

● Novembre 2012

Panorama des fruits, des légumes et des pommes de terre 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.

En 50 ans, la part de la consommation hors domicile dans les dépenses alimentaires des ménages a presque doublé pour atteindre 33 %. Dans la consommation hors domicile, le déjeuner prend une place de plus en plus importante par rapport au dîner (68 % pour 32 % en 2010).

Contexte et objectifs de l'étude

En 2011, la société Gira Foodservice a réalisé pour le compte de FranceAgriMer, du CTIFL, d'INTERFEL, du GIPT et de l'UNILET différentes études sur le marché de la restauration hors domicile. Ces études réalisées en 2006 et reconduites en 2011 ont permis de dresser un panorama du marché des fruits et légumes en restauration hors domicile et de déterminer les perspectives d'évolution. Elles complètent le suivi de la consommation à domicile des fruits et légumes et pommes de terre frais et transformés.

FranceAgriMer, co-financeur de ces différentes études a décidé de faire réaliser en 2011 par la société GIRA Foodservice un panorama de la consommation de fruits, légumes et pommes de terre en restauration hors domicile.

L'objectif de cet état des lieux est 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, afin d'assurer le suivi de ces marchés.

Méthodologie

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

- une approche par la demande sur la base de l'interrogation d'un panel de restaurants représentant plus de 2 milliards de repas ;
- une approche par la distribution représentant environ 60% des approvisionnements en produits alimentaires des restaurateurs.

Cette étude a été réalisée sur la base d'une segmentation précise du marché de la restauration (21 segments) qu'elle soit collective ou commerciale.

Les résultats donnent une vision globale de la consommation des aliments 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 et légumes de la restauration hors domicile, par secteur et par type de gestionnaire.

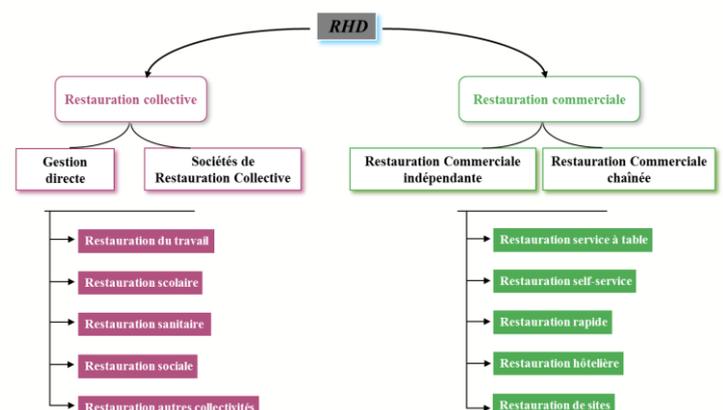
Champ de l'étude

Cette étude englobe les univers de produits suivants :

- Fruits et légumes frais et 4^{ème} gamme
- Légumes transformés en conserve et surgelés
- Pommes de terre fraîches en l'état
- Pommes de terre transformées appertisées et surgelées
- Champignons frais, surgelés et appertisés

Remarque : pour cette étude regroupant plusieurs technologies (frais, surgelée, appertisée), les notions de volume ne peuvent être cumulées car établies sur la base d'unités différenciées liées à la nature des produits qui peuvent être bruts ou transformés.

Architecture du marché de la Restauration



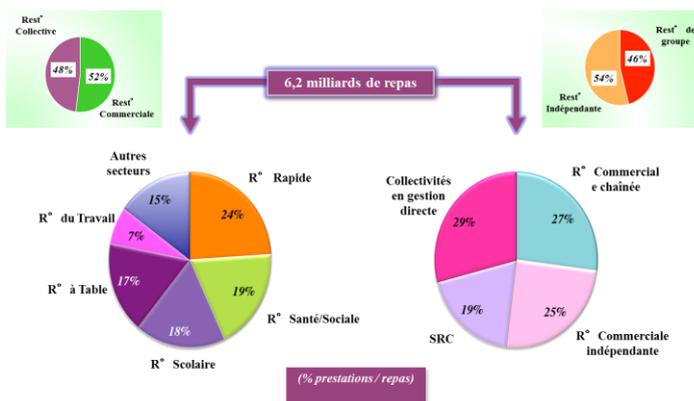
Synthèse des résultats de l'étude

1. Le marché de la restauration en France : des écarts d'activités d'une année à l'autre

Les données établies déterminent un marché de 6,2 milliards de repas principaux, soit l'équivalent de plus de 2 repas par semaine pris hors domicile. Près de 15 % des repas principaux consommés par les Français sont pris hors domicile ainsi qu'un peu moins de 6 % des petits déjeuners (12 % en moyenne).

Le secteur de la restauration hors domicile est resté dynamique, essentiellement sous l'impulsion de la restauration commerciale. En parallèle, on note une baisse de l'activité des structures collectives et commerciales indépendantes au profit des groupes de restauration.

Les grands secteurs de la RHD en 2011



La restauration commerciale reste le premier marché de la restauration en France, avec une évolution positive en termes de fréquentation sur ces 5 dernières années (+ 8,3 %). C'est la restauration commerciale chaînée qui est la plus dynamique (+ 21,9 %). La restauration commerciale qui représente 52 % de la fréquentation en volume avec près de 138 000 établissements, sert 3,2 milliards de repas pour un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros HT. La restauration de service à table, en général des unités de petites tailles, représente 33 % du volume de repas servis en restauration commerciale. La dynamique du marché de la restauration est centrée sur le segment de la restauration rapide.

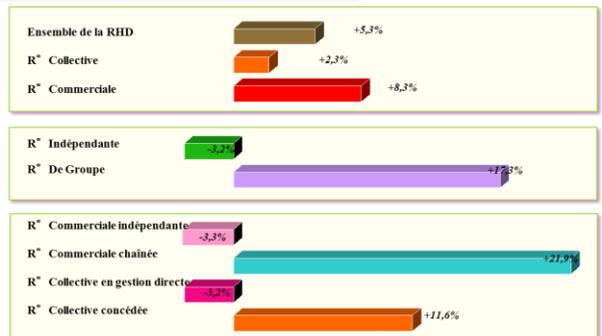
En effet, la restauration rapide est devenue le premier marché de la restauration en France, et représente un repas sur 4 de l'ensemble du marché et près de 1 repas sur 2 en restauration commerciale.

La restauration collective, qui représente un poids important en France (près de 73 000 établissements), a connu une évolution faible sur cette période de 5 ans. Elle sert 3 milliards de repas pour un chiffre

d'affaires de 16 milliards d'euros HT. C'est la restauration scolaire qui sert le plus grand nombre de repas (38 %), suivie par la restauration sociale (27 %). La restauration collective est un marché qui rencontre cependant des évolutions contrastées par segment. Le secteur social tire l'essentiel de la croissance du marché, alors que la restauration du travail est en retrait, en raison de la fermeture d'entreprises et de la diminution du nombre de salariés.

Dynamique des marchés de la Restauration entre 2006 et 2011

Evolution de la Fréquentation des marchés de la restauration en 5 ans

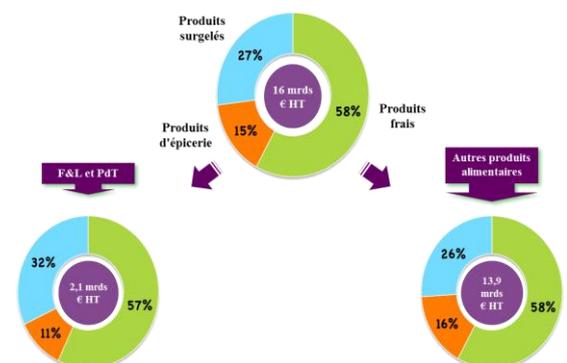


2. Structure des achats alimentaires

L'ensemble des achats de la restauration, hors boisson, représente 16 milliards d'euros HT, dont 58 % pour les produits frais, 27 % pour les produits surgelés et 15 % pour les produits d'épicerie. La restauration commerciale étant plus consommatrice de produits frais : 59 % contre 56% pour les collectivités.

Sur ces 16 milliards d'euros HT, le marché des fruits, légumes et pommes de terre représente 2,1 milliards d'euros HT dont 53,5 % pour les légumes, 18,5 % pour les fruits, 23,5 % pour les pommes de terre et 4,5 % pour les champignons.

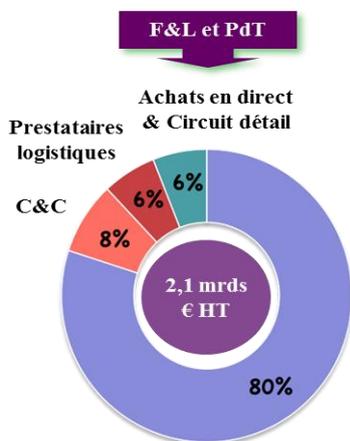
Les achats alimentaires de la RHD par modes de conservation des produits



3. Spécificités des circuits de distribution des fruits et légumes

80 % de l'activité de distribution passe par des grossistes, leur position étant dominante sur toutes les familles de produits (frais, surgelés et appertisés). Les Cash & Carry représentent le 2^{ème} circuit avec 8 % de parts de marché mais ont une position faible sur les F&L surgelés (en raison des contraintes de température). Le 3^{ème} circuit d'approvisionnement est constitué des prestataires logistiques actifs auprès de grandes chaînes. Les circuits détail et direct concernent essentiellement les fruits et légumes frais pour les fruits et les champignons en région de production.

Les circuits de distribution des produits alimentaires vers la RHD en 2011



4. Typologie des achats de fruits et légumes et pommes de terre par la RHD

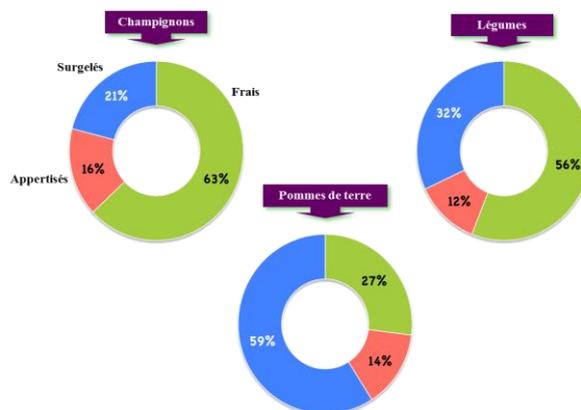
Pomme de terre :

Le marché des produits à base de pommes de terre en RHD atteint une valeur de 490 millions d'euros HT. A noter également, que près de 60 % des volumes achetés en RHD sont des pommes de terre transformées surgelées. L'offre est très concurrentielle, toutefois les frites surgelées avec 34 % des achats sont la première catégorie. La restauration commerciale est sur-utilisatrice de pommes de terre transformées.

Légumes :

Les collectivités ont une propension plus marquée pour les légumes surgelés alors que la restauration commerciale consomme plus significativement des légumes frais. En collectivités, seuls les lycées et collèges répartissent leurs achats de façon plus équilibrée entre les 3 technologies (ceci est lié notamment à l'utilisation des petit-pois carottes et maïs).

Les achats de fruits, légumes et pommes de terre par mode de conservation en 2011

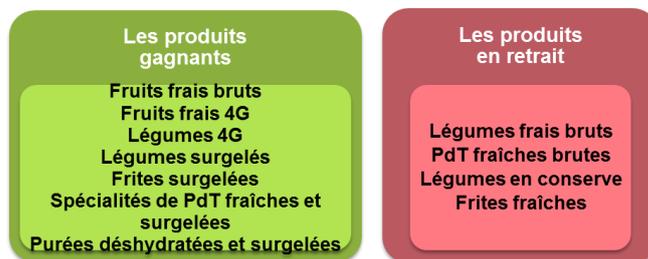


Le coût matières des légumes est faible en restauration rapide et auprès des chaînes de restaurants en général du fait de la part importante des accompagnements autres que les légumes (pâtes, riz, pommes de terre transformées).

