



L'actualité

18 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2012

Paris Les professionnels de la restauration rapide se sont retrouvés le 6 juin pour partager leur expertise sur ce segment en plein boom. Et qui prouve que tout est encore à faire.

Le snacking : un marché loin d'être saturé

La quatrième édition du Congrès du snacking, organisée par le magazine *France Snacking*, a une nouvelle fois montré la vitalité du marché de la restauration rapide et nomade. Jeudi 6 juin, plusieurs intervenants et professionnels ont débattu sur ce secteur 'en plein boom', au Pavillon Vendôme à Paris (II^e). En préambule, **Christine Tartanson**, directrice Foodservice France pour le cabinet NPD Group, a annoncé "un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros en 2012 pour 3,7 milliards de visites. La dépense moyenne est de 4,80 € TTC pour 2,5 items achetés". La crise économique n'aidant pas, le recul de fréquentation observé depuis 2009 pour la restauration commerciale (rapide et à table) s'est poursuivi au premier trimestre 2013, avec - 1,3 % contre - 2,2 % en 2012.

Si la fréquentation en restauration à table chute depuis bientôt cinq ans (- 1,8 % en 2012), le segment snacking a quant à lui baissé pour la première fois en 2012 (- 2,3 %). En mars 2013, il affiche - 1 % contre - 2 % pour la restauration à table. Au sein de la clientèle, ce sont les familles qui réduisent le plus leurs visites depuis un an.

Les actifs sans enfants, cœur

de cible du snacking, sont les moteurs de ce marché. Concernant les moments de consommation, si le déjeuner continue de bien fonctionner, la fréquentation hors repas a été particulièrement touchée en 2012. La vente à emporter est un levier de croissance important et représente aujourd'hui en France 70 % pour la restauration rapide. Le snacking reste le marché le mieux préservé en restauration.

"LA NOTION DE QUALITÉ"

Depuis plusieurs années, ce segment stimule même l'imagination des grands chefs. C'est le cas d'**Antoine Westermann**, qui, en 2001, alors chef trois étoiles *Michelin* du Buerehiesel à Strasbourg (67), a ouvert son concept Secrets de table. "L'exception et la haute couture ne sont pas le quotidien. 30 % des gens vont dans les restaurants gastronomiques. Et les autres alors ?", souligne celui qui est aujourd'hui propriétaire de Drouant à Paris (II^e). "C'était un sacré pari à l'époque d'ouvrir, avec mon fils **Jean**, une sandwicherie de luxe aux prix accessibles. Ma démarche : la notion de qualité."



Paul Fédèle (à gauche), rédacteur en chef de France Snacking, et le chef Antoine Westermann

Il est possible d'acheter de la qualité avec 5 ou 10 €. Il est tout à fait viable de se servir des mêmes fournisseurs que l'étoilé. Le coût matière n'est pas plus cher ! Après, tout dépend du développement : il faut voir au niveau de l'approvisionnement. Son fils Jean

Westermann dirige deux Secrets de table à ce jour.

Le marché du snacking est porteur et les barrières tombent entre les différents segments de la restauration. Tous les canaux de distribution sont sur le qui-vive. *“Les circuits alternatifs et la restauration automatique proposent à 100 % une offre snacking. La restauration collective, avec 10 %, et la restauration commerciale, avec 34 %, ont encore des améliorations à réaliser dans la composition et sur la disponibilité de l'offre dans le temps. Quant à la restauration hôtelière, avec 0 %, il y a tout à faire en termes d'offres”*, relève **Alice Darmon**, fondatrice du cabinet Stratégies Créatives. Conclusion : le snacking est un marché loin d'être saturé.

LES ENSEIGNES REVOIENT LEUR MODÈLE

On s'aperçoit que les lieux de transit prônent le bien manger : Miyou à l'aéroport de Roissy avec **Guy Martin**,

Lazare en gare Saint-Lazare avec **Éric Frechon** (ouverture en septembre), etc. Les restaurants à thème renvoient également leur modèle : le concept Red'Hippo d'Hippopotamus; Léon de B. de Léon de Bruxelles qui a ouvert le 23 mai en centre-ville de Lyon ; El Rancho 'Express' d'El Rancho accessible depuis le 3 juin sur l'aire d'autoroute de Porte-lès-Valence (A7) ; et le modèle express Del Arte prévu le 23 juin sur l'aire d'autoroute de Metz-Saint-Privat (sur l'A4). Leurs points communs : une carte plus réduite, une cuisine ouverte sur la salle, un comptoir de vente avec encaissement et un format plus petit et épuré. **Antoine Barreau**, directeur général de Del Arte, et **Hubert Lansac**, directeur général d'El Rancho, sont unanimes : *“Il a fallu revoir notre modèle pour l'adapter aux nouveaux modes de consommation des clients, sans dégrader son image. C'est un test en attente de validation.”* Tous deux ont mis en place un système de biper pour signaler que la commande est prête. Sur ce créneau, la volonté des enseignes est bien de repenser le service à table. Et de ne plus boycotter le snacking.

HÉLÈNE BINET

4^e CONGRÈS DU SNACKING
La réussite des programmes de la restauration rapide, de la restauration collective et de l'automatisation alimentaire
le 6 juin 2013 à Paris