



Les leviers de croissance de la restauration rapide en France

Concepts prometteurs, services innovants, emplacements stratégiques

Une étude de marché exclusive pour :

Dresser

un panorama des concepts prometteurs : les concepts emblématiques du moment et les concepts émergents qui feront la restauration de demain

Analyser

les services incontournables (livraison de repas, digital) et les services innovants de demain

Évaluer

le potentiel des différents emplacements : zones de transit (gares, aéroports...), centres commerciaux, « eat-in-store », food halls/food courts...

Cartographier

les forces en présence et les « nouveaux » entrants

Quelles orientations de l'offre pour nourrir la croissance du secteur ?

ÉDITO

LA RESTAURATION RAPIDE DÉFEND SA « PLACE AU SOLEIL »

Un secteur prolifique en matière de nouveaux concepts et services : un leitmotiv, coller aux mutations sociétales

La restauration rapide défend bien son statut de locomotive de la restauration commerciale dans l'Hexagone. Portée d'abord par l'évolution des modes de consommation en conjuguant le facteur temps et le nomadisme alimentaire (pause-déjeuner raccourcie, déstructuration des repas et fragmentation des prises alimentaires,...) et par des arbitrages budgétaires favorables à son ticket moyen plus abordable que la restauration assise. Mais également par sa capacité à se réinventer au travers d'une profusion de nouveaux concepts, lui permettant d'ajouter d'autres cordes à son arc : montée en gamme de l'offre, diversification des influences culinaires.... Elle intègre également les nouvelles exigences du consommateur pour des alternatives saines (essor du *fast casual*, du *healthy food*) sans pour autant renier le plaisir gustatif cher au consommateur français. A côté de ces tendances acquises, le secteur doit relever d'autres défis liés aux mutations sociétales en cours qui nourrissent de nouvelles attentes : la transition environnementale et la consommation responsable des consommateurs, la révolution numérique avec des consommateurs ultra-connectés en demande d'un parcours client digitalisé, les nouvelles organisations du travail et l'essor du coworking.... Le digital a notamment propulsé le marché de la livraison de repas, nouvel eldorado du secteur.

Des emplacements à potentiel, une concurrence protéiforme

En parallèle, des réservoirs de croissance existent côté emplacements physiques pour la restauration. Le commerce (au sein duquel s'intègre l'offre restauration) d'itinéraire est désormais le paradigme dominant, le consommateur rationalisant son espace de mobilité commerciale en fonction des lieux qui structurent sa journée : la démarche « aller vers le chaland / convive » se substitue de plus en plus à « faire venir ». Les grands chantiers de rénovation, d'agrandissement ou de créations de zones de flux (centres commerciaux, gares, aéroports,...), l'essor des *foods halls* mais aussi les grands projets mixtes urbains mêlant logements, bureaux et commerces sont autant d'opportunités à saisir.

Enfin, le champ concurrentiel est de plus en plus ouvert. L'explosion de la livraison de repas a entraîné l'évolution des *business models*. Les restaurants « virtuels » sans murs ont fait leur apparition. D'abord selon un modèle dit « *full stack* » où les acteurs intègrent l'ensemble de la chaîne de valeur avec des startups comme Nestor, FoodChéri, Popchef, Frichti ; plus récemment, ce sont les cuisines fantôme (Taster, Dark Kitchen) qui émergent dans l'hexagone en s'appuyant sur les plateformes de livraison (Deliveroo, UberEats...). Les agrégateurs eux-mêmes font évoluer leur modèle : UberEats a lancé, en partenariat avec Côté Sushi, Maison Poké, une chaîne de restaurants virtuels tandis que Deliveroo mise sur son concept de cuisines partagées (*cloud kitchens*). De leur côté, les enseignes de la grande distribution, à la recherche de relais de croissance, cherchent également à se faire une place en restauration d'autant que celle-ci permet d'intégrer de l'expérientiel dans leur proposition de valeur. La restauration en magasin (*eat-in-store*) prend de l'ampleur dans les magasins de quartier en centre-ville mais aussi dans les hypermarchés de périphérie.

Notre étude décrypte les mutations en cours et les tendances qui font bouger les lignes de la restauration rapide. Elle permet d'évaluer le potentiel de croissance du secteur en termes de concepts prometteurs (établis et émergents), de services innovants et d'emplacements stratégiques.

