

Les légumes transformés en Restauration Hors Foyer

*Données Année 2013
Éléments de Synthèse*



**GIRA
FOODSERVICE**

Objectifs de l'étude

Quantifier les achats de légumes en conserve et surgelés réalisés par les structures de restauration en France en 2013

- quantification en volume et en valeur
- sur la base d'une segmentation précise du marché de la restauration
- à partir d'une nomenclature définie de produits

Les unités quantitatives utilisées

- légumes en conserve



Tonnes 1/2 brut

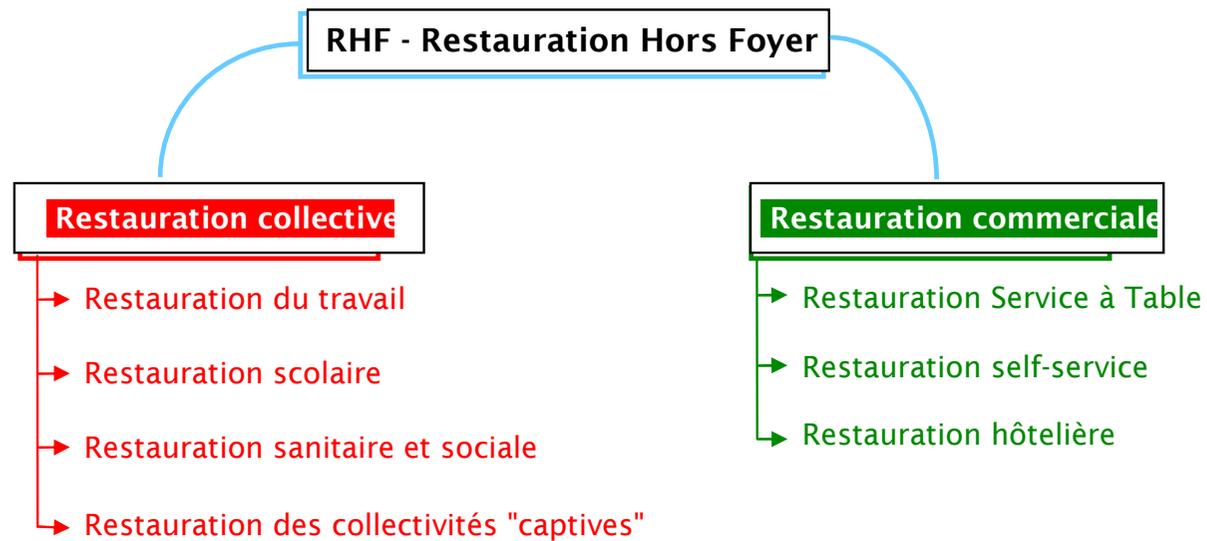
- légumes surgelés



Tonnes

Architecture de la Restauration Hors Foyer

analysé





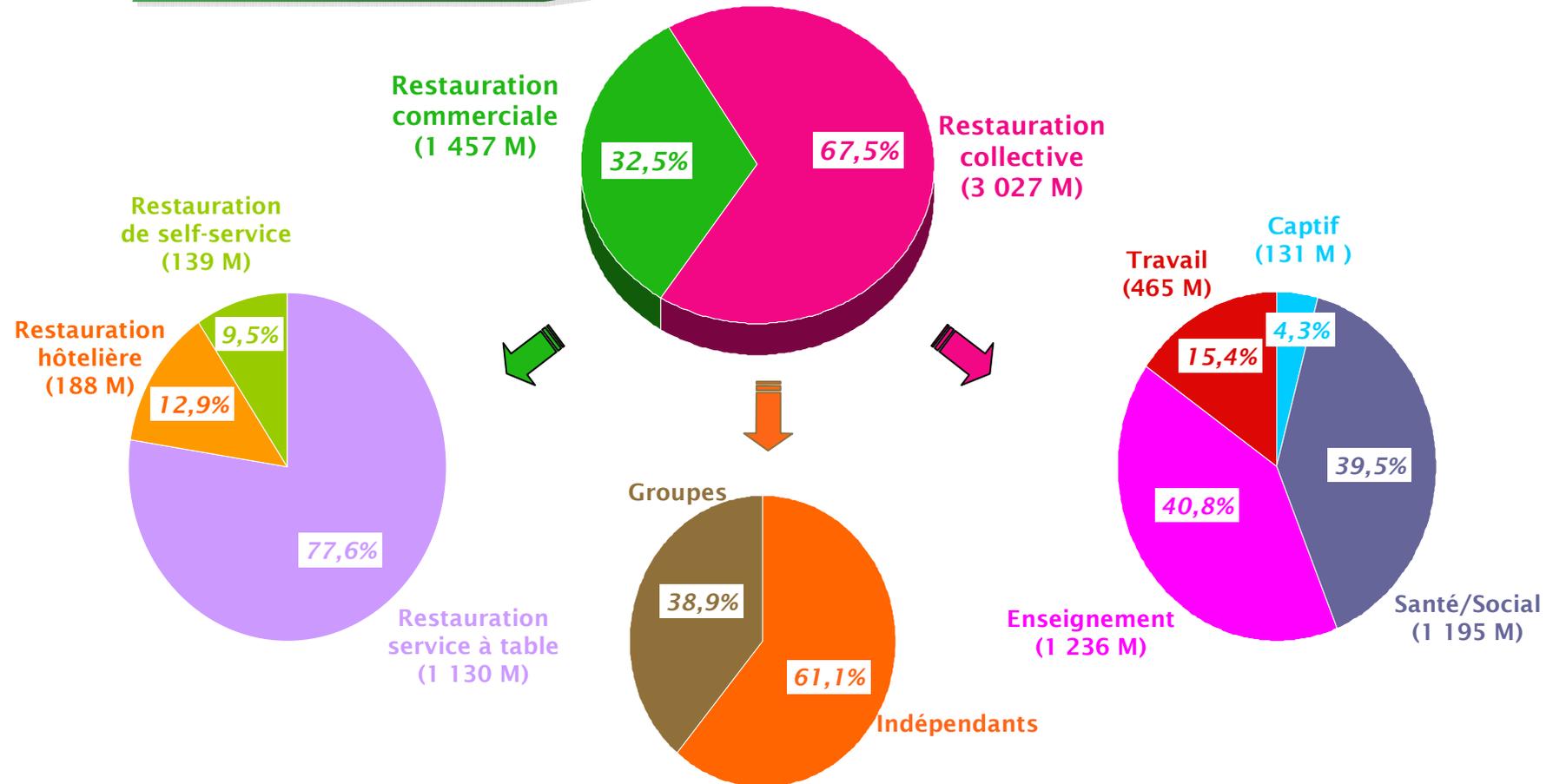
La Restauration



La Restauration en 2013

(M= millions de repas)

Volume de repas: 4 484 M



☞ Restauration indépendante : 67% → 976 M de repas

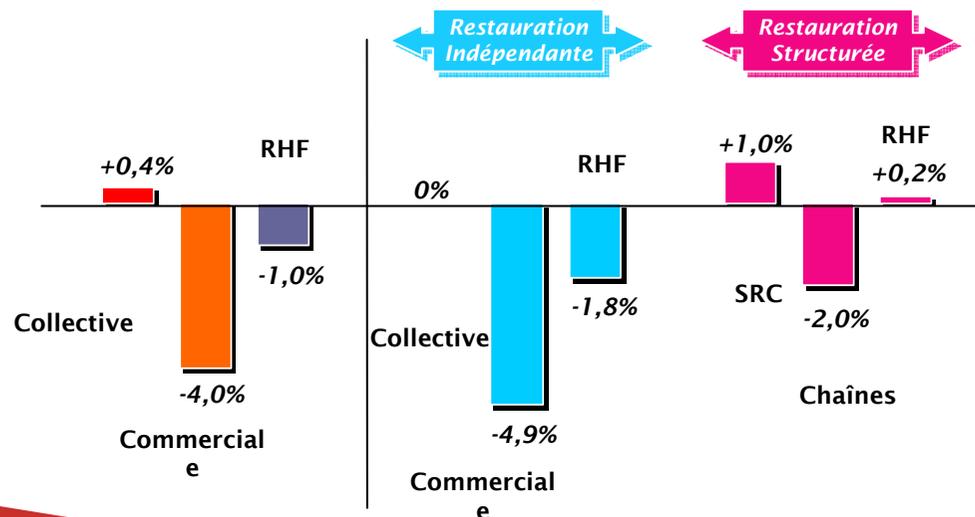
☞ Groupes de Restauration : 33% → 481 M de repas

☞ Collectivités en autogestion: 58% → 1 765 M de repas

☞ Sociétés de restauration collective : 42% → 1 262 M de repas

Les indicateurs de l'ensemble de la restauration entre 2012 et 2013

△
2013/2012
Fréquentation



Les Tendances remarquables

Restauration Collective

- Un marché résistant : débouché solide pour les légumes transformés
- Stabilisation de la restauration en gestion directe et croissance de 1% des sociétés de restauration collective

Restauration Commerciale

- la restauration commerciale perd 4% de sa clientèle
- La restauration commerciale indépendante : baisse de fréquentation de près de 5%
- Dégradation de l'activité des chaînes avec une fréquentation en baisse de -2%

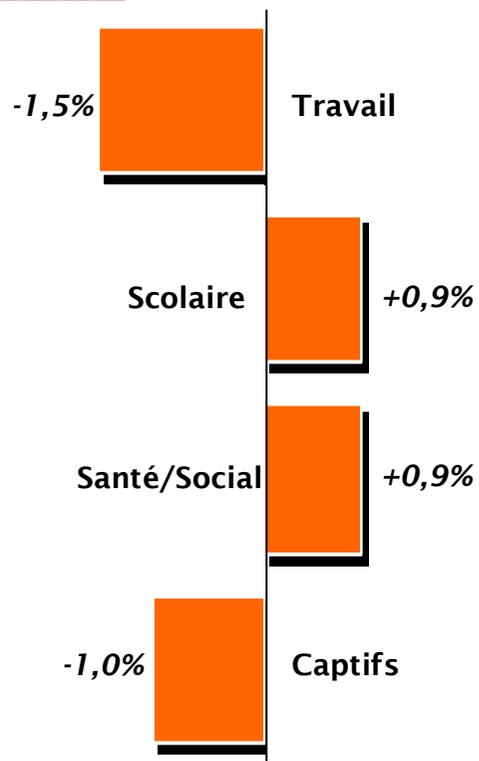


L'ensemble du marché se solde par une baisse de la fréquentation de -1% (-47 M de repas)

Contraction significative de l'activité des structures indépendantes et des groupes de restauration qui stagnent en termes de fréquentation

Les indicateurs de la restauration collective entre 2012 et 2013

Δ 2013/2012
Fréquentation



Collectivités

- Détérioration du niveau de l'emploi
- Contraction du parc de restaurants
- Augmentation des taux de fréquentation
- Développement d'une offre diversifiée et de concepts de restauration rapide

- Effectifs scolaires à la hausse, progression des taux d'inscription à la ½ pension
- Baisse de la Restauration universitaire
- Hausse de l'activité des Cuisines Centrales

- Activité restauration stable en Santé
- Tendance achats de produits finis surgelés (plats cuisinés)
- Social : + 10 M de repas. Dynamique du portage à domicile qui profite aux Cuisines Centrales

- Baisse de l'activité des Armées en partie compensée par les prisons

Un marché qui se solde par le gain de 13 millions de repas

Les indicateurs de la restauration commerciale entre 2012 et 2013

Δ 2013/2012
Fréquentation

Restauration commerciale

-3,6%

Service à table

- Crise de fréquentation
- Activité du soir particulièrement pénalisée
- Seules les chaînes affichent un résultat positif
- Dépense moyenne par repas qui progresse (+2%)

-5,4%

Self services

- Secteur structurellement à la baisse
- Diversification des grands acteurs du marché vers de nouveaux sites d'implantation (autoroutes) et de nouveaux concepts (Restauration rapide et à emporter)
- Création de Cuisines centrales nouvelles générations

-5,2%

Hôtellerie

- Recul significatif du marché. Baisse du nombre de nuitées, de la clientèle d'affaires.
- Des chaînes qui résistent mieux

Un marché en retrait sur tous les segments qui se solde par la perte de près de 60 M de clients.

