

● Février 2018

Le marché des fruits et légumes frais et des pommes de terre fraîches et transformées en restauration hors domicile

Le marché de la restauration hors domicile (RHD) constitue un enjeu important. Il représente plus de 15 % des repas consommés par les Français, et plus de 30 % de leurs dépenses alimentaires en 2016

Contexte et objectifs de l'étude

En 2017, la société Gira Foodservice a réalisé pour le compte de FranceAgriMer, d'INTERFEL, du CNIPT et du GIPT un panorama de la consommation de fruits, légumes et pommes de terre en restauration hors domicile. En complétant le suivi des achats des ménages pour leur consommation à domicile, il permet d'avoir une vision globale de la consommation des fruits et légumes par les français.

Cette étude réalisée en 2007, puis en 2011 a été reconduite en 2017, avec pour objectif de fournir à la filière les indicateurs clés de ce marché et les tendances de consommation de fruits, légumes et pomme de terre en restauration.

Méthodologie

Sur un plan méthodologique, trois approches croisées et complémentaires ont été utilisées :

- une approche par la demande, avec l'interrogation d'un panel de restaurants représentant 1/3 de l'ensemble des repas servis en RHD, soit une base de près de 2 milliards de repas;
- une approche par la distribution représentant environ 45 % des approvisionnements en volume de fruits et légumes frais et de pommes de terre fraîches et transformées
- une approche par les industriels des fruits, légumes et pommes de terre transformés

Cette étude a été réalisée sur la base d'une segmentation précise du marché de la restauration collective et commerciale (15 segments).

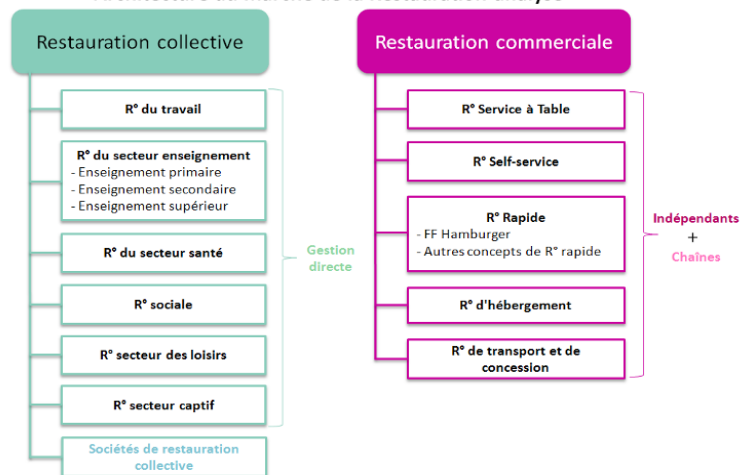
Les résultats donnent une vision globale de la consommation par catégorie de produits en volume et en valeur et selon les différents circuits de restauration hors domicile retenus. D'autre part, à partir des coûts d'achats alimentaires par segment, par opérateur et par types de formules, il a été déterminé le montant des achats en fruits, légumes et pommes de terre de la restauration hors domicile, par secteur et par type de gestionnaire.

Champ de l'étude

Cette étude englobe les univers de produits suivants :

- Fruits et légumes frais et 4^{ème} gamme
- Fruits transformés (compotes et salades de fruits) frais, en conserve et surgelés
- Pommes de terre fraîches
- Pommes de terre transformées réfrigérées, sous vide, surgelées et déshydratées
- Chips

Architecture du marché de la Restauration analysé



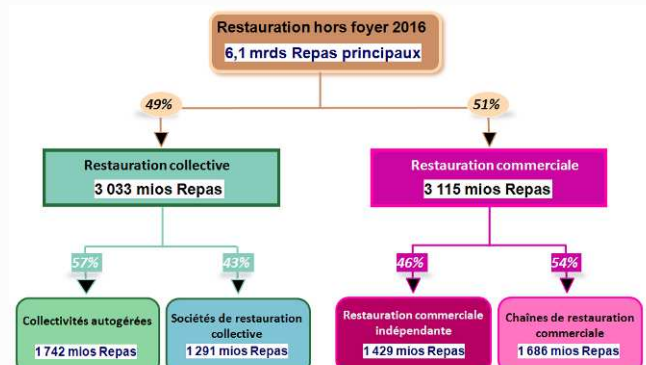
Synthèse des résultats de l'étude

Le marché de la restauration en France

Les données établies déterminent un marché de 6,1 milliards de repas principaux, soit l'équivalent de près de 2 repas par semaine pris hors domicile.