LES + DE L'ÉTUDE

- > Une mise en miroir des mutations sociétales avec les orientations de l'offre en termes de concepts, services et emplacements
- > Des business cases sur des acteurs clés qui font bouger les lignes de la restauration rapide
- > Une cartographie des forces en présence et du champ concurrentiel du secteur
- > Une approche prospective pour évaluer le potentiel de croissance du secteur en termes de concepts prometteurs, de services innovants et d'emplacements stratégiques.

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE



Exemples de concepts et acteurs analysés dans l'étude

Synthèse de l'étude et perspectives du marché de la restauration rapide en France

01 Données de cadrage sur la restauration rapide

La restauration rapide au beau fixe en Europe : un potentiel encore important en France

La restauration rapide, locomotive de la RHD dans l'hexagone

Les drivers de la croissance du marché

02 Concepts prometteurs et restauration de demain : concepts emblématiques établis et concepts émergents

Jusqu'où ira la « burger gourmet mania » ?

Le premium et le *healthy* socles du marché français : quel potentiel pour les différents segments (*fast casual*, « étoiles à emporter », bio, végétal et végétal, sans...)?

World food et *street food* : quelles sont les grandes tendances en matière de cuisine du monde ?

Une nouvelle génération de cafés : coffee shop, cafés-coworking...

Et bien d'autres concepts analysés...

03 Les services et valeurs qui font bouger les lignes de la restauration rapide

La livraison de repas, nouvel eldorado de la restauration

Le digital fait partie intégrante du parcours client

Le coworking, la carte à jouer pour capter actifs nomades et travailleurs indépendants et pour développer une activité BtoB

La restauration hybride/multiservices : diversifier ses revenus, redonner vie aux petites communes

La responsabilité/L'engagement, valeur indispensable face à la donne environnementale

04 Les emplacements et leur potentiel

Les centres commerciaux

Après les *food courts*, les *food halls* « nouveaux ventres » des villes

La restauration en gares

La restauration dans les aéroports

Le « *eat-in-store* »

05 Une concurrence protéiforme

Les chaînes de restauration rapide

Les indépendants

Les nouveaux entrants

> Les agrégateurs, les restaurants virtuels, les cuisines fantômes

> Les nouvelles ambitions de la grande distribution pour la restauration

> Et demain : Le restaurant autonome ?

- ADP
- Anticafé
- Big Fernand
- Bon Appétit
- CaféZen
- Canard Street
- Cojean
- Copper Branch
- Côté Sushi
- Dark Kitchen
- Deliveroo
- Eataly
- Egg Factory
- Fish'Tro
- Franprix Darwin
- Liife
- Marxito
- Monop'
- Phood
- Picard
- Pokawa
- Rest'O Bio
- SmÅak Natural Food
- Street BKK
- Taster
- Thai in Box
- UberEats
- Yoghurt Factory

... et bien d'autres

PÔLE AGROALIMENTAIRE-DISTRIBUTION des Echos Etudes

Stratégies des IAA et enseignes face aux enjeux de la transition alimentaire, Juin 2019
Comment tirer parti des nouvelles exigences des consommateurs ? Quelles perspectives à l'horizon 2025 pour les marchés des produits sains (bio, végétal,...) ?

Quel renouveau pour le marché de l'immobilier commercial ?, Juin 2019
Transformation des modèles et création de nouvelles sources de valeur : perspectives du marché à horizon 2022 et 2025

Le marché français et les perspectives de la BVP industrielle, Février 2019
Miser sur l'innovation et l'international

Le marché du snacking en France, Novembre 2018
Chiffres clés, tendances porteuses et gisements de croissance pour 2019-2022

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?
Une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?
Contactez notre Service Clients :
Tél : 01 49 53 63 00 - Email : etudes@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Agroalimentaire - Distribution

cdesclos@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE LES LEVIERS DE CROISSANCE DE LA RESTAURATION RAPIDE EN FRANCE

Version PDF

- Pour 1 utilisateur
2 550 € HT - 2 690,75 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 2 à 5 utilisateurs
3 315 € HT - 3 497,33 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 6 à 10 utilisateurs
3 825 € HT - 4 035,38 € TTC (TVA à 5,5%)*
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
255 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Version papier

- 2 550 € HT - 2 690,75 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A092INTEI

*L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Coordonnées de l'utilisateur final (Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Règlement :

Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)

Chèque à l'ordre des Echos Solutions

Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr

Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

LesEchos
ÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR