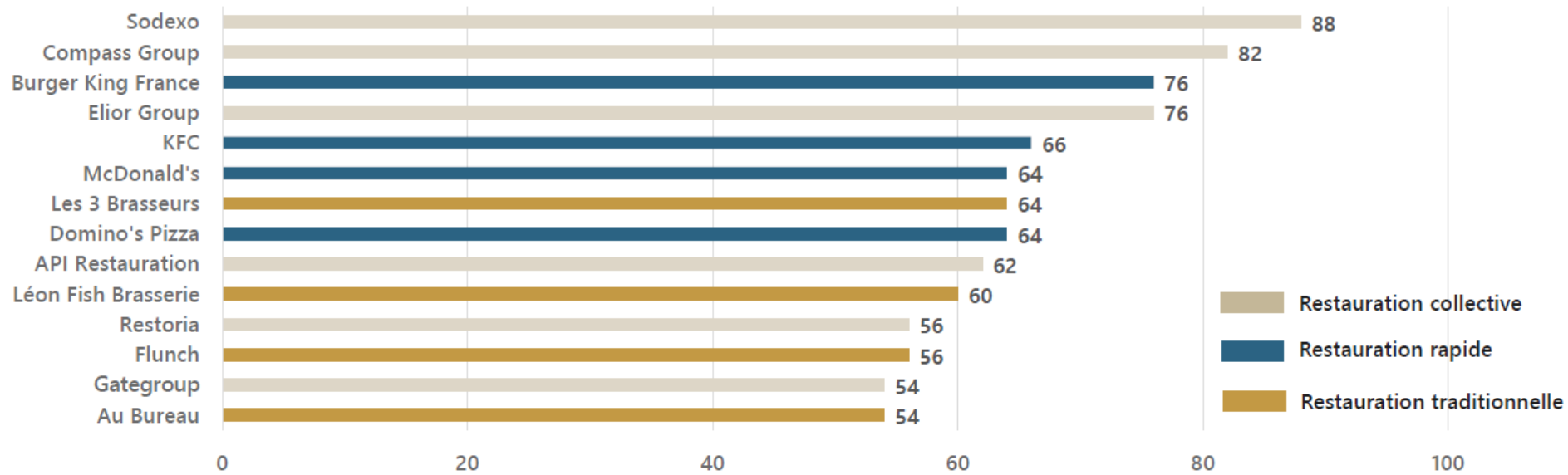


# DEFIS RSE EN RESTAURATION

Les groupes de restauration collective sont aux avant-postes du classement des groupes de restauration

## Classement des groupes de restauration selon le score PTC

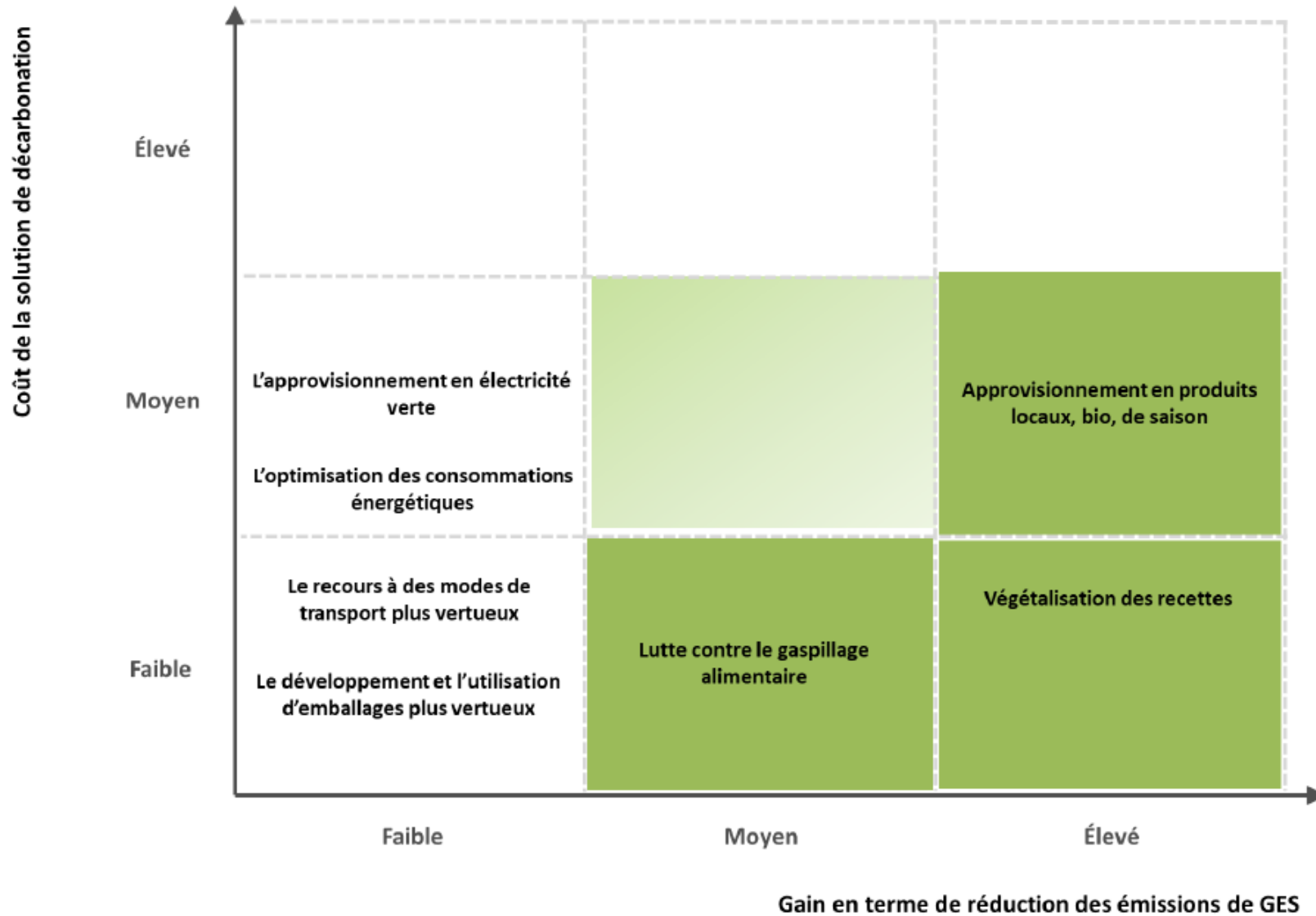
Unité : score de Performance de Transition Carbone (PTC)