5. Evolution des achats de fruits et légumes et pommes de terre entre 2006 et 2011

L'évolution du marché en 5 ans se solde par un bilan positif de l'ordre de + 8 % des achats de fruits, légumes et pommes de terre mais avec des situations contrastées en fonction des produits :

- très belle performance des fruits frais et des fruits et légumes 4^{ème} gamme (grâce notamment à l'introduction de bars à fruits dans les collectivités, ainsi qu'à l'utilisation de 4^{ème} gamme par la restauration rapide)
- une érosion de la position des légumes dans leur ensemble au profit des produits à base de pommes de terre.



Quelques transferts de consommation ont pu être décelés :

- une progression des fruits frais très certainement au détriment des fruits en conserve
- un recul des achats de légumes en général au profit des produits transformés à base de pommes de terre (frites / spécialités pommes de terre et purée)

- une progression régulière des achats de légumes transformés au détriment des légumes frais bruts (qui restent toutefois largement dominants)
- une concurrence des légumes surgelés et des légumes frais 4^{ème} gamme pour le frais. Les légumes surgelés sont sur-représentés et constituent l'alternative directe à l'achat de légumes frais. Toutefois, on note une bonne résistance du frais pour les choux, courgettes et carottes, et une forte poussée des surgelés pour les oignons et les poivrons
- un recul des conserves de légumes au profit des légumes surgelés. Les légumes appertisés sont sous-représentés et n'entrent pas en concurrence directe avec les légumes frais et surgelés. Les achats de conserves sont centrés sur quelques familles de légumes (haricots, petits pois, légumes secs cuisinés, maïs et mélanges de légumes). Vis-à-vis des autres légumes en conserve, leur fonction est majoritairement liée à la constitution de stock tampon et d'achats de dépannage.

6. Les fruits et légumes bio en restauration collective

Les fruits et légumes biologiques représentent 7 000 tonnes pour l'ensemble des achats des fruits et légumes en restauration collective, soit 1,2 % des achats en volume. Pomme et carotte sont les 2 produits les plus consommés en bio avec respectivement 1 000 tonnes chacun.

Les F&L et PdT bio en Restauration Collective en 2011



La perception des produits bio du point de vue des opérateurs :

1. Un surcoût important dans les achats
2. Des difficultés de gestion liées à la filière approvisionnement (largeur de l'offre et régularité des disponibilités)
3. Des produits ne présentant pas une valeur ajoutée fonctionnelle déterminante (goût, visuel, temps de conservation)
4. Mais permettant un effet d'image, particulièrement qualitatif pour l'établissement

Conclusions

- Le marché de la restauration reste un débouché structurellement actif mais présentant plus d'instabilités en termes de potentiels pour les filières alimentaires
- Une orientation du marché de la RHD qui devient plus favorable aux produits transformés
- Les fruits et légumes et les produits à base de pommes de terre représentent 13 % du budget alimentaire des restaurateurs : food cost de 35 cts d'euros par repas et près de 10 000 euros d'achat annuel par établissement
- Des circuits d'approvisionnement très centrés sur la fonction grossiste
- Une évolution positive du poste fruits et légumes et pommes de terre au sein des achats des restaurateurs mais avec des évolutions contrastées par famille
- Une très bonne performance des fruits frais
- Une dégradation de la position des légumes au profit des produits de pommes de terre
- Une progression des achats de légumes transformés au détriment des légumes frais bruts
- Le recul des conserves de légumes au profit des légumes surgelés
- Une position des fruits et légumes bio encore très loin des objectifs du Grenelle de l'environnement pour les collectivités. Le facteur prix des produits bio constitue le premier frein à leur développement.

Caroline Blot / Unité Culture et filières spécialisées / Service Marchés et études de filières