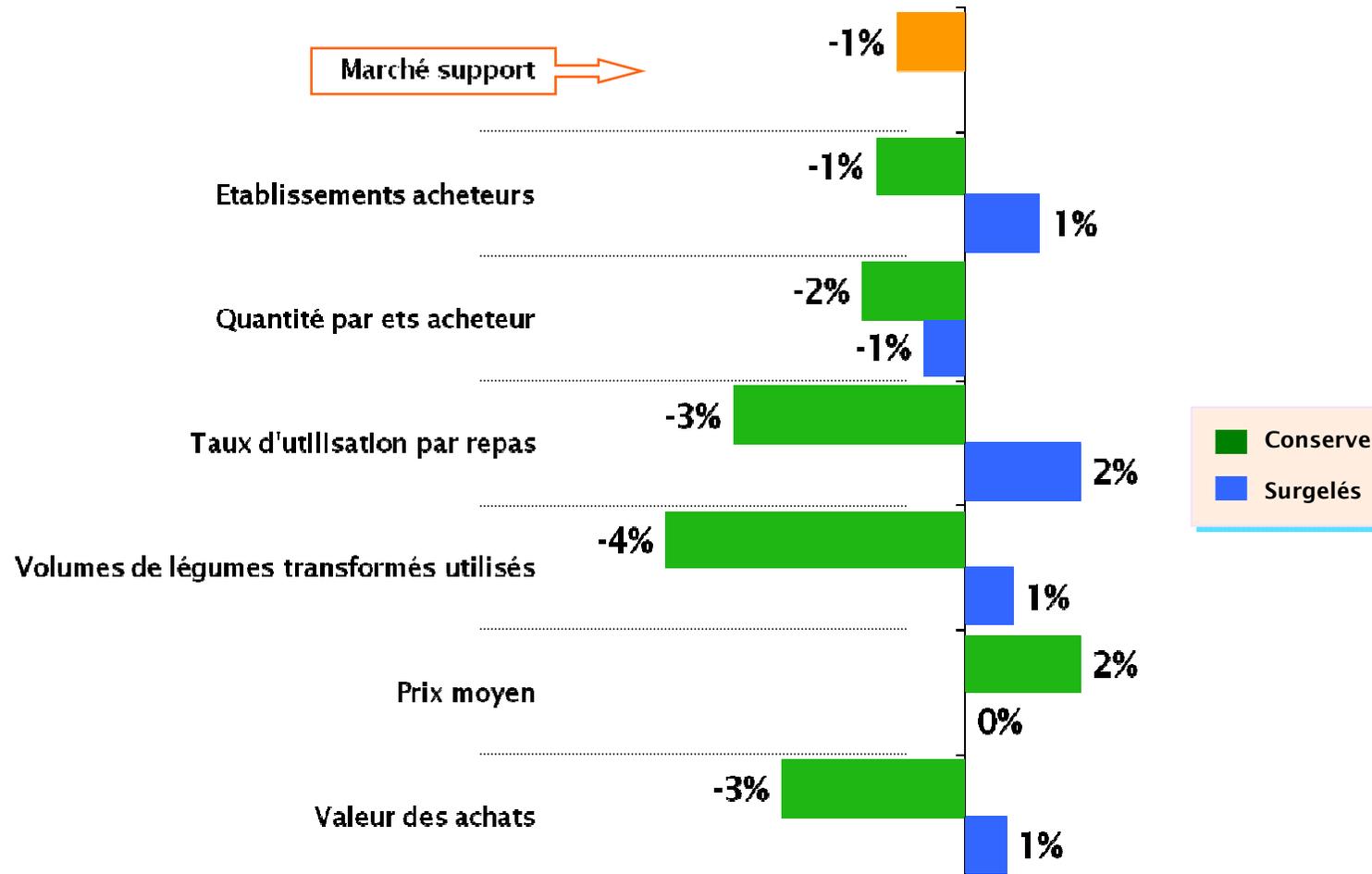
La restauration rapide, bien que positive, voit sa croissance s'essouffler significativement + 4 M de repas entre 2012 et 2013 (vs. +de 30 M 2012/2011)



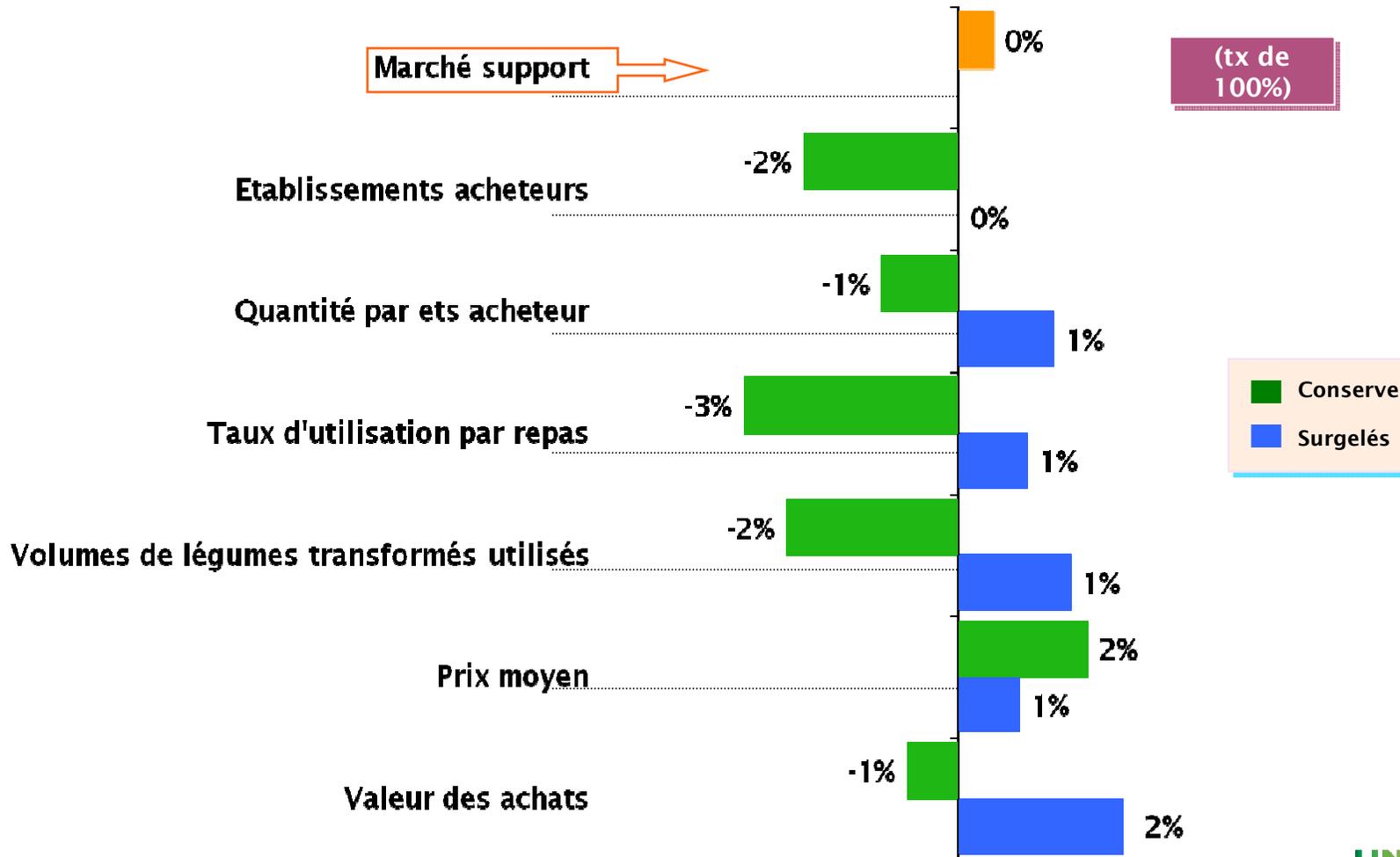
Les légumes transformés en restauration

Année 2013

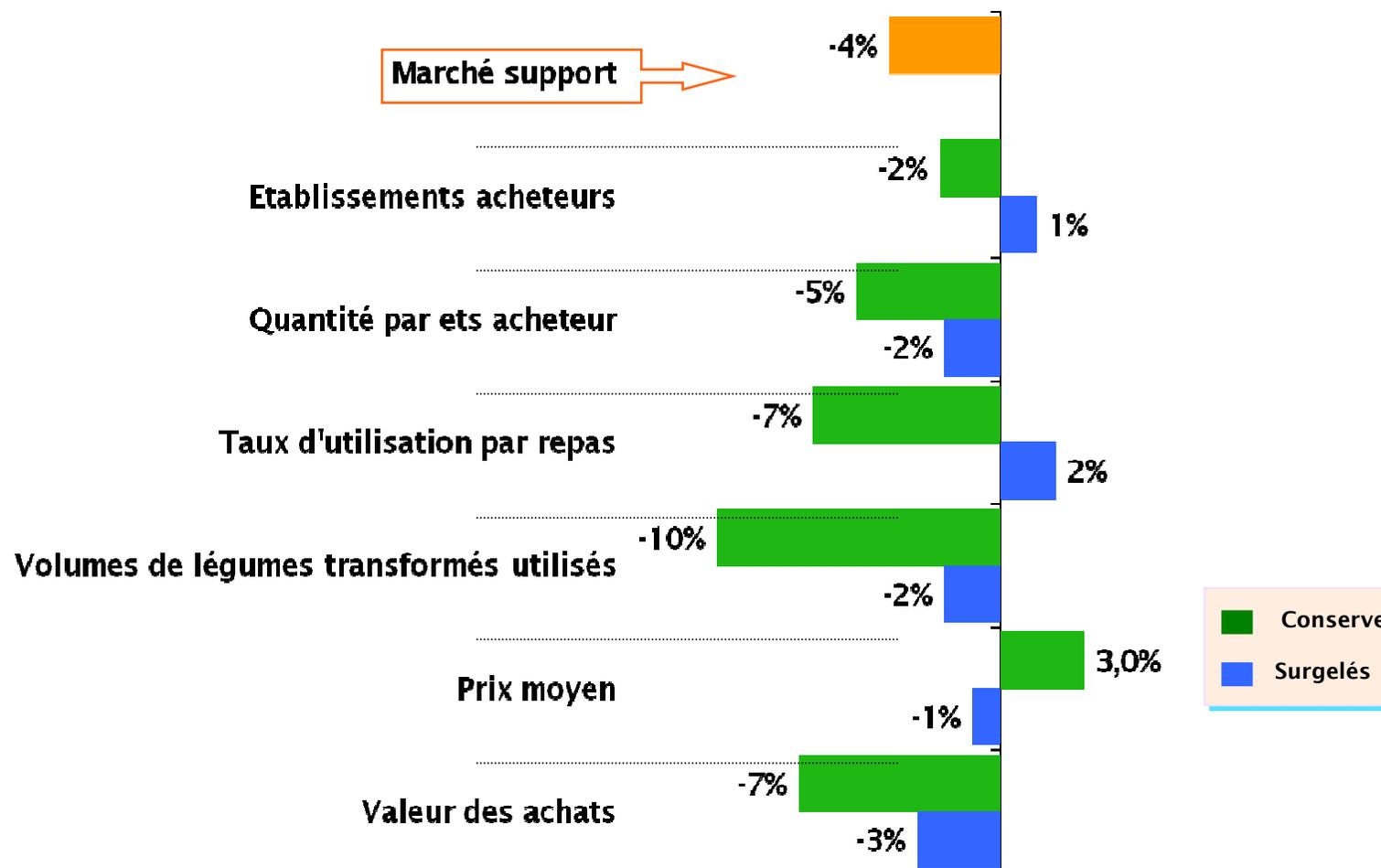
Les indicateurs du marché



Les indicateurs du marché en Collectivités



Les indicateurs du marché en Restauration Commerciale





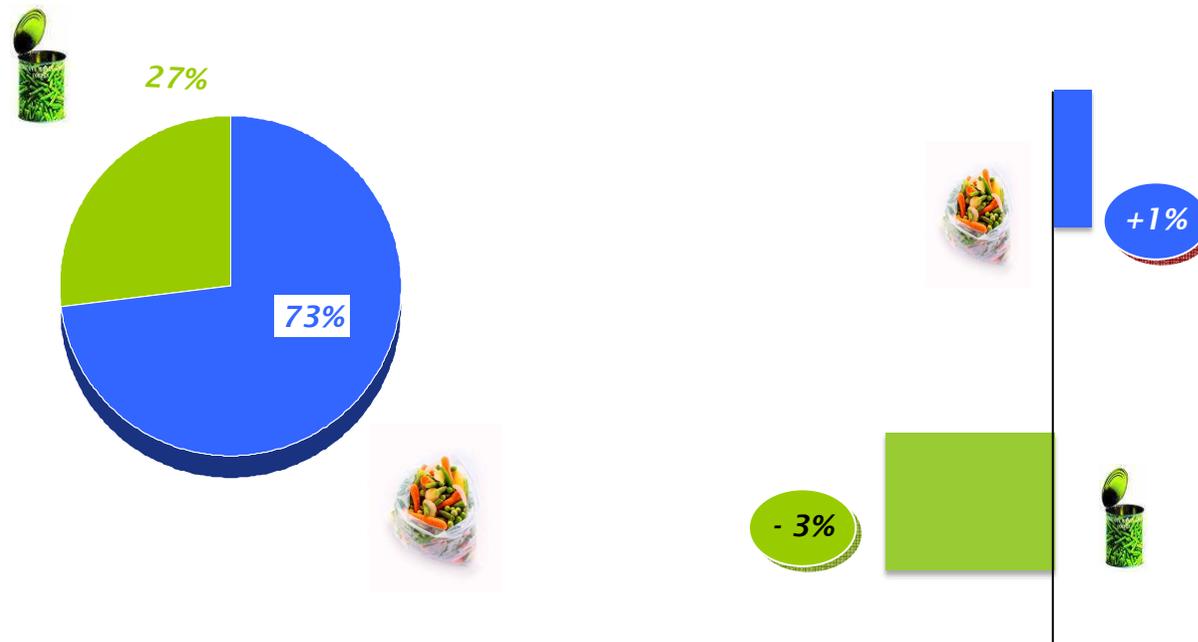
*Marché des légumes transformés en valeur
- Année 2013 -*

Les achats de la RHF en légumes transformés

Valeur totale des achats

480 millions € HT

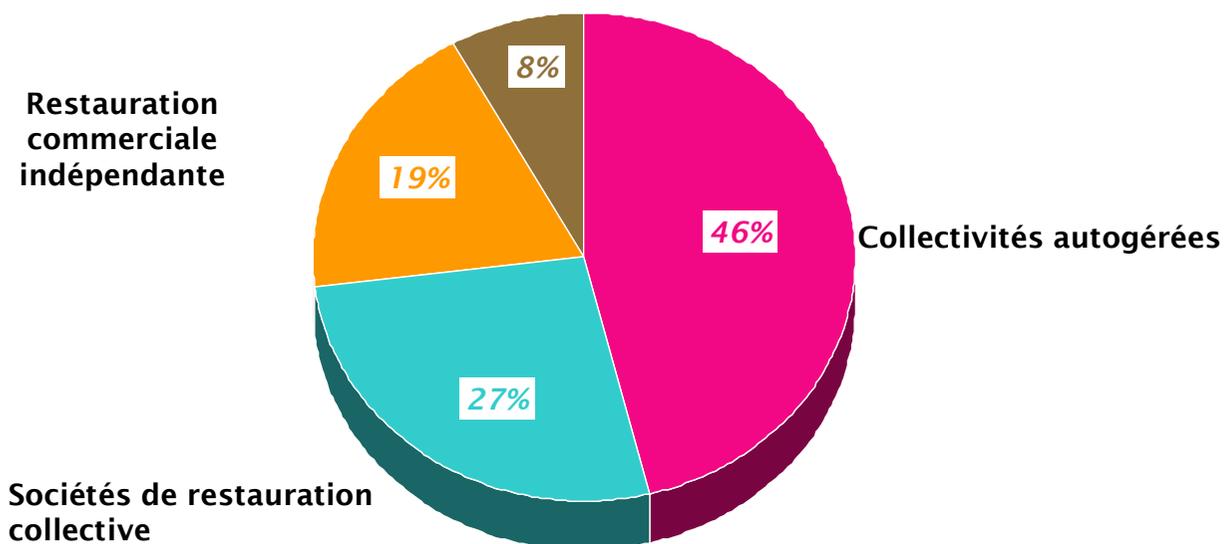
stable vs 2012



une dépense annuelle moyenne de 3 220 € par établissement

Les achats de légumes transformés en fonction du mode de gestion des structures

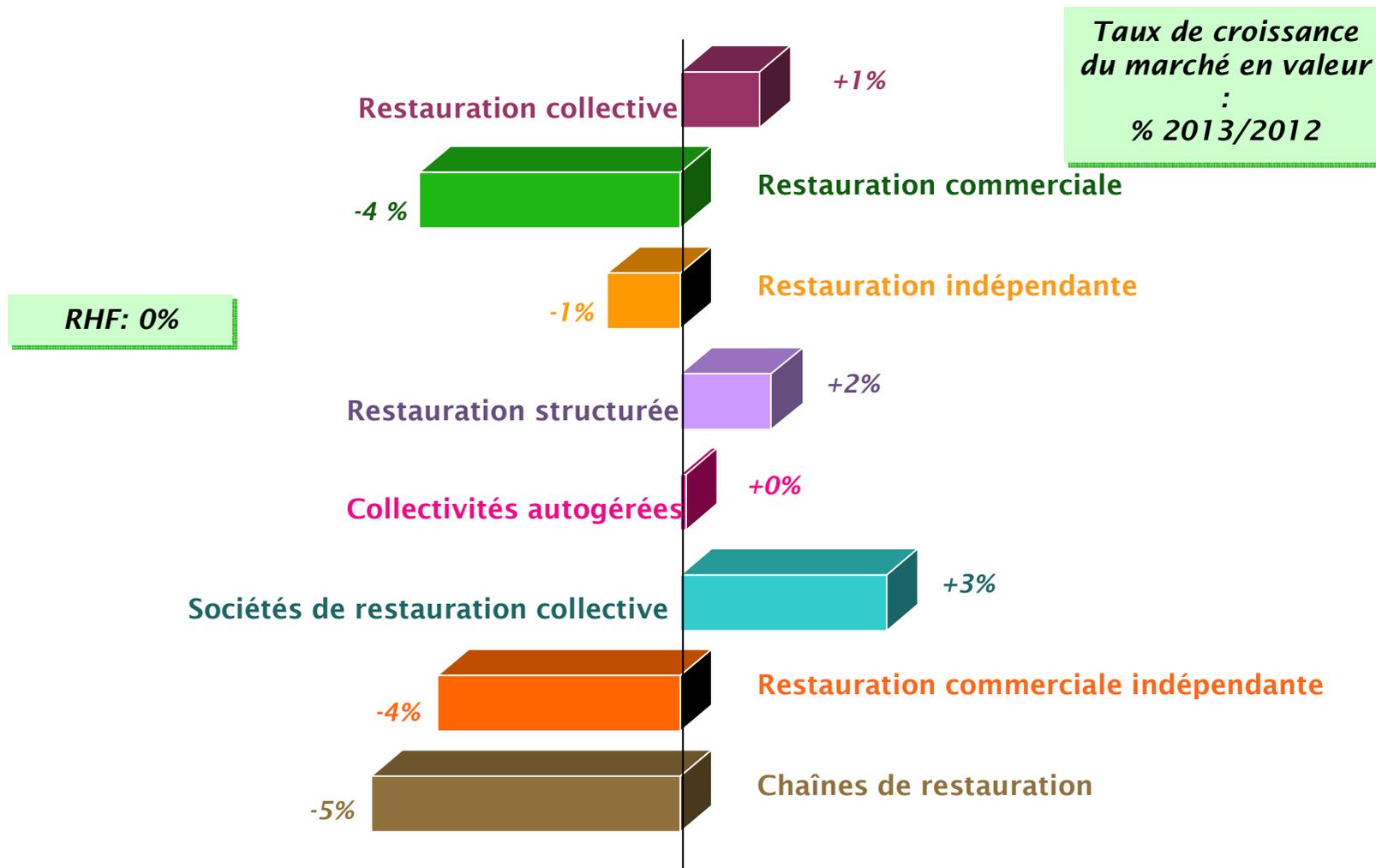
Groupes et chaînes de restaurants



↪ 73% de la valeur en restauration de collectivités

↪ La restauration indépendante : 65% des achats de légumes transformés

Evolution des achats de légumes transformés par grands marchés

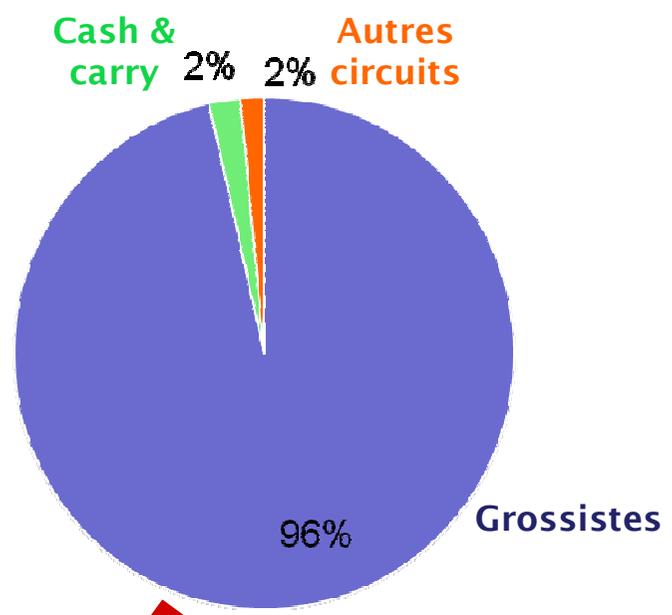
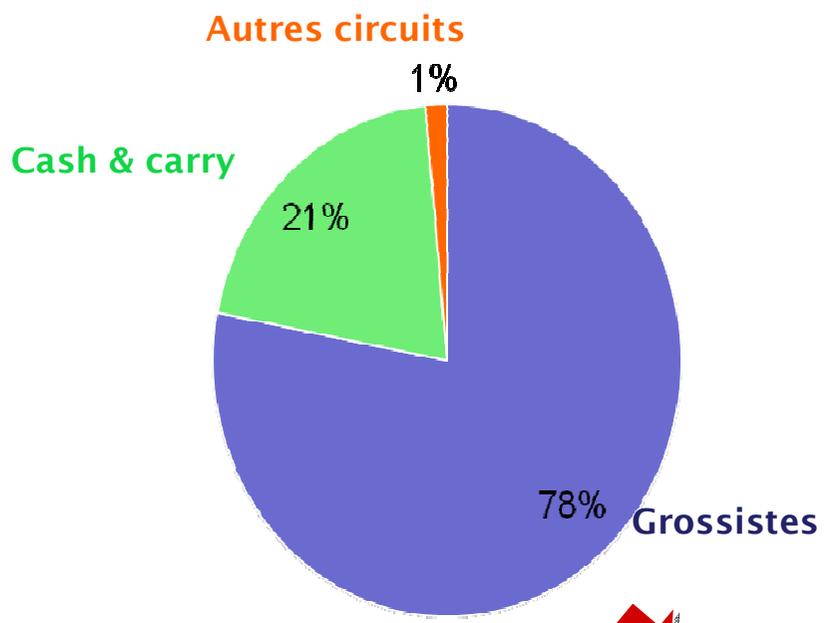


Circuits de distribution des légumes transformés en 2013

Légumes en conserve

(% CA)

