



## Communiqué de Presse

**Reprise de la restauration en Europe : les dépenses atteignent des niveaux records, affectées par l'inflation, mais la fréquentation reste inférieure à celle d'avant la pandémie, selon Circana**

- **Repas solo : les repas pris seul sont en plein essor. Une visite sur six dans un restaurant est une personne consommant seule.**
- **Des cocktails sans alcool aux formules repas : ces tendances qui transforment le paysage de la restauration en Europe.**
- **La maison est le nouveau restaurant : deux tiers des commandes de livraison à domicile remplacent les repas faits maison.**

**Paris le 19 Septembre 2025** - Selon les dernières informations de Circana, dévoilées aujourd'hui lors du Sommet européen de la restauration 2025 qui se tient à Amsterdam, le secteur européen de la restauration entre dans une nouvelle ère.

Si les consommateurs au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, en Italie et en Espagne (les « Big 5 en EU ») dépensent plus que jamais en restauration hors domicile, ils le font moins fréquemment. Cela témoigne d'un changement durable dans le comportement des consommateurs post Covid.

Entre juin 2019 et juin 2025, les dépenses des consommateurs en matière de restauration hors domicile ont augmenté de 10 %, atteignant des niveaux records, mais le nombre total de visites reste inférieur de 10 % aux niveaux pré-Covid. Pour les restaurateurs, le défi n'est plus la reprise, mais l'adaptation aux nouvelles tendances de consommation qui montrent quand, où et pourquoi les gens choisissent de manger à l'extérieur.

**Jochen Pinsker, Industry Advisor Foodservice Europe chez Circana** déclare : « Nous assistons au renouveau de la restauration européenne. Les consommateurs trouvent un nouvel équilibre entre plaisir et prix abordables, santé et praticité, convivialité et repas en solo. C'est un marché plus dynamique, fragmenté et riche en opportunités que nous n'avions pas vu depuis des années. »

### **Contrastes entre les pays**

Les tendances de reprise varient considérablement selon les pays d'Europe. Le Royaume-Uni connaît les plus grandes difficultés, avec un nombre de visites encore inférieur de 21 % aux niveaux pré-Covid. L'Allemagne devrait normalement être en tête, avec une croissance prévue de +1,6 % des visites d'ici 2026 par rapport à 2025, grâce à l'adoption massive des commandes en ligne et livraisons à domicile. Au cumul annuel à fin juin 2025, les visites en

France étaient encore inférieures de 9 % aux niveaux d'avant la pandémie de 2019, même si le ticket moyen par visite a augmenté. L'Italie fait preuve de résilience, avec une baisse de 4 % pour la même période et l'Espagne affiche une baisse de 4 % du nombre de visites (très probablement en raison du taux de télétravail le plus bas (35 %)), et se remettra lentement des incertitudes économiques actuelles, avec une croissance prévue de seulement +0,2 % pour 2026 par rapport à 2025.

### **Les repas solo d'un côté, le pouvoir de la convivialité de l'autre dans le « Big 5 EU »**

La culture gastronomique européenne évolue, avec un écart croissant entre les moments de partage et les visites solo. Considéré comme inhabituel hier, manger seul aujourd'hui redéfinit la manière et le lieu où les Européens prennent leurs repas.

Les dépenses consacrées aux repas en solo ont bondi de 153 % entre 2010 et 2019, et représentent désormais 15,6 % des visites dans la restauration à table contre seulement 9,4 % en 2016, car les modes de vie urbains, le télétravail et les technologies de commande et paiement via un QR code normalisent les occasions de manger seul.

Le Royaume-Uni est à la pointe de cette transformation. Avec 54 % des adultes britanniques télétravaillant ponctuellement, soit le taux le plus élevé d'Europe, les déjeuners de groupe en semaine cèdent la place à des repas rapides pris en solo. Dans les centres-villes, les employés souvent pressés optent pour des boîtes de sushis, des salades et des options de café à emporter entre deux réunions, tandis que les restaurateurs adaptent l'agencement, les menus et la prise de commande pour mieux répondre aux besoins des clients seuls.

En parallèle, les repas conviviaux sont en augmentation. Ils représentent 31 % de toutes les sorties au restaurant au cours des 12 mois précédant juin 2025 (contre 29,8 % en 2021), avec en tête les soirées tapas et les plateaux à partager style Europe du Sud.

### **Le rapport qualité-prix sur le devant de la scène**

Les consommateurs européens sont de plus en plus attentifs à leurs dépenses, recherchant la « bonne affaire » sans sacrifier l'expérience. Un repas sur trois comprend désormais une promotion ou un menu, passant de 29,9 % en 2022 à 33,7 % en 2025.