Source : Xerfi, d'après modèle Xerfi PTC



# DEFIS RSE EN RESTAURATION



05

# AVENIR DE LA RESTAURATION

## A L'HORIZON 2030



# EVOLUTION DES MODES DE VIE

## UN PUBLIC PLUS ÂGÉ

Une alimentation adaptée aux seniors  
Une offre de services de livraison

## UN PUBLIC PLUS DIGITAL

Des interfaces digitales performantes  
Une relation client via les applis ou les réseaux sociaux pour fidéliser

## DES FOYERS AUX MODES DE VIE FRAGMENTÉS

Un marché de la portion solo en expansion

## DES CONSOMMATEURS TIRAILLÉS ENTRE PRINCIPE DE PLAISIR ET CONTRAINTES ÉCOLOGIQUES

Une offre responsable accessible  
Des produits qui réconcilient plaisir et responsabilité

## DES NOMADES NUMÉRIQUES

Opportunité sur les offres de livraison  
Formules abonnement pour fidéliser  
Digitalisation de la relation client

## UNE GÉNÉRATION EXIGEANTE EN MATIÈRE DE SANTÉ

Une demande de transparence accrue (produits, hygiène des lieux, etc.)  
Pression sur des offres plus saines

## DES CLASSES MOYENNES SOUS PRESSION FINANCIÈRE

Des tarifs qui restent accessibles  
Des programmes qui récompensent la fidélité



# EVOLUTION DES PRATIQUES ALIMENTAIRES D'ICI 2030

Une demande de réconfort

Un attachement aux traditions

Une alimentation plus saine

Une gastronomie hybride

Une alimentation plus responsable

Des repas avec moins de viande

Une consommation fortement polarisée socialement

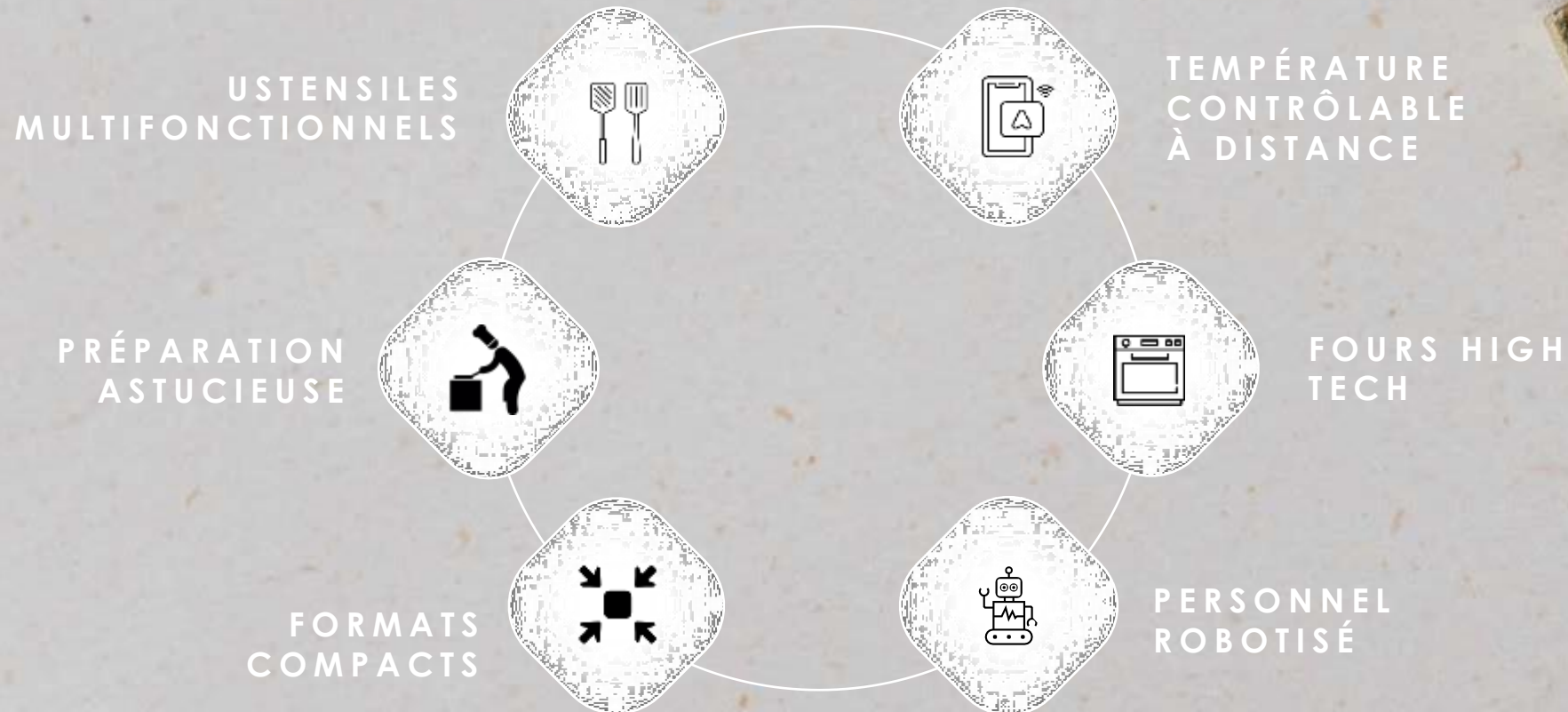


# LES RESTAURANTS DE DEMAIN



# FOCUS SUR LE DEFI : ERGONOMIE BIEN PENSEE

De nouvelles solutions émergent avec la **promesse de faciliter les tâches en cuisine** (automatisation, perfectionnement technologique des appareils, digitalisation...) et ainsi de gagner du temps.



# LES RESTAURANTS DE DEMAIN

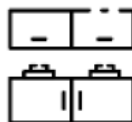
## DES CENTRES DE GESTION INTÉGRÉS

- Faire les bons **arbitrages budgétaires**, bien anticiper et gérer les quantités
- Répondre aux nouvelles normes de **transparence et de qualité**
- Revoir la **culture managériale** et réduire la pénibilité
- **Économiser les gestes** en cuisine
- Développer **le digital** pour une relation client sans accroc