Légumes surgelés

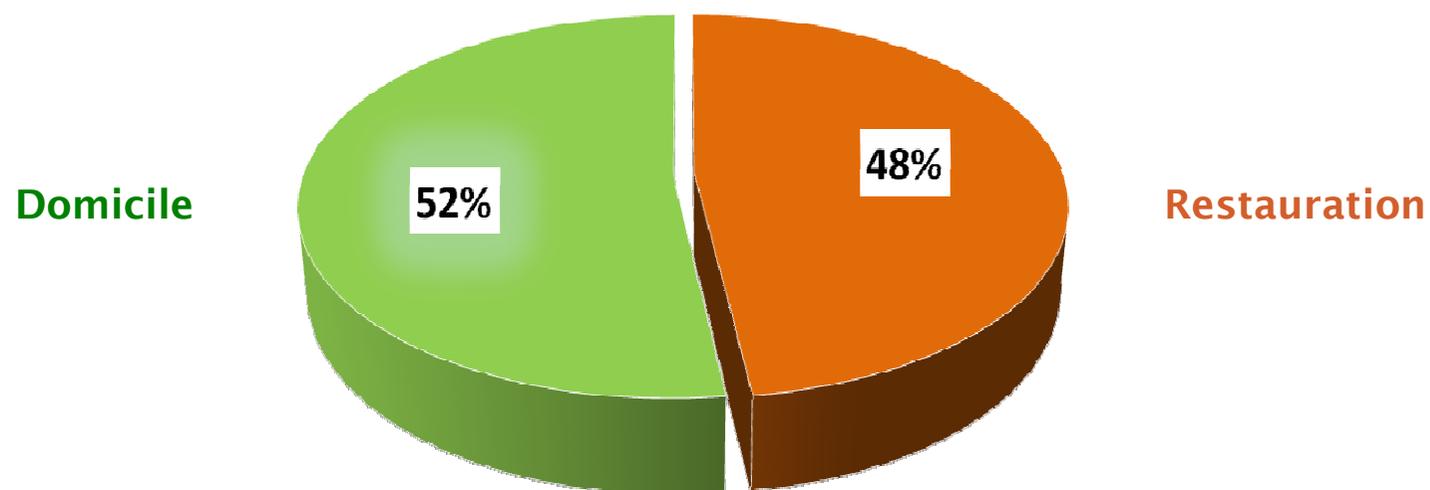


Approvisionnement RHF
Les grossistes = 91%
Les Cash & Carry = 7%



Les Légumes Surgelés

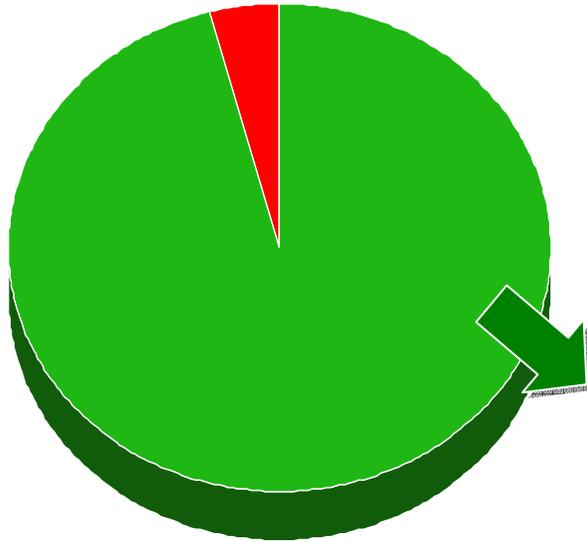
La consommation française totale de légumes surgelés en 2013



Source KANTAR + GIRA / Unilet

les légumes surgelés en 2013

Tomates & champignons 4%

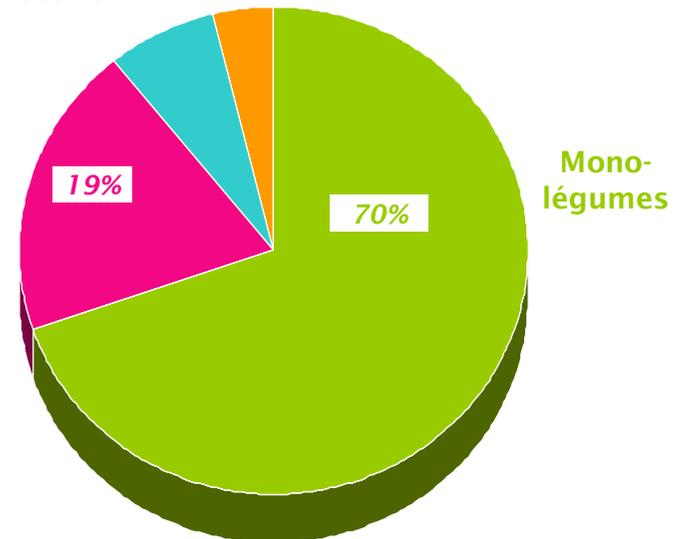


Légumes surgelés 96%

Purées de légumes 4%

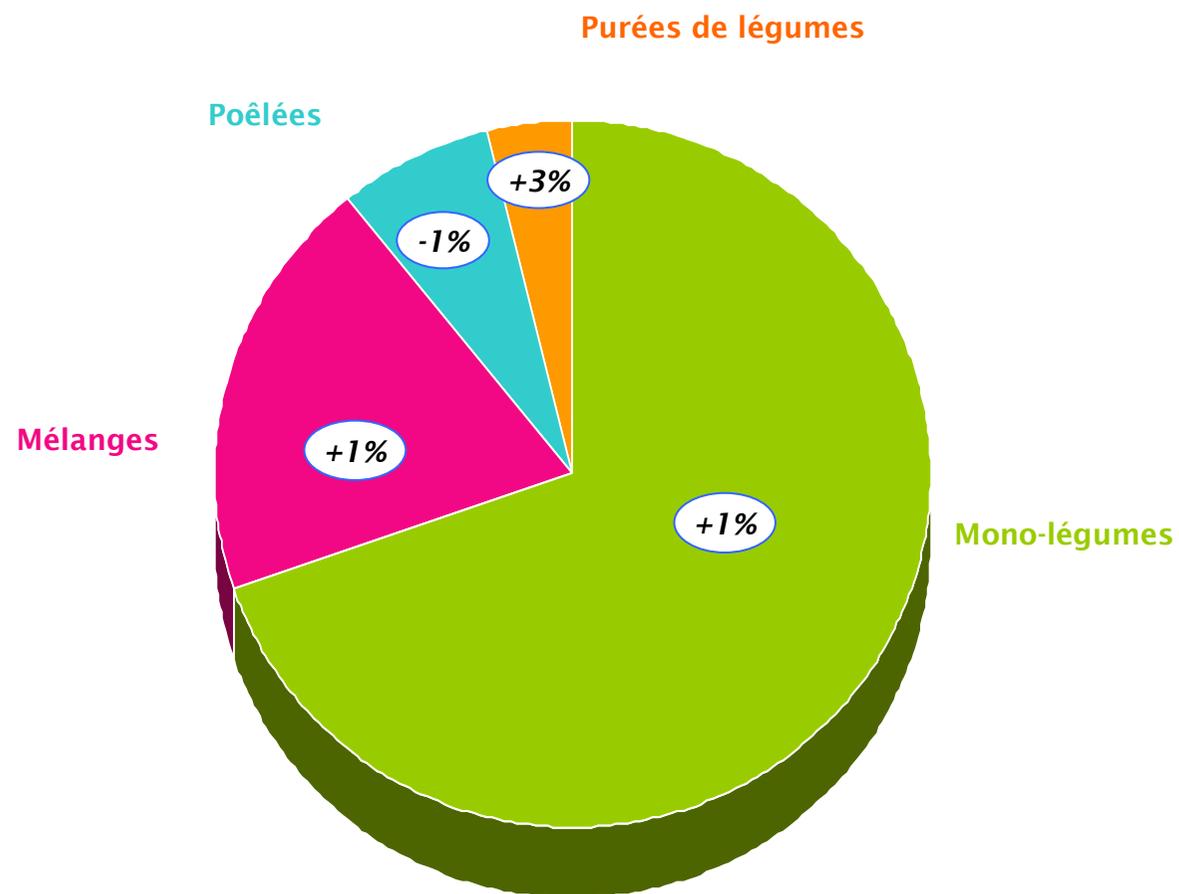
Poêlées 7%

Mélanges 19%



Mono-légumes

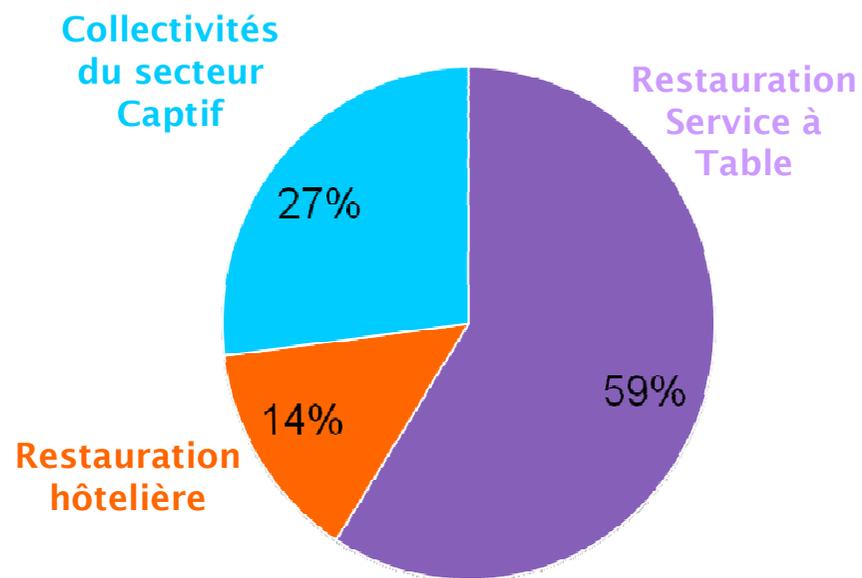
Evolution des achats de légumes surgelés entre 2012 et 2013 par grandes familles de produits



