

La restauration commerciale

Gagner le pari de la digitalisation, des nouveaux formats et lieux de consommation

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la digitalisation, les nouveaux formats et lieux de consommation de la restauration commerciale. Elle apporte un éclairage sur les *food tech*, les plateformes numériques d'intermédiation dédiées à la réservation en ligne, à la livraison de repas, ou encore, au partage de repas entre particuliers. Des plateformes qui représentent d'immenses opportunités de développement pour les restaurateurs et transforment les parcours et l'expérience clients. Par ailleurs, l'étude analyse les marchés porteurs de demain et les perspectives d'activité à l'horizon 2020.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour, stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur [Xerfi.com](https://www.xerfi.com)

Avec le code étude 6SME79

Delphine David
Directrice d'études
Precepta

La restauration commerciale

Gagner le pari de la digitalisation, des nouveaux formats et lieux de consommation

Edition Octobre 2016
250 pages

Des opportunités inédites

La restauration commerciale est en pleine métamorphose. Les chaînes de restaurants renouvellent leur offre, s'emparent de la tendance *fast good* et étendent leurs réseaux. Les enseignes alimentaires, elles, dotent leurs hypermarchés de *corners* de restauration tout en élargissant les linéaires dédiés au *snacking* dans leurs magasins de proximité. Enfin, les *food tech* créent de nouveaux concepts et imaginent de nouveaux modèles de consommation. Ainsi, les restaurateurs sont soumis à une concurrence toujours plus vive et protéiforme. Mais de nouvelles opportunités s'offrent aussi à eux, notamment celle de la digitalisation qui permet à plus long terme une amélioration des performances et de l'expérience client. Par ailleurs, la mutation des centres commerciaux/*retail park*, des zones de transit, des stades, place la restauration du futur au cœur de nouveaux lieux de consommation aux perspectives de croissance prometteuses. **Quels défis implique l'évolution du jeu concurrentiel pour les restaurateurs ? Quelles sont les alliances stratégiques envisageables ? Quelles sont les réelles perspectives du marché de la restauration commerciale d'ici 2020 ?**

Les points clés de l'étude

- **Le scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020**

Des prévisions d'activité basées sur l'examen complet de l'environnement du secteur, le décryptage des arbitrages de consommation des ménages, l'analyse de la concurrence des circuits alternatifs (restauration collective, rayon *snacking* des GSA, commerces alimentaires de proximité, distribution automatique...), etc.

- **Les mutations du jeu concurrentiel**

La cartographie détaillée des forces en présence, le classement des chaînes de restauration (chiffre d'affaires, établissements, audience internet), les concepts en vogue, la consolidation du marché de la livraison de repas, la multiplication des *food tech* et l'émergence de nouveaux formats et usages (restaurant virtuel, chef à domicile...) parfois issus de l'économie collaborative (partage de repas entre particuliers)...

- **Les enjeux et orientations stratégiques des enseignes de restauration**

Intégrer des marchés en mutation : les centres commerciaux et *retail park*, les zones de transit, les stades et arénas, les hypermarchés. Affûter sa stratégie digitale : déploiement de dispositifs web-to-store, digitalisation des établissements, prise en compte des nouvelles intermédiations (réservation en ligne, livraison de repas...)

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

NOS PREVISIONS

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective de la restauration commerciale à l'horizon 2020. L'activité du secteur est très corrélée à celle du pouvoir d'achat. Néanmoins, les arbitrages budgétaires des ménages se complexifient. Si les différents formats de restauration commerciale (traditionnelle, rapide, cafétéria) se concurrencent entre eux, ils sont également de plus en plus exposés à de multiples alternatives qui n'entrent pas dans le champ de la restauration : boulangeries, GSA, distribution automatique, *food tech*...

Table des matières et contenu de l'étude

SYNTHÈSE & CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse dresse les perspectives du marché de la restauration commerciale en se basant sur les évolutions du contexte économique, des arbitrages et comportements d'achat des ménages. Elle aborde les mutations en cours du paysage concurrentiel et les défis stratégiques auxquels doivent faire face les chaînes de restauration et restaurateurs indépendants.

MARCHÉ ET STRATÉGIES CONCURRENTIELLES

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. L'ACTIVITÉ DE LA RESTAURATION COMMERCIALE

- L'activité du secteur (2005-2016)
- Le pouvoir d'achat (2005-2016)
- Les arbitrages budgétaires (2005-2016)
- La chiffre d'affaires (valeur/volume) et les prix de la restauration commerciale, traditionnelle, rapide et des cafétérias (2010-2016)

2. L'ACTIVITÉ ET LES PRINCIPAUX AXES DE DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS CONCURRENTS (2012-2016)

- Les sociétés de restauration collective
- Les cafés et bars
- Les grandes surfaces alimentaires et enseignes de proximité
- La distribution automatique

3. LES PRÉVISIONS 2020

- Le chiffre d'affaires de la restauration commerciale

2. L'ÉVOLUTION DU JEU CONCURRENTIEL ET LES AXES STRATÉGIQUES DES ENSEIGNES DE RESTAURATION

1. ANALYSER LES PERFORMANCES DE LA CONCURRENCE

- Le classement et la dynamique (2014-2015) des 30 principales enseignes de restauration commerciale
- Les concepts en vogue (bagels, burgers *premium*, coffee shops ...)