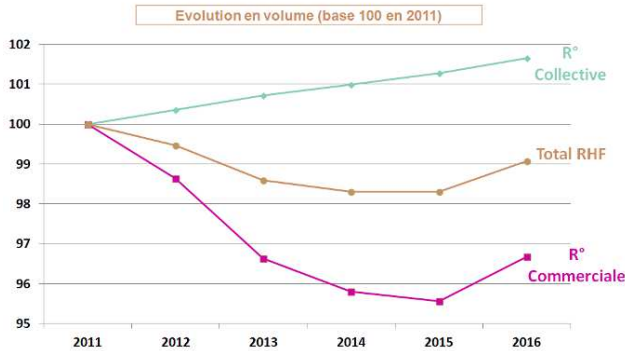
Près d'un repas sur deux est consommé en restauration collective en 2016.

Les groupes de restauration concentrent 48% des volumes de repas en 2016.



Le nombre de repas consommé recule de - 0,9 % entre 2011 et 2016 :

- la restauration collective progresse de manière régulière depuis 2011 (+ 1,6 % en 5 ans), et représente à ce titre une assise stable pour toutes les filières alimentaires
- la restauration commerciale, plus volatile car liée aux arbitrages de consommation, reprend des couleurs en 2016 après plusieurs années consécutives de baisse (- 3,3 % en 5 ans). La reprise est soutenue par le dynamisme de la restauration rapide et des groupes de restauration



En 5 ans, la restauration hors foyer s'est adaptée aux nouvelles attentes des consommateurs, avec une orientation plus qualitative, favorable à la filière des fruits et légumes, mais avec un impact plus contrasté pour les pommes de terre.

Des nouvelles attentes des consommateurs

Un renouvellement de l'offre alimentaire

- Authenticité, naturalité
- Plats "Fait Maison" à base de produits bruts
- Consommation plus saine/équilibrée
- Consommation plus responsable
- Recherche d'expérience culinaire
- Consommer moins mais mieux
- Attentifs à l'origine des produits
- Rapport qualité / prix justifié
- Produits frais /bruts, couplés à une origine France/locale
- Produits naturels
- Essor des concepts "premium" et "équilibré"
- Valorisation de l'origine des produits
- Valorisation de l'accompagnement
- Simplification des cartes

Evolution des achats de fruits et légumes

La consommation de fruits et légumes frais s'est élevée à 635 000 tonnes en 2016, soit un gain de 15 000 tonnes en 5 ans. Les achats de fruits et légumes résistent face à la baisse du marché support grâce à un taux d'utilisation qui progresse de + 3,3 % : les achats évoluent de + 2,3 % en 5 ans, alors que les repas régressent de - 0,9 % (- 60 millions de repas). Entre 2011 et 2016, ce marché a progressé de + 14,8 % en valeur, pour atteindre 1,2 milliards € HT.

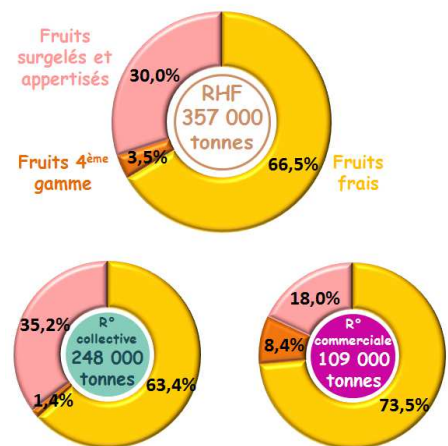


La répartition des achats entre restauration collective et commerciale est désormais équilibrée. L'évolution structurelle de la restauration commerciale (la progression de la restauration rapide au détriment de la restauration avec service à table) a un impact négatif sur les achats de fruits et légumes malgré une réelle dynamique des taux d'utilisation sur l'ensemble des segments.