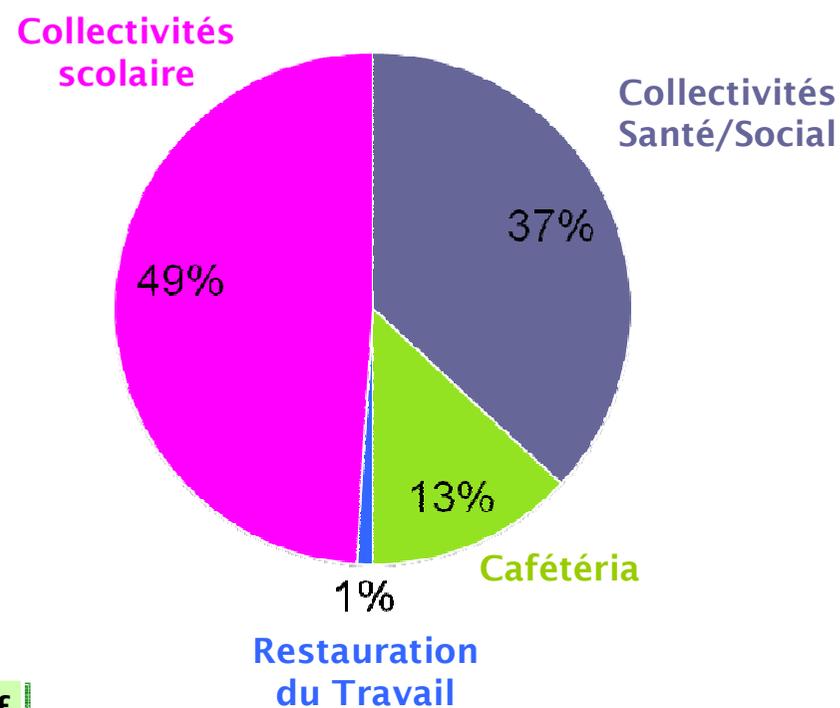
Légumes surgelés

Les secteurs en progression et en retrait entre 2012 et 2013

Secteurs en retrait



Secteurs en progression

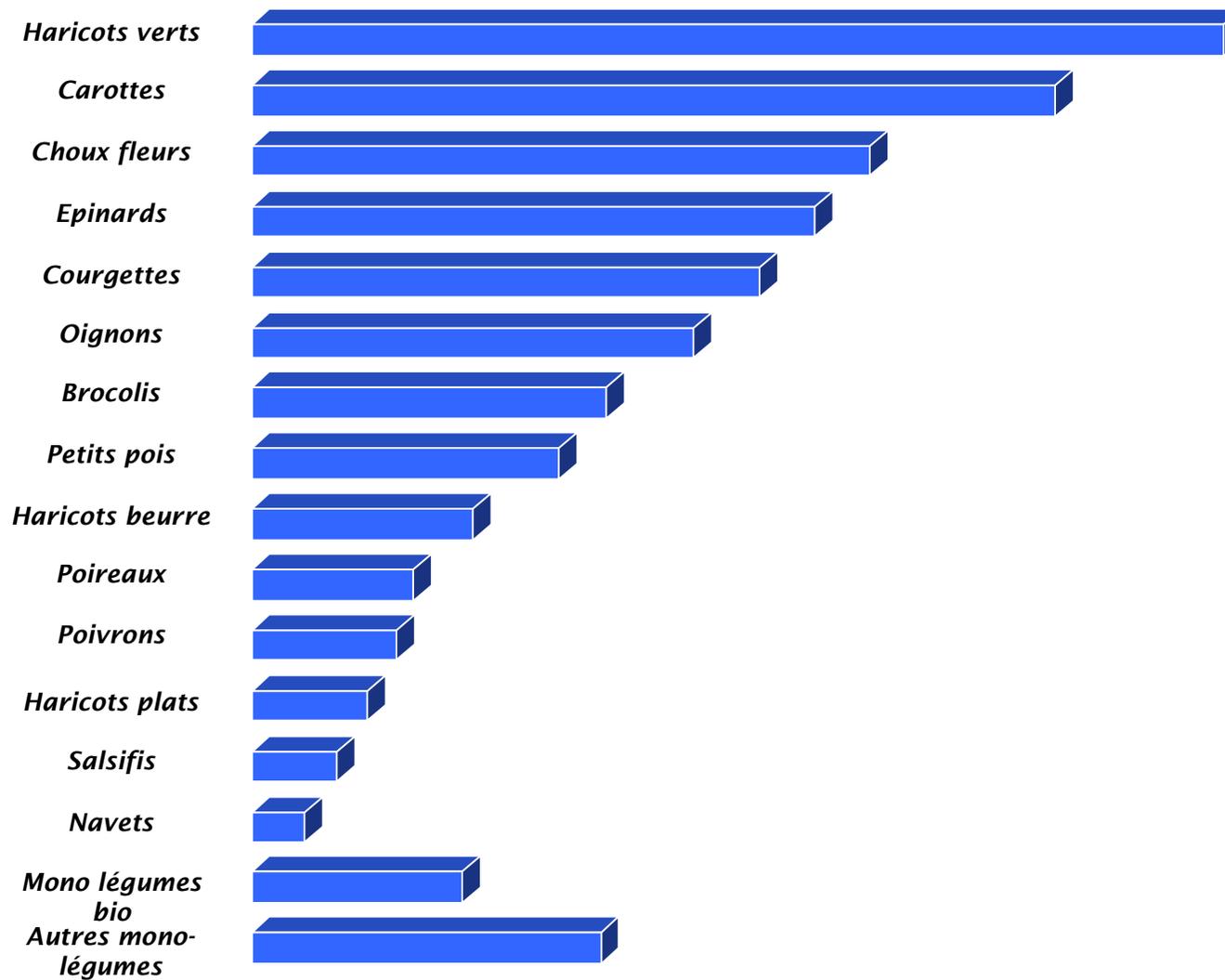


Un solde positif



Les Mono-légumes surgelés

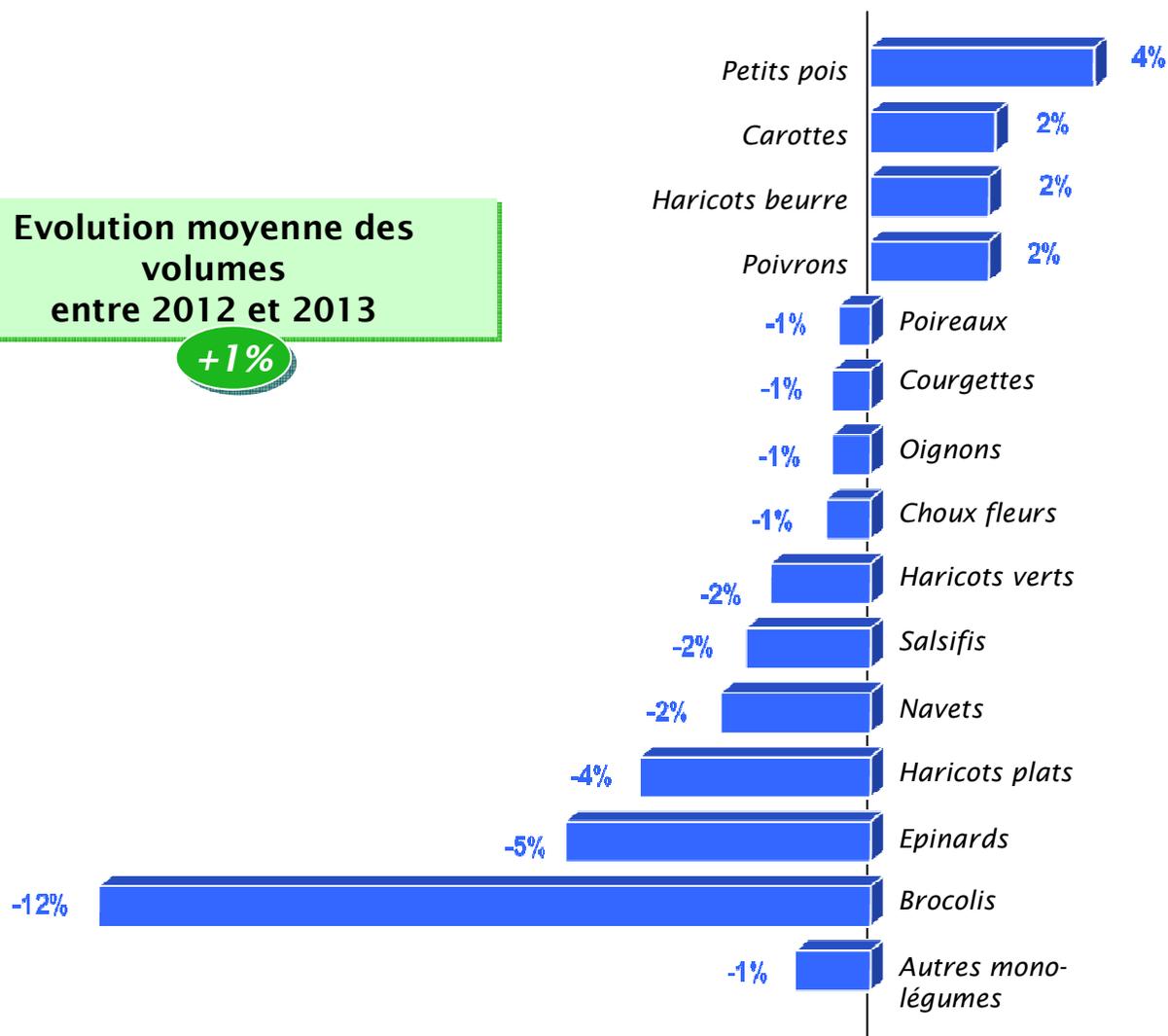
Les achats de mono-légumes surgelés en 2013