2. ANTICIPER LES MARCHÉS PORTEURS DE DEMAIN

- Les centres commerciaux se transforment en lieu de loisirs où les food court cèdent la place au food hall

- Les zones de transit sont de plus en plus dépendantes des commerces et services proposés au flux captif de voyageurs
- Les GSA ont besoin de se réinventer et actionner les leviers de la différenciation
- Les enceintes sportives visent à attirer de nouvelles cibles de clientèles et diversifier leurs sources de revenus

3. AFFUTER SA STRATÉGIE DIGITALE

Cette partie propose un état des lieux du positionnement des enseignes de restauration sur internet (grâce à un audit mené auprès de 74 opérateurs). Elles permet également de faire un tour d'horizon des options stratégiques qui s'offrent à elles en matière de digitalisation. Enfin, elle fait un point sur l'évolution de la concurrence des food tech.

- Comprendre les parcours digitaux des consommateurs (recherche d'information, utilisation du *smartphone*...)
- Faire un point sur les dispositifs numériques des chaînes de restaurants (audience, fonctionnalités des sites web et applications mobiles)
- Optimiser son référencement local (moteurs de recherche, médias sociaux...)
- S'appuyer sur des sites de réservation en ligne
- S'engager sur le marché très concurrentiel de la livraison de repas
- Prendre la mesure de la concurrence des *food tech* dernière génération
- Introduire le digital au sein des établissements

ENVIRONNEMENT ET FORCES EN PRÉSENCE

1. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Le PIB (2012-2017), le pouvoir d'achat des ménages (2012-2017), la consommation des ménages (2012-2017)

2. LA STRUCTURE DES DÉPENSES DE CONSOMMATION

- La répartition dépenses contraintes/ dépenses arbitraires (2000-2015), la structure des achats de biens et de services par poste (2015), les dépenses en restauration (2000-2015)

L'étude propose une analyse détaillée du paysage concurrentiel de la restauration commerciale. L'offre y est foisonnante. Les enseignes de *fast good* ou *fast casual* se multiplient. Les frontières se brouillent entre les secteurs de la restauration et de la distribution, GMS et commerces de proximité implantant linéaires et *corners*. Les *food tech* se démarquent toujours par leur capacité d'innovation, imaginant de nouvelles façons de « consommer » la restauration, notamment sur le terrain de l'économie collaborative.

Les chaînes de restauration affichent pour certaines d'ambitieux objectifs de développement de leur réseau. Des perspectives de croissance séduisantes s'offrent d'ailleurs à elles dans les centres commerciaux et *retail park* nouvelle génération, les gares, les aéroports, les stades, etc. Mais si la croissance des réseaux reste la priorité pour certains, l'accélération des stratégies digitales est nécessaire à court terme pour doper la fréquentation des restaurants et améliorer l'expérience client.

2. LES CLASSEMENTS DES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES DONNÉES-CLÉS DE LA RESTAURATION COMMERCIALE

2. TOP 15 DES GROUPES DE RESTAURATION COMMERCIALE

- Chiffre d'affaires, parc d'établissements

3. LES CLASSEMENTS DES ENSEIGNES DE RESTAURATION

Pour chacune des catégories d'opérateurs listées ci-dessous, quatre tableaux ont été réalisés et présentent : (1) les données clés (actionnariat, chiffre d'affaires 2015, parc de restaurants 2015...); (2) le mode de développement et le type d'implantation du réseau; (3) le concept d'enseigne (offre, ticket moyen...), (4) l'audience, les principales fonctionnalités du site internet, les dispositifs mobiles

- Les enseignes de restauration traditionnelle (Buffalo Grill, Courtepaille, Hippopotamus...)
- Les enseignes de cafétéria (Flunch, Cafétéria Casino...)
- Les enseignes de restauration rapide (McDonald's, Quick/Burger King...)

4. LES PRINCIPAUX CIRCUITS CONCURRENTS

Les chiffres clés et le classement des enseignes leaders

- Les grandes surfaces alimentaires et enseignes de proximité
- Les boulangeries-pâtisseries

3. LA PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DES LEADERS

Cette partie rassemble 12 fiches d'identité, chacune présentant un groupe, ses chiffres-clés et ceux de ses principales chaînes de restaurants (chiffre d'affaires, nombre d'établissements, ticket moyen...)