## DES LIEUX PIONNIERS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

- **Réduire les ressources énergétiques** utilisées, réduire les émissions de gaz à effet de serre
- **Prolonger la durée de vie et d'utilisation** des produits et équipements, utiliser des matériaux recyclables
- **Limiter le gaspillage** et les déchets
- **S'approvisionner au plus près** des cuisines

## QUELS SERONT LES BESOINS DES CUISINES EN 2030 ?



## DES FOURNEAUX HORS-LES-MURS

- Faire fonctionner **des établissements entièrement dédiés** à l'activité de cuisine
- Trouver des **équipements légers, pratiques et performants** pour une mise à disposition des plats cuisinés
- Fournir des **solutions garantissant des plats aussi bons, beaux et chauds** qu'au restaurant, quel que soit le lieu de consommation

## DES LIEUX DÉDIÉS AUX NOUVELLES EXPÉRIENCES

- S'adapter à une **cuisine événementielle**
- **Hybrider les métiers** de bouche
- Développer des cuisines dans les **tiers-lieux**

## DES LABORATOIRES D'UNE NOUVELLE IDENTITÉ CULINAIRE

- Fournir des **menus végétariens**
- Développer l'offre de **plats hybrides et de cuisines du monde**
- Répondre à la demande de **plaisirs sucrés et de boissons gourmandes**
- Développer une cuisine plus axée sur la **santé**

# FEUILLE DE ROUTE 2030

Les leviers pour rendre les cuisines écologiques



## IMPACT ZÉRO :

les restaurateurs cherchent à **réduire les ressources énergétiques** utilisées et à **réduire les émissions** de gaz à effet de serre



## RE.USE :

la **durée de vie et d'utilisation** de leurs produits et de leur équipement **se prolonge**, ils utilisent des **matériaux recyclables**



## ANTIGASPI :

les restaurateurs se réorganisent pour **limiter le gaspillage et les déchets**



## SOURCING LOCAL :

les restaurateurs cherchent à **s'approvisionner au plus près des cuisines**

# LES RESTAURANTS DE DEMAIN



# LES RESTAURANTS DE DEMAIN



# LES RESTAURANTS DE DEMAIN





**Merci**

CONTACT

**Allison BRIVATI**

**01-53-01-93-13**

**[Allison.brivati@gecofoodservice.com](mailto:Allison.brivati@gecofoodservice.com)**

124 boulevard Magenta 75010 Paris