Evolution des volumes de mono-légumes surgelés entre 2012 et 2013

Evolution moyenne des volumes entre 2012 et 2013

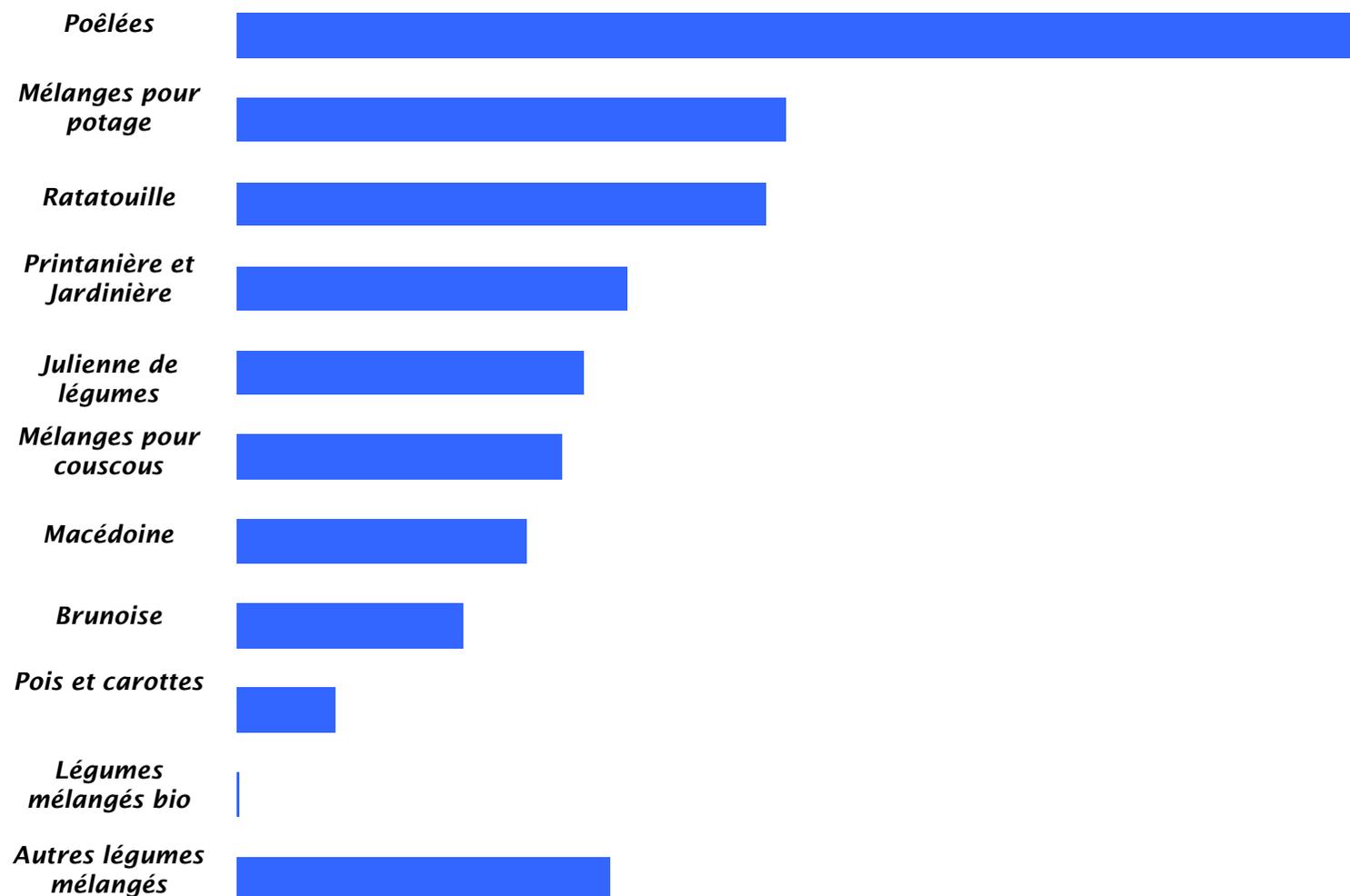
+1%



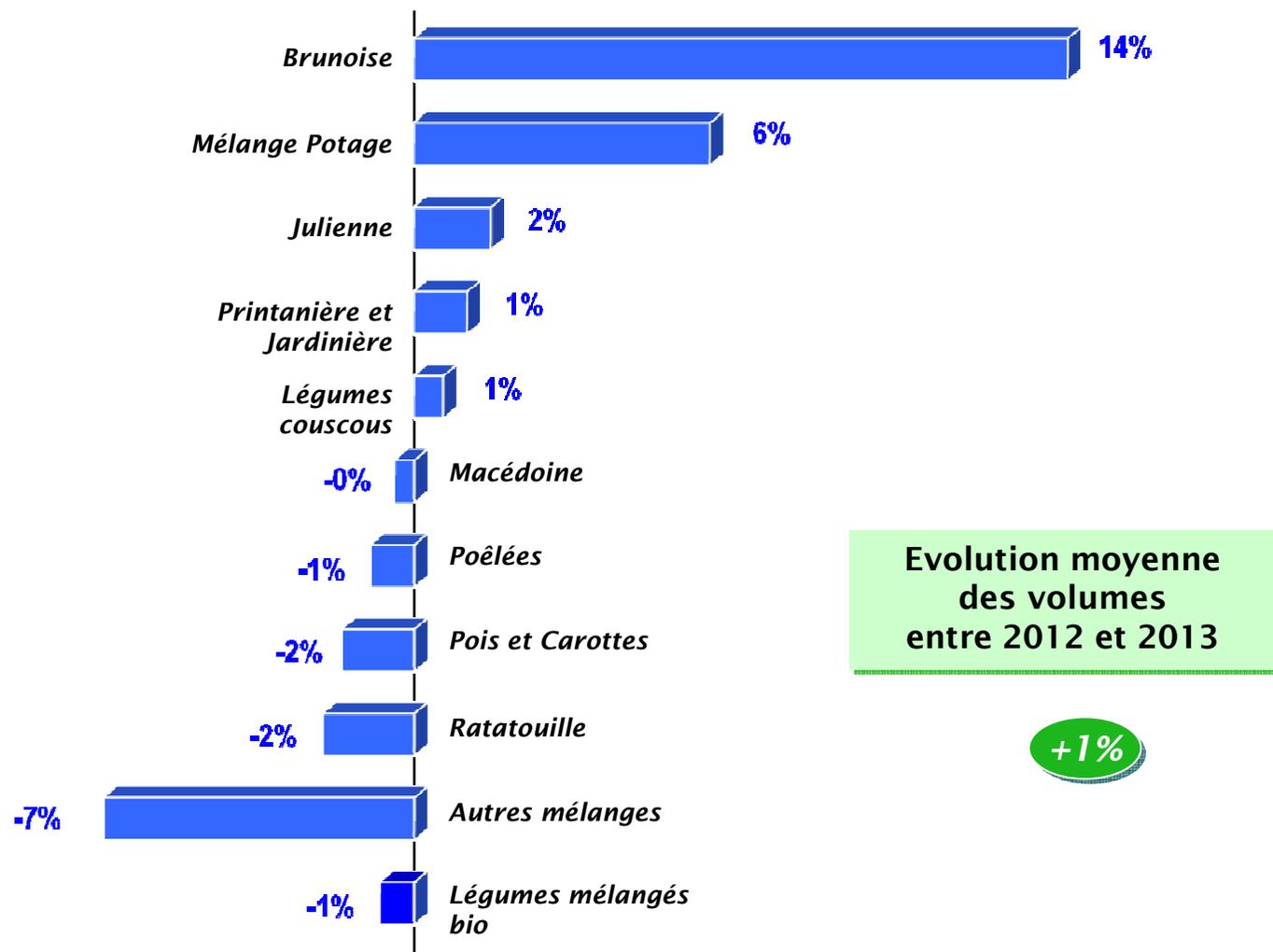


Légumes mélangés surgelés

Les achats de légumes mélangés surgelés en 2013



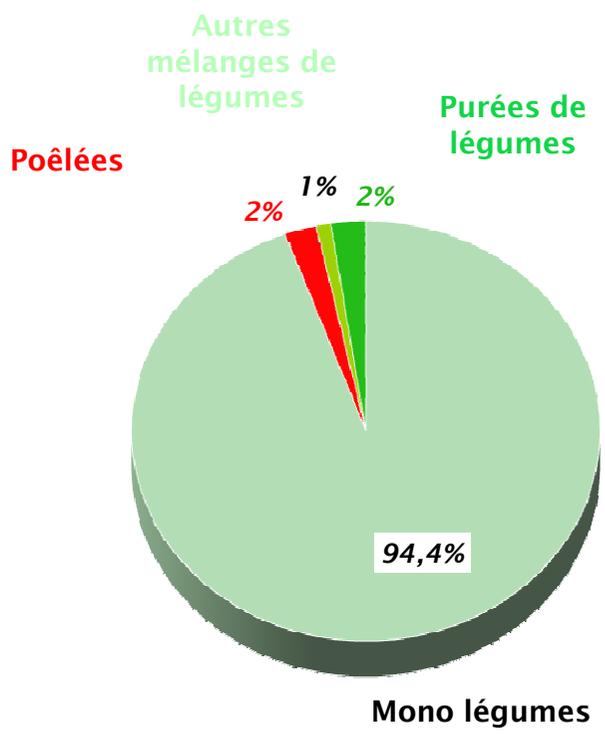
Evolution des volumes de légumes mélangés surgelés entre 2012 et 2013



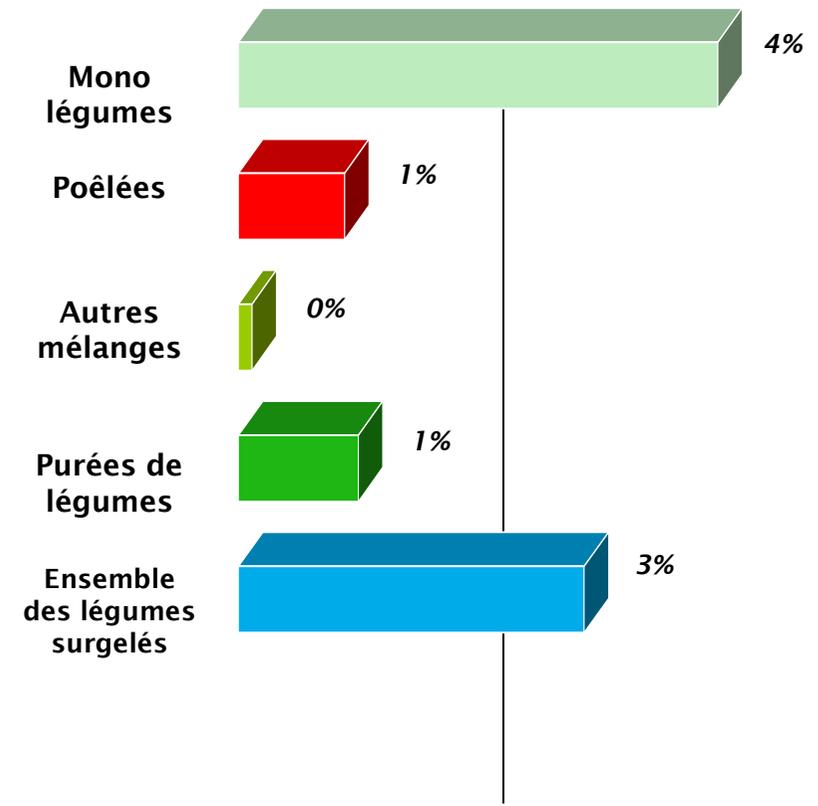


Légumes surgelés bio

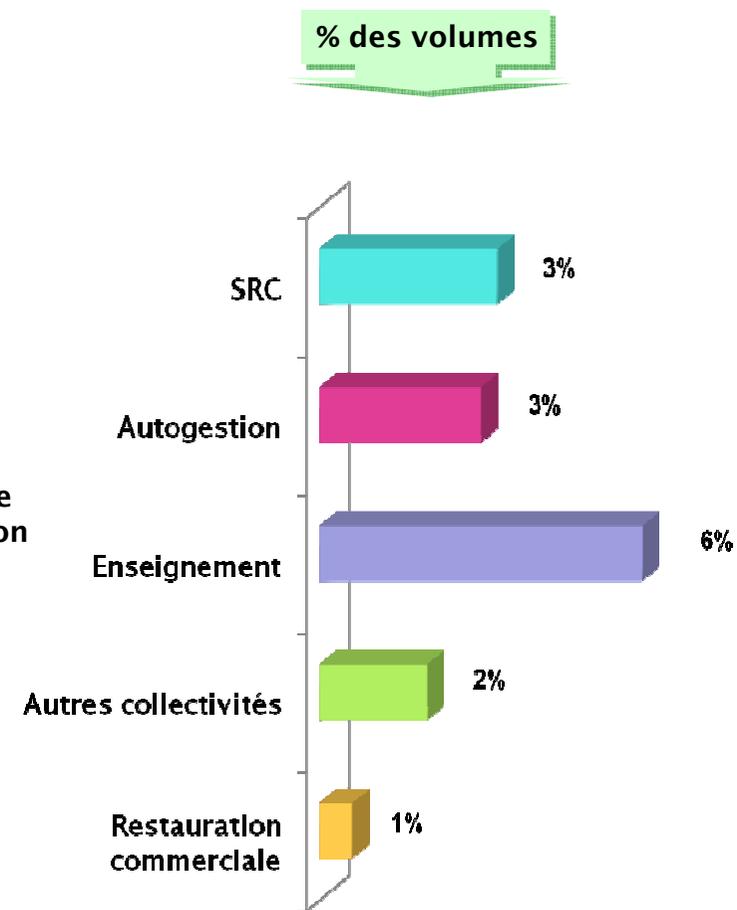
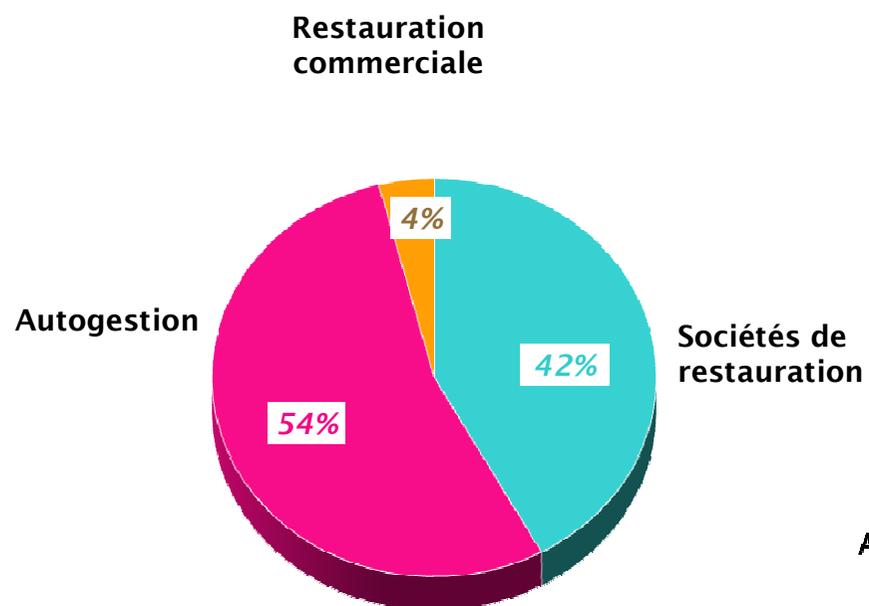
Les légumes surgelés Bio en 2013 en volume



% des volumes



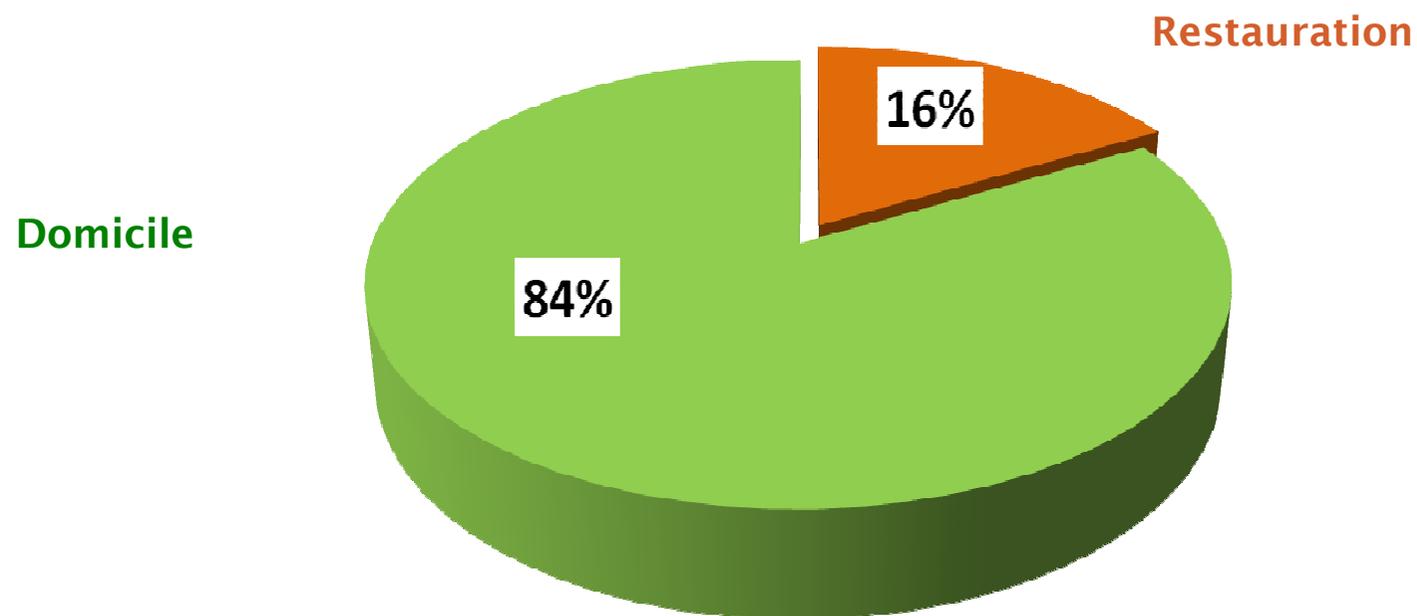
Les secteurs consommateurs de légumes surgelés Bio en 2013