Evolution des achats de fruits

Le taux d'utilisation de fruits frais et transformés est 2,3 fois plus important en restauration collective, les fruits représentant une offre centrale dans la fonction dessert.

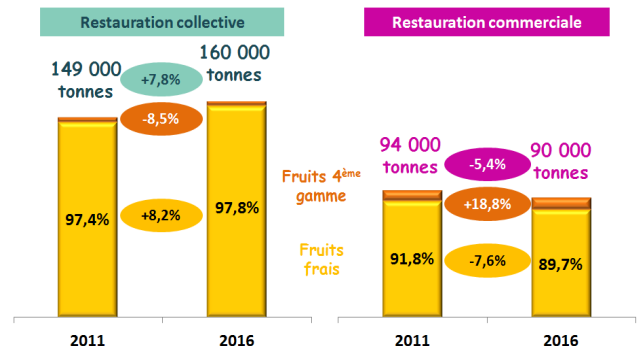
La restauration collective reste le 1^{er} débouché des fruits transformés (82 %), ce qui assure une réserve de croissance pour les fruits frais.



Le marché des fruits frais et 4^{ème} gamme en RHF a progressé de + 2,7 % en 5 ans, pour s'élever à 250 000 tonnes en 2016, dont 95 % de fruits frais et 5 % de fruits 4^{ème} gamme.

La restauration collective est le moteur de la croissance du marché des fruits frais.

Les fruits 4^{ème} gamme sont en hausse de + 10 % en RHF sous l'impulsion de la restauration rapide.

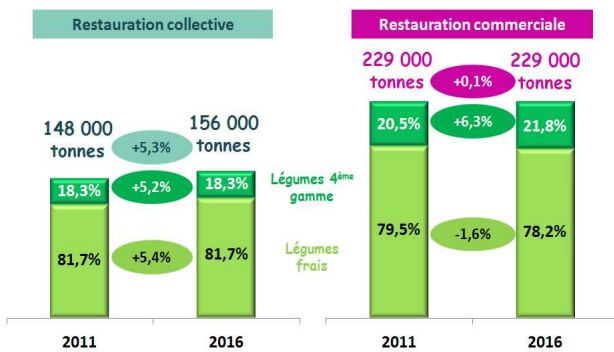


Les fruits frais représentent un marché de 425 millions € HT en 2016 (+ 12,5 % par rapport à 2011), l'évolution des prix n'ayant pas freiné la demande.

Evolution des achats de légumes

Le marché des légumes frais en RHD représente 385 000 tonnes, en hausse de +2,1% depuis 2011. Les légumes frais concentrent 80% des volumes, contre 20% pour les légumes 4^{ème} gamme.

Le taux d'utilisation des légumes frais et 4^{ème} gamme est 1,5 fois plus élevé en restauration commerciale. Les légumes 4^{ème} gamme progressent de +6% en RHF, dont la moitié sous l'impact du segment fast food hamburger.

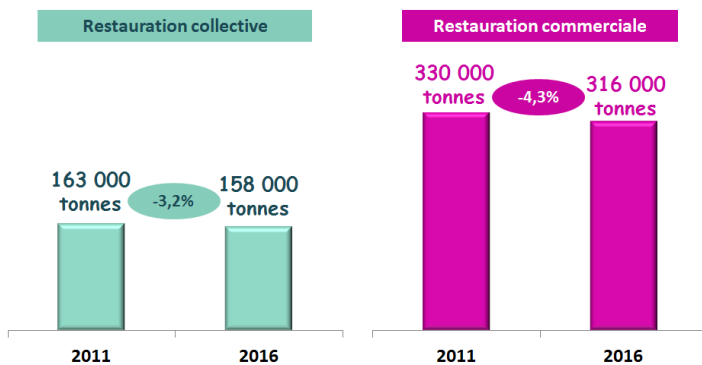


Les légumes frais représentent un marché de 790 millions € HT en 2016 (+16% par rapport à 2011). Contrairement au marché des fruits, l'effet de substitution entre les variétés de légumes en fonction des prix est important.