1. La restauration rapide : McDonald's, Groupe Bertrand, Yum ! Brands, Groupe Le Duff, Domino's Pizza, Subway
2. La restauration traditionnelle : Buffalo Grill, Groupe Flo
3. Les filiales de restauration des groupes de la distribution alimentaire : Agapes Restauration, Casino Restauration
4. La restauration de concession : Areas (Elior), Lagardère Travel Retail

4. LES PERFORMANCES DE 90 ENTREPRISES

Cette partie permet de mesurer, situer et comparer les performances économiques et financières de 90 entreprises de la restauration commerciale à travers les fiches synthétiques de chacune des sociétés et les tableaux comparatifs. Les données portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 73% des comptes non consolidés 2014 et 33% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|------------------------|--|------------------------|
| • ADP GROUPE | • FLUNCH | • MARIE BLACHERÉ |
| • ALLO RESTO | • FOODCHERIE | • MCDONALD'S |
| • AREAS | • FOODORA | • MEMPHIS COFFEE |
| • AU BUREAU | • FRICHTI | • MICHELIN RESTAURANTS |
| • AUCHAN | • GARES & CONNEXIONS | • MONOPRIX |
| • AUTOGRILL | • HIPPOPOTAMUS | • NESTOR PARIS |
| • BRIOCHE DOREE | • JUST EAT | • PAGESJAUNES RESTO |
| • BUFFALO GRILL | • IKEA RESTAURANT | • PAUL |
| • BURGER KING | • KFC | • PIZZA HUT |
| • CAFETERIA CASINO | • KITCHEN TROTTER | • PLANET SUSHI |
| • CAMPANILE RESTAURANT | • LA BOUCHERIE | • POIVRE ROUGE |
| • CARREFOUR | • LA CRIEE | • POMME DE PAIN |
| • CHEZ CLEMENT | • LA CROISSANTERIE | • QUICK |
| • CLASS'CROUTE | • LA FOURCHETTE | • SSP |
| • COMUNEAT | • LA PATATERIE | • STARBUCKS COFFEE |
| • CORA CAFETERIA | • LAGARDERE TRAVEL RETAIL | • SUBWAY |
| • COURTEPAILLE | • LEO RESTO | • SUSHI SHOP |
| • CRESCENDO | • LEON DE BRUXELLES | • TAKEAWAY.COM |
| • DEL ARTE | • LES GRANDES BRASSERIES DU GROUPE FLO | • TAKE EAT EASY |
| • DELIVEROO | | • UNIBAIL RODAMCO |
| • DOMINO'S PIZZA | | • VINCI AUTOROUTES |
| • ERIC KAYSER | | • VIZEAT |

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|---------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| • AUTOGRILL COTE FRANCE | • GROUPEMENT DES TAVERNIERS REUNIS | • PIZZA TOPCO FRANCE |
| • BAGELSTEIN | • HARD ROCK CAFE FRANCE | • POMME DE PAIN |
| • BERTRAND RESTAURATION | • HIPPO GESTION | • PRET A MANGER FRANCE |
| • BRASSERIES PAUL BOCUSE | • ITM RESTAURATION | • RESTO IN |
| • BRIOCHE DOREE | • KFC FRANCE | • RESTOMALIN |
| • BUFFALO GRILL | • KING MEMPHIS | • RESTOVISIO |
| • CASAPIZZA FRANCE | • LA BOITE A PIZZA | • SPEED BURGER DIFFUSION |
| • CASINO RESTAURATION | • LA CROISSANTERIE | • SPEED RABBIT PIZZA |
| • COSTA FRANCE | • LA FOURCHETTE | • STARBUCKS COFFEE FRANCE |
| • COURTEPAILLE | • LAGARDERE TRAVEL RETAIL FRANCE | • STE NVELLE DEL ARTE |
| • CRESCENDO RESTAURATION | • LE KIOSQUE A PIZZA | • SUBWAY REALTY OF FRANCE |
| • DELIVEROO FRANCE | • LE PARADIS DU FRUIT | • SUSHI SHOP MANAGEMENT |
| • DOMINO'S PIZZA FRANCE | • LEON DE BRUXELLES | • TABLAPIZZA |
| • EAT ON LINE | • MCDONALD'S FRANCE | • TAVERNE DE MAITRE KANTER |
| • FINANCIERE FRERES BLANC | • MICHELIN TRAVEL PARTNER | • TOMMY'S DINER |
| • FRANCE QUICK | • PAGESJAUNESRESTO | • VOULEZVOUSDINER |
| | • PIZZA PINO | |
| | • PIZZA SPRINT | |

(*) Listes non exhaustives

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6DIS93** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

▪ **Les food tech**

6IAA66 – Mars 2016

▪ **La restauration collective à l'horizon 2020**

6SCO42 – Septembre 2016

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BONDE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6SME79 / PTAX / Cial

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/05/2017 (TVA 5,5%).

La restauration commerciale

Gagner le pari de la digitalisation, des nouveaux formats et lieux de consommation

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500 € HT	2 400 € HT	2 795 € HT
2 637,50 € TTC	2 532 € TTC	2 948,73€TTC
☐	☐	☐

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris
B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607