Les Légumes en conserve

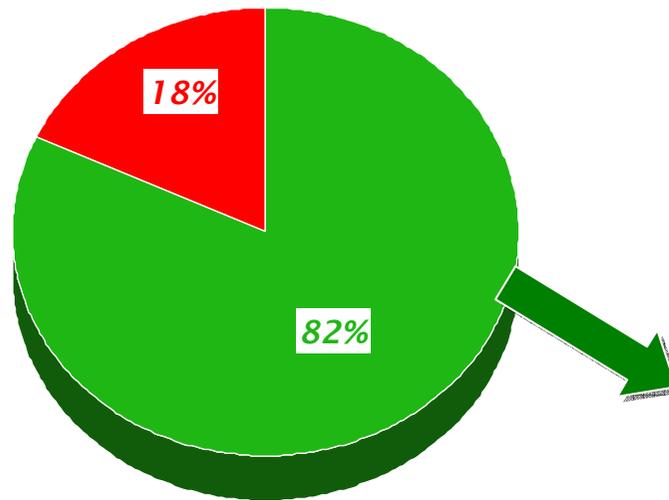
La consommation française de légumes en conserve en 2013



Source KANTAR + GIRA / Unilet

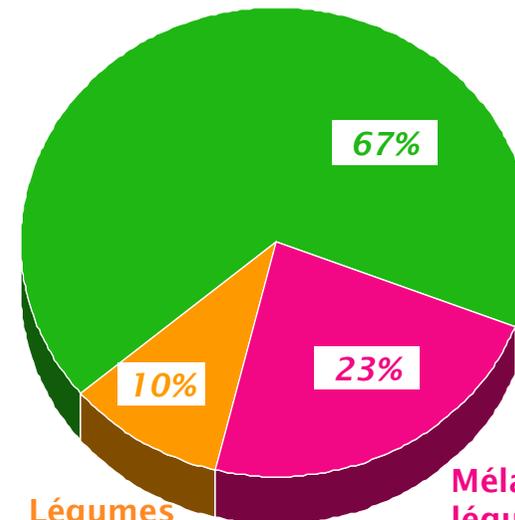
Ensemble des légumes en conserve en 2013

Tomates et
champignons



Légumes en conserve

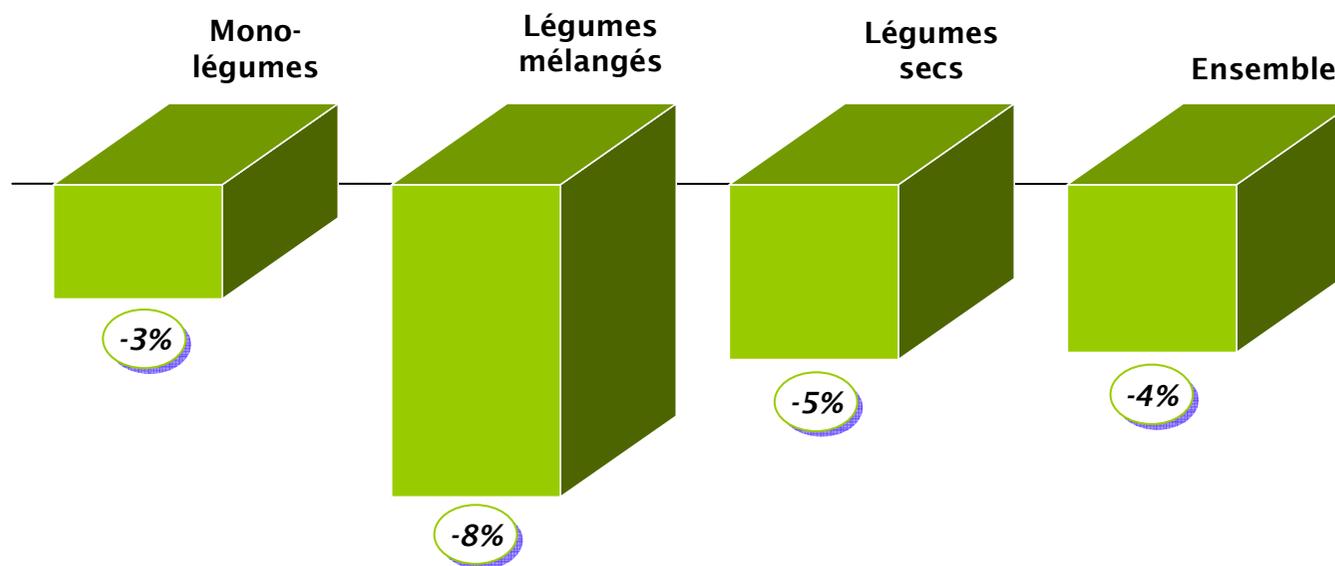
Mono-légumes



Légumes
secs

Mélanges de
légumes

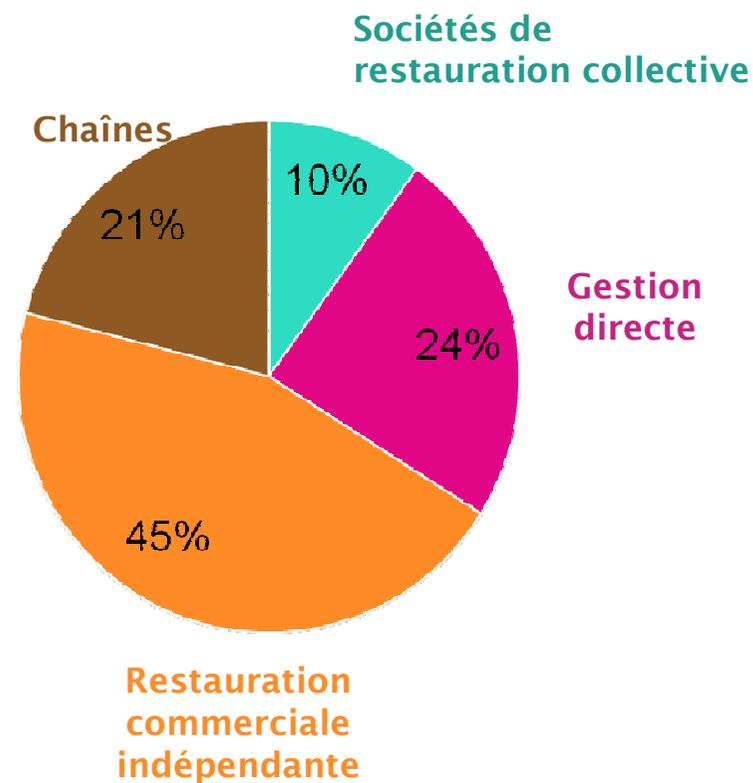
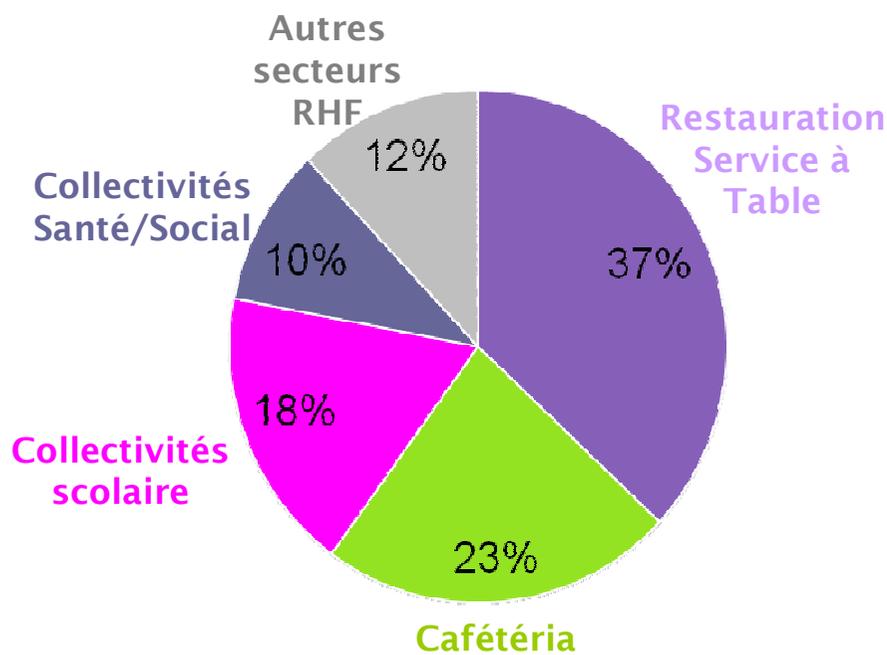
Evolution des achats de légumes en conserve entre 2012 et 2013 par grandes familles de produits