Evolution des achats de pommes de terre

La consommation de pommes de terre fraîches et transformées s'est élevée à 474 000 tonnes en 2016, soit une perte de 20 000 tonnes en 5 ans. Les achats de pommes de terre pâtissent de la baisse du marché support et du taux d'utilisation (-3%) : les achats reculent de -3,9% en 5 ans.

Entre 2011 et 2016, ce marché a par contre progressé de +6,8% en valeur, pour atteindre 486 millions € HT.



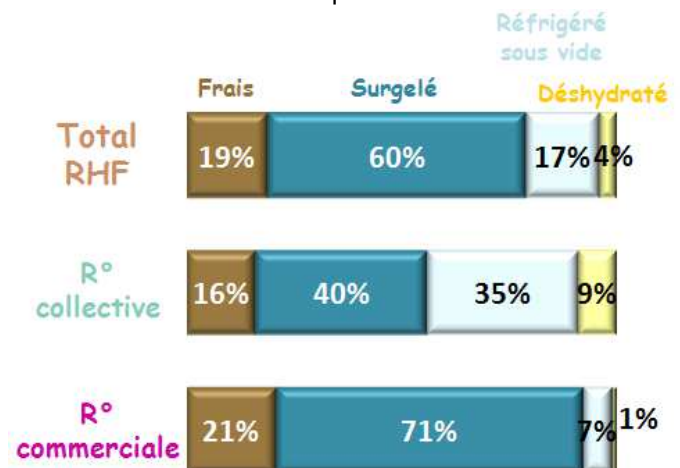
Le taux d'utilisation de pommes de terre dans l'assiette est 2 fois plus élevé en restauration commerciale.

L'évolution des taux d'utilisation est très différenciée entre restauration collective et commerciale :

- Restauration commerciale : progression de la consommation
 - Essor de l'offre burger en restauration avec service à table : la restauration rapide ne constitue plus un levier majeur de développement, la restauration avec service à table s'impose comme le nouveau marché support des pommes de terre, d'autant que la consommation est en recul dans le fast food hamburger, en raison de la concurrence de l'offre salade.
 - Les pommes de terre s'intègrent parfaitement dans le cadre d'une restauration plaisir.

Cependant, l'évolution structurelle du marché a un impact négatif sur les achats de pommes de terre malgré une réelle dynamique des taux d'utilisation par segment : l'évolution structurelle du marché support a pénalisé de 5% les débouchés de pommes de terre en restauration commerciale.

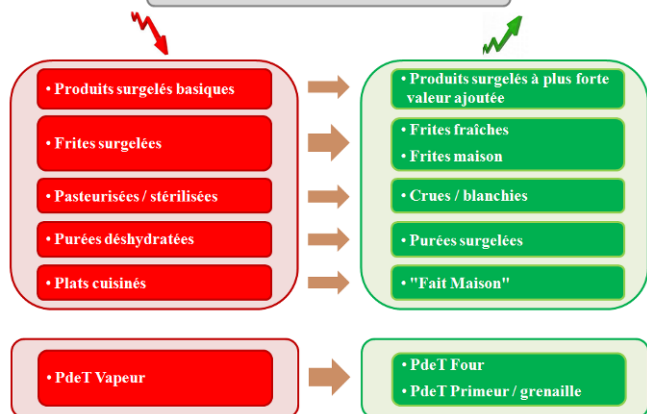
- Restauration collective: recul de la consommation
 - Diversification de l'offre alimentaire (animations culinaires, salad'bar, cuisine du monde...)
 - Essor de produits alternatifs (céréales, légumineuses...)
 - Les pommes de terre trouvent moins leur place dans le cadre d'une restauration quotidienne, dans un contexte d'équilibre nutritionnel.