### **La livraison à domicile redéfinit les habitudes alimentaires en Europe**

En Allemagne et en France, la livraison connaît une croissance à deux chiffres comparé à la demande en période pré-Covid. Pour beaucoup, manger « à l'extérieur » signifie désormais rester chez soi, les deux tiers des livraisons remplaçant les repas préparés à la maison.

Cette augmentation est portée par des agrégateurs tels que Uber Eats, Deliveroo et Just Eat, qui représentent maintenant 3,7 % de toutes les visites en restauration hors-domicile, soit près du quadruple de leur part dans l'UE depuis 2016. Regroupant des centaines de restaurants, ces plateformes redéfinissent la manière dont les consommateurs découvrent, commandent et dégustent leurs repas, tout en stimulant l'augmentation du nombre de promotions, d'offres groupées et de programmes de fidélité.

### **Santé, mode de vie et alimentation légère**

L'évolution des habitudes alimentaires redéfinit les tendances de menus et de boissons. Les

consommations d'alcool ont baissé de 7 % en glissement annuel juin 2025 dans les pays « Big 5 de l'UE » au premier semestre 2025 par rapport à la même période en 2024, tandis que les boissons sans alcool ont augmenté de 2 %. Les consommations d'eau du robinet ont augmenté de 5 % au cours de la même période, tandis que celles d'eau en bouteille n'ont augmenté que de 1 %.

**Jochen Pinsker ajoute :** « Manger à l'extérieur est de plus en plus un choix personnel. Pour certains, il s'agit de moments de partage ; pour d'autres, c'est la liberté d'un déjeuner en solo. Qu'il s'agisse de tapas entre amis à Madrid, de sushis dans un café à Berlin ou de cocktails sans alcool à Londres, les consommateurs adaptent leurs repas en fonction de leur mode de vie, et non l'inverse. »

### **S'adapter à la nouvelle réalité du secteur de la restauration en Europe**

L'analyse de Circana met en évidence un marché fragmenté mais riche en opportunités. Les restaurateurs qui réussiront seront ceux qui adopteront des stratégies axées sur la valeur apportée, investiront dans le digital et la livraison à domicile, s'adapteront à l'évolution des priorités en matière de santé et de mode de vie, tout en adaptant leurs activités aux habitudes locales.

### **Notes :**

Lors du Sommet Européen de la Restauration à Amsterdam, **Jochen Pinsker, Industry Advisor Foodservice Europe chez Circana**, présentera une analyse approfondie des forces qui influencent les choix des consommateurs et les tendances du secteur en Europe. Il passera en revue les six derniers mois et l'année 2024 dans son ensemble, offrira des perspectives sur les changements à venir et se penchera tout particulièrement sur le segment de la restauration à table, en explorant ses défis, les tendances émergentes et les opportunités de croissance dans un contexte d'évolution de la restauration à emporter.

### **À propos du Sommet européen de la restauration hors-domicile**

Le 26e Sommet européen de la restauration se tiendra à Amsterdam les 18 et 19 septembre 2025 au célèbre Eye Filmmuseum, suite au succès de l'édition de l'année dernière pour ses 25 ans. Réunissant plus de 200 professionnels des principales chaînes de restaurants et des fournisseurs de plus de 20 pays, le Sommet offre une plateforme de réseautage, d'échanges et d'innovation. Avec une liste d'intervenants de renommée mondiale, l'événement proposera des études de marché exclusives et des stratégies concrètes pour naviguer dans le paysage mondial en constante évolution de la restauration hors-domicile.

**Références :** Situation actuelle et perspectives du marché – Sommet européen de la restauration 2025

- Panel CREST®/Circana
- Étude « Sentiment study » dans le secteur de la restauration, Big5, mai 2025

### **À propos de Circana**

Circana est un leader dans l'analyse des tendances de consommation. Grâce à une technologie de

pointe basée sur l'intelligence artificielle et l'analyse de données prédictive, Circana permet à ses clients - enseignes, entreprises de produits de grande consommation – de comprendre le comportement des consommateurs, le marché et la demande. La plateforme technologique Liquid Data® de Circana s'appuie sur un ensemble de données de qualité et des algorithmes intelligents entraînés sur la base de six décennies d'expertise. Grâce aux insights de Circana, les clients peuvent prendre des mesures immédiates pour faire évoluer leurs stratégies commerciales, inscrire la croissance durablement dans une économie de plus en plus complexe, rapide et en constante évolution. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.circana.com/fr](http://www.circana.com/fr)