Légumes en conserve

contribution des secteurs RHF au retrait du marché entre 2012 et 2013

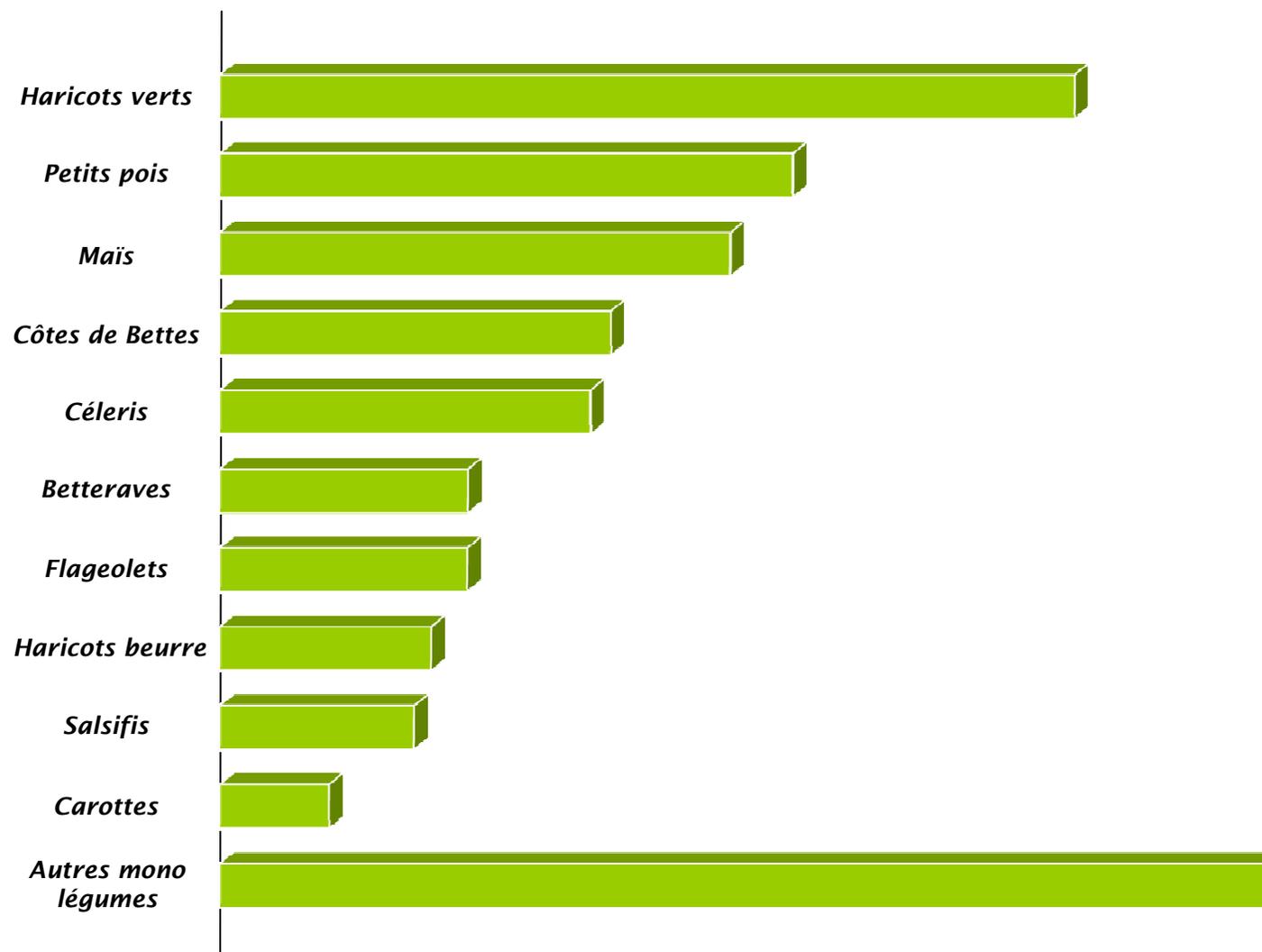
2012 ↘ 2013



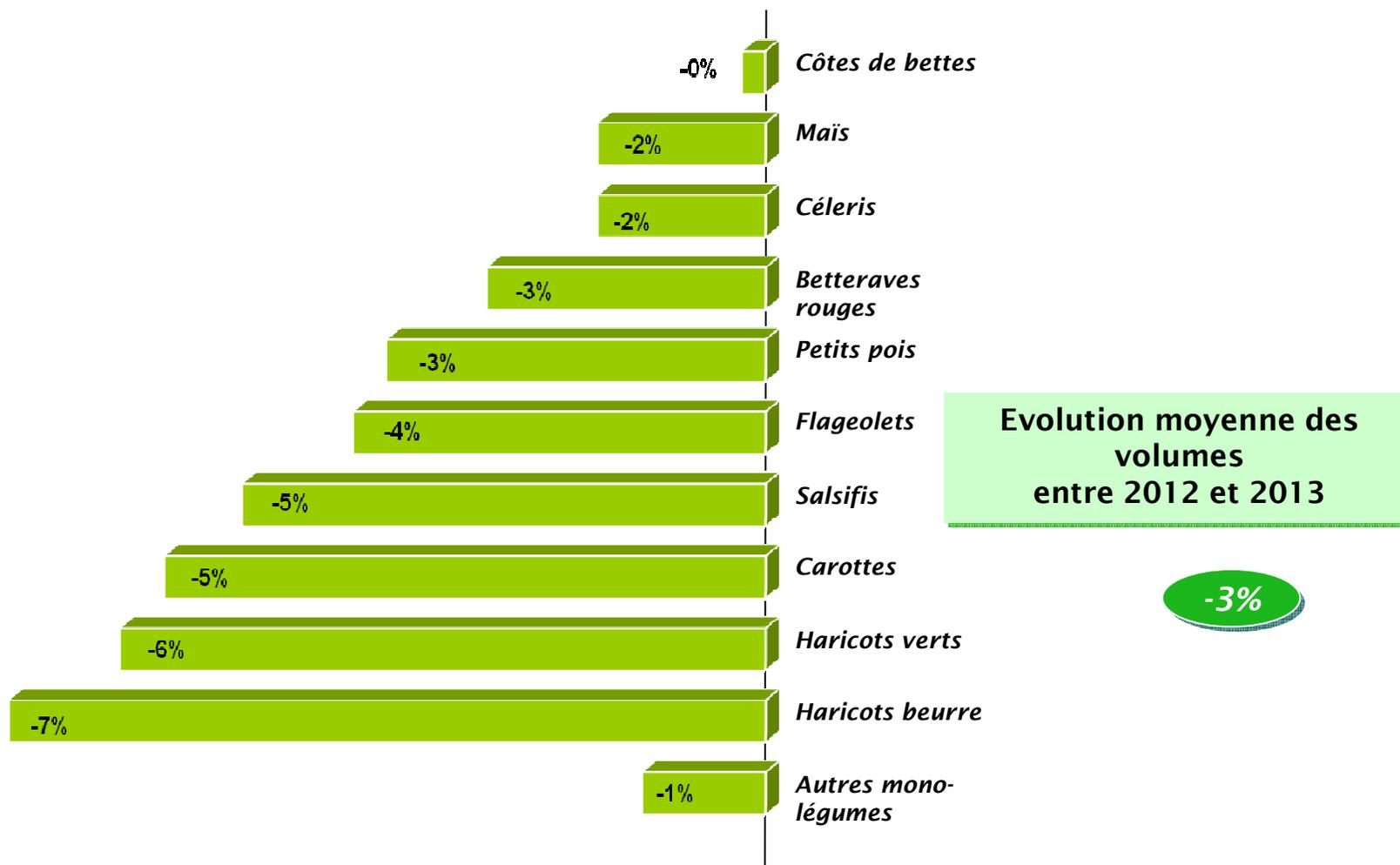


Les Mono-légumes en conserve

Les achats de mono-légumes en conserve en 2013



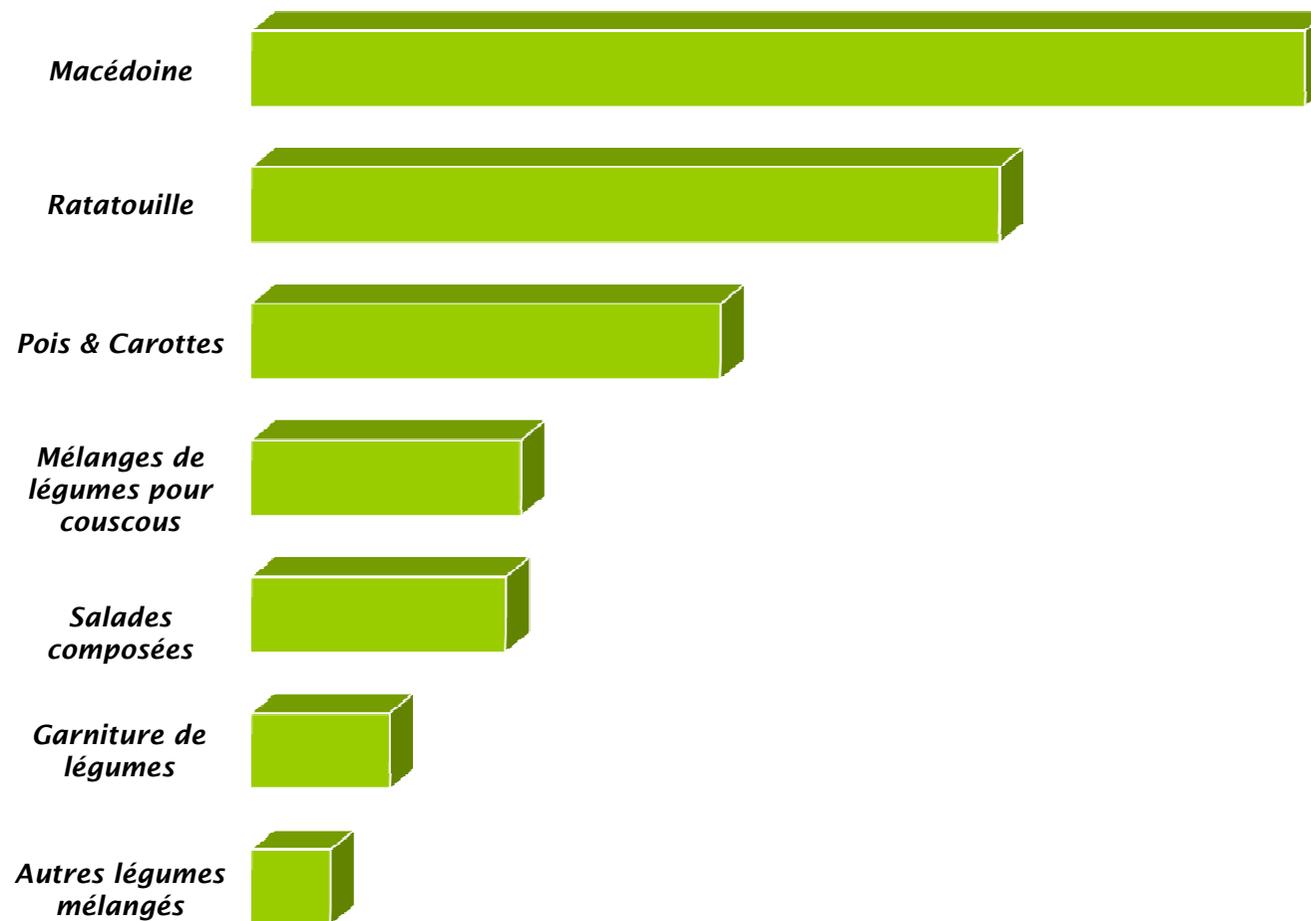
Evolution des volumes de mono-légumes en conserve entre 2012 et 2013



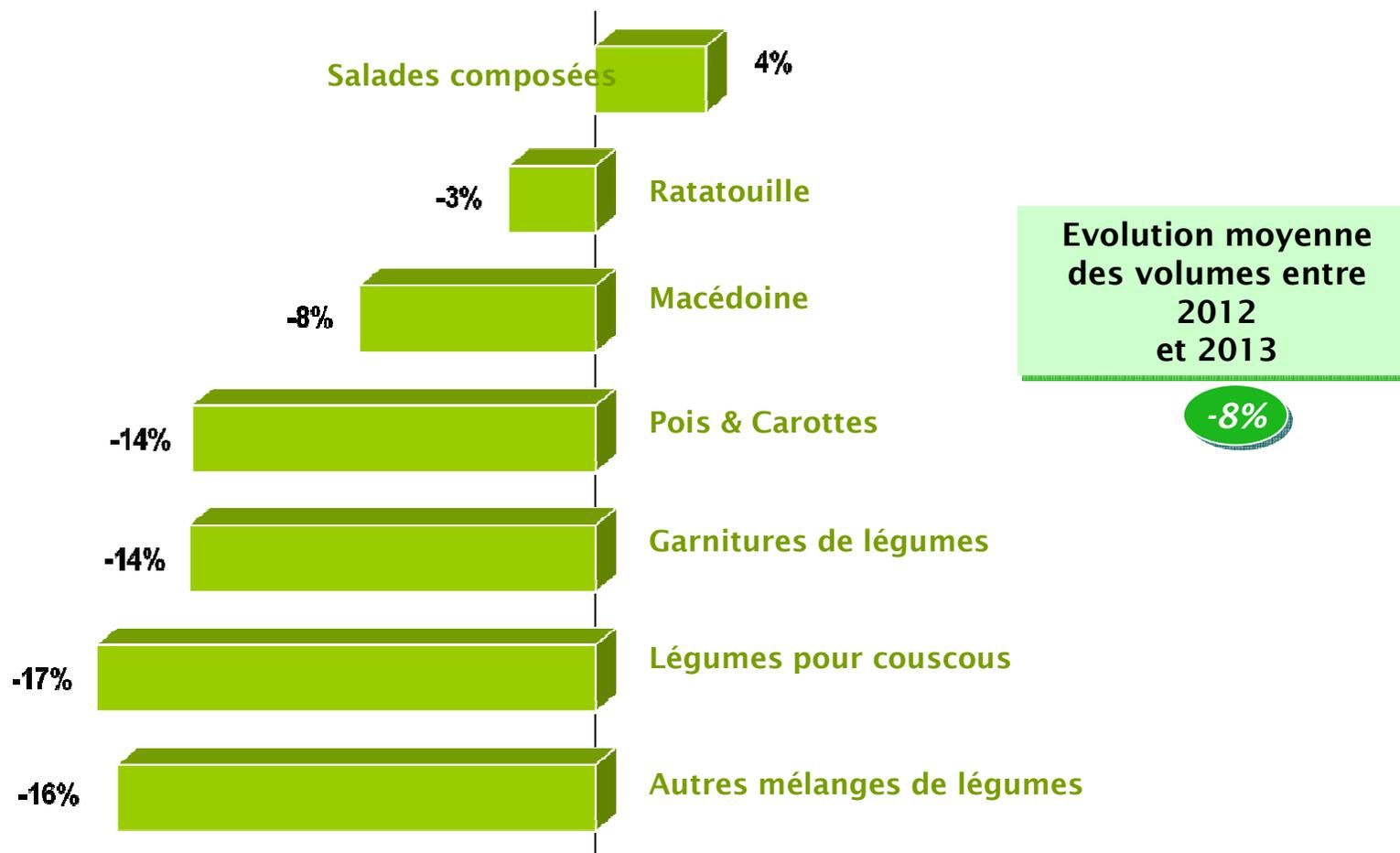


Les mélanges de légumes en conserve

Les achats mélanges de légumes en conserve



Evolution des volumes de légumes mélangés en conserve entre 2012 et 2013





*Eléments clefs
de la période 2012-2013*

à retenir

- 1. Le recul significatif de la restauration commerciale pénalise toutes les filières agro-alimentaires.**
- 2. Une contraction globale des volumes de légumes transformés de l'ordre de - 1% liée à la baisse d'activité du marché de la restauration commerciale.**
- 3. Les collectivités en restauration scolaire, en restauration sanitaire et sociale et les sociétés de restauration collective ont limité la dégradation du marché.**
- 4. L'évolution des achats de légumes transformés renforce le poids des mono légumes.**
- 5. Un marché cyclique avec des ruptures de tendance liées à la composition des cartes des restaurateurs qui privilégie des catégories de produits une année pour les délaissés l'année suivante en fonction de l'évolution des prix.**