L'architecture du marché évolue peu en 5 ans, et ne reflète pas encore les évolutions des modes de production :

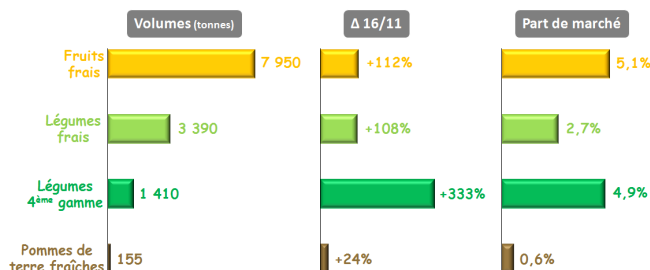
- bonne résistance des pommes de terre fraîches en restauration collective et commerciale,
- bonne tenue des pommes de terre réfrigérées en restauration collective, alors que les pommes de terre surgelées accusent une forte baisse,
- solidité des pommes de terre surgelées en restauration commerciale, mais forte dégradation de la position des pommes de terre réfrigérées,
- recul généralisé des purées déshydratées.

Les mouvements de consommation



- Dans le cadre de la montée en gamme de l'offre, les produits surgelés de base sont pénalisés au profit :
 - de produits surgelés à plus forte valeur ajoutée (en termes de découpes, de textures, de performances techniques...) afin de se différencier et de répondre aux attentes des consommateurs et aux besoins des restaurateurs,
 - des pommes de terre fraîches.
- Les purées déshydratées s'inscrivent de moins en moins dans les nouvelles attentes des consommateurs et dans l'offre des restaurateurs:
 - l'offre purée déshydratée est délaissée en restauration commerciale, y compris dans les menus enfants,
 - essor des purées surgelées, soutenues par la montée en gamme de cette catégorie avec les écrasés de pommes de terre
 - retour des purées "Fait Maison".
- Les pommes de terre crues / blanchies sont de plus en plus privilégiées aux pommes de terre pasteurisées / stérilisées car elles permettent une meilleure maîtrise de la cuisson et du résultat final.
- Les plats cuisinés à base de pommes de terre souffrent de l'image négative des produits industriels et n'ont plus la faveur des consommateurs qui recherchent des plats travaillés par le restaurateur.

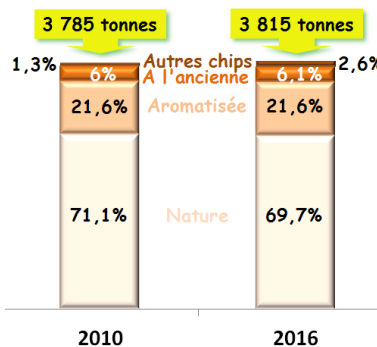
- les achats de légumes bio 4^{ème} gamme ont été multipliés par 4,5 en 5 ans,
- faible progression des pommes de terre bio en raison d'une attente faible de la part des consommateurs et des gestionnaires sur ce produit.



Evolution des achats de chips

Le marché des chips représente 3 815 tonnes pour 26,7 millions € HT en 2016.

Il s'agit d'un marché atone, la hausse des volumes achetés s'élevant à + 0,9 % depuis 2010, soit 30 tonnes additionnelles, tandis que les prix moyens augmentent de + 1 % par an sur cette période.



La répartition est équilibrée entre restauration hors domicile et circuits de vente alternatifs (41% chacun), la distribution automatique absorbant près de 20% des volumes.



Les achats de chips sont en recul dans les cafés, les restaurants, les stations service et la distribution automatique.

Ont contribué à ce numéro : unité Filières spécialisées / service Analyse économique des filières

Evolution des achats de produits bio en restauration collective

Un marché qui a progressé fortement en 5 ans pour atteindre près de 13 000 tonnes en 2016 :

- l'offre en bio reste centrée sur les fruits, qui concentrent 60 % des volumes: il est simple et lisible de proposer un fruit bio, que ce soit dans l'enseignement ou dans les bars à fruits au sein des entreprises
- une part moins importante de légumes frais bio, concurrencés par le surgelé pour des raisons de coût et de régularité de l'offre

