



# Les Français plébiscitent la restauration rapide

*Pour la première fois, le marché des snacks, sandwichs et fast-food dépasse celui de la restauration traditionnelle.*

JEAN-BERNARD LITZLER

**CONSOMMATION** L'inscription du repas gastronomique français au patrimoine de l'Unesco n'y a rien fait : la restauration traditionnelle recule, en France comme ailleurs. Selon une étude du cabinet spécialisé Gira conseil, le sandwich dépasse désormais le steak frites. Cette enquête, dont l'ensemble des conclusions ne sera dévoilé qu'en mai, évalue le marché français du snacking (sandwich, fast-food, vente à emporter) à 34 milliards d'euros contre un peu moins de 30 milliards pour la restauration traditionnelle (soit 46,3 % du marché de la restauration hors domicile).

Sur 2012, le marché de la restauration rapide a progressé de 4 % selon Gira Conseil, portant la croissance de ce secteur à 73,5 % au cours des huit dernières années. Et pendant ce temps-là, les restaurants classiques souffrent. « Les

chiffres ne sont pas encore arrêtés, mais l'année 2012 devrait se solder par un recul en valeur de 1 à 3 % de ce marché, précise Bernard Boutboul, directeur général de Gira Conseil. C'est une première en quinze ans. »

## 80 % des repas hors domicile sous les 12 euros

Avec la crise, le secteur de la restauration devrait connaître un phénomène de bipolarisation. Ceux qui offrent des prix serrés devraient s'en tirer tandis que le haut de gamme est assez peu impacté par la conjoncture. « Les restaurants dont le ticket moyen se situe autour de 25-35 euros sont sans doute ceux qui souffriront le plus, explique Bernard Boutboul. C'est le créneau de l'insatisfaction permanente : trop cher ou pas assez qualitatif. »

Roland Heguy, président du syndicat patronal Umih (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) partage globalement cette analyse : « C'est vrai notre activité a

tendance à reculer et il est difficile de se positionner lorsque 80 % des repas pris hors foyer se situent sous la barre des 12 euros. » Selon lui, la restauration traditionnelle, grosse pourvoyeuse d'emplois, avec des plats préparés sur place doit mieux faire reconnaître sa valeur ajoutée. « Les boulangers, eux, ont trouvé la porte de sortie, estime-t-il. Ils ont su revaloriser leur métier d'artisan, ne pas être perçus comme des vendeurs de produits et faire ainsi accepter leurs hausses de prix. »

Preuve de la période difficile que traverse la restauration traditionnelle, le groupe Flo, l'un des leaders de ce secteur, a publié mercredi des résultats en net retrait. Le bénéfice net du groupe a reculé de 17 % tandis que les ventes dans ses 300 établissements reculaient de 6 %. Le groupe invoque notamment « l'effet conjugué de la hausse du taux de TVA et de la crise de consommation » pour expliquer les contre-performances de ses enseignes Hippopotamus et Taverne de Maître Kanter.



Si les brasseries et restaurants risquent de faire grise mine, fast-foods et autres sandwicheries ne sont pas forcément à la fête face à la percée des nouveaux concepts et de la restauration mobile. « La restauration

rapide historique s'inquiète aussi de l'évolution des boulangeries, estime Bernard Boutboul. Elles diversifient leur offre, sont de plus en plus présentes avec des plats chauds et n'hésitent plus à installer quelques tables. » ■

Un nouveau concept de vente à emporter, les food trucks, inspire des Etats-Unis.  
MARTIN LE FIGARO  
MAGAZINE

## La consommation chute

L'année a mal commencé sur le front de la consommation. Les achats des ménages ont reculé de 0,8 % en janvier, selon les données publiées ce jeudi par l'Insee. C'est pire que ce qu'anticipaient les économistes. En fait, le début de l'année a été plombé par la chute des dépenses en automobiles. Ces dernières, « dynamiques en décembre (+5,6 %) du fait d'achats anticipés de voitures relativement polluantes

en prévision du renforcement du malus au 1<sup>er</sup> janvier 2013 », chutent en janvier (-11,7 %), relève l'Institut national de la statistique. Les autres secteurs sont plutôt résistants : soutenue par les soldes, la consommation de vêtements et chaussures rebondit de 3,2 % (après -0,4 % en décembre). Et après plusieurs mois difficiles, les dépenses en produits alimentaires progressent à nouveau (+0,4 %).

M. VT