

Vendredi 27 septembre 2024

## **Prendre le pouls de la rentrée, décryptage 360° de la RHD**

Pour mieux appréhender les enjeux du Food Service, le GECO Food Service décrypte cette rentrée 2024 dans un contexte économique compliqué entre des signaux positifs de reprise et des arbitrages de consommation en RHD.

Avec un retour positif des indicateurs économiques<sup>1</sup> par un taux de chômage stable (7.6%), un indice de confiance plutôt élevé (89), une hausse du moral des ménages notamment en août, un ralentissement de l'inflation (+2.7%), et une augmentation du PIB (+0.8%), **il existe, néanmoins, une perception plus maussade**. 92%<sup>2</sup> des Français trouvent que leur pouvoir d'achat a baissé ces 12 derniers mois et 59%<sup>3</sup> des sondés ont déclaré que les prix dans les restaurants ont trop augmenté pour eux.

**Même si les dépenses RHD ont presque retrouvé le niveau du premier semestre 2019** (27.8 Mds €) VS premier semestre 2024 (27.7 Mds €), la fréquentation est quant à elle en recul de 9.2 % entre le premier semestre 2019 (5.1 Mds de visites) VS premier semestre 2024 (4.6 Mds de visites)<sup>4</sup>.

La fréquentation en RHD reste ainsi partagée entre des opportunités, d'une part, comme le ralentissement de l'inflation (+2,5% vs +5% sur 2 dernières années)<sup>5</sup>, un mois de mai qui a été boosté par la flamme olympique et les ponts successifs, ou encore l'euro de football en juin, et des freins, d'autres part, comme les traces des habitudes de consommation liées à l'inflation, une météo pluvieuse et un effet JO très mitigé.

Avec un tourisme plus populaire qui a consommé différemment, les zones de sécurité<sup>6</sup> en amont de la cérémonie d'ouverture, les ambiances porteuses sur les sites olympiques, on a observé une disparité entre les circuits de restauration au profit des établissements autour des sites, et des food-truck et de la restauration en kiosque.

Par ailleurs, le GECO Food Service a conduit une étude pour ses membres par le cabinet Shenkuo, Laurent FIHEY, avec le concours de Nicolas NOUCHI du Cabinet Strateg'eat, sur le **Ranking des critères d'achats en restauration commerciale, collective et boulangère**.

Cette étude a pour objectif de comprendre les critères d'achat des opérateurs Hors Domicile : Restauration commerciale ; Restauration collective ; Boulangerie-pâtisserie pour permettre à nos adhérents, fournisseurs des marchés de la CHD, d'identifier les besoins liés à la typologie de restauration et aux processus de décisions des acheteurs.

Il en ressort qu'il existe des sensibilités aux critères d'achats nuancées selon les segments, la restauration commerciale fait son choix en tenant compte des caractéristiques produit et ses facilités d'utilisation, la boulangerie-pâtisserie et la restauration collective s'orientent quant à elles principalement vers le prix. Même si le prix est une priorité pour les opérateurs, il n'est cependant pas toujours maîtrisé en raison de la maîtrise de l'inflation et d'identification d'un juste prix de tous les produits. 20% des opérateurs sont incapables d'évaluer le juste prix de leurs produits (tout ou partie). En revanche, **pour encore 1/3 des opérateurs, tous segments confondus, le prix n'est pas le critère déterminant des achats**. Les clients en priorité selon les distributeurs veulent de l'innovation avec des conseils, des prix attractifs avec des promotions, une relation commerciale de confiance et accompagnante et surtout une haute valeur ajoutée de services (régularité, assortiment, disponibilité, respect livraison, réactivité).

<sup>1</sup> Source : Banque de France

<sup>2</sup> Source : Etude Havas commerce Fev.2024

<sup>3</sup> Source : CIRCANA Food Service Sentiment Study W12 may 2024

<sup>4</sup> Source : CREST

<sup>5</sup> Source : CIRCANA

<sup>6</sup> Entre 14 et 26 juillet : les établissements de paris ont perdu 20 à 30 % de leur CA, voir 70% dans certains cas. Source : CIRCANA

Enfin, dans le cadre des REP emballage, Michel Sanson, Président du GECO Food Service a rappelé que le GECO Food Service a tiré la sonnette d’alarme avant l’été, pour partager son mécontentement face au manque de visibilité de nos entreprises. Depuis le 1er janvier 2024, est entrée en vigueur la REP Emballages Restauration appliquée aux professionnels du secteur de la restauration, alors même que l’éco-organisme dédié, CITEO PRO, n’a obtenu l’agrément que le 11 mars 2024 (JO:14/03). Depuis, nos entreprises, professionnels des marchés de la Consommation Hors Domicile, sont dans le flou et restent notamment dans l’attente des tarifs impactant les engagements actuels pour répondre à des appels d’offre, et la construction de leurs propres tarifs.

Michel Sanson a rappelé que « le système actuel n’est pas adapté à nos entreprises fournisseurs du food service sur des marchés professionnels. L’anticipation est au cœur de notre métier dans le cadre de la contractualisation avec les acteurs professionnels : distributeurs ou opérateurs de restaurations, privés ou publics. Parce que l’effort financier demandé à nos entreprises est conséquent, les prix seront inévitablement impactés et sources de discussions entre fournisseurs et acheteurs. Nous resterons vigilant dans les semaines à venir.»

**LES GRANDS CHIFFRES DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE – 2023**  
(Gira-Food service CIRCANA)

**Restauration Commerciale + Restauration Collective**

- 83.6 Md € de CA pour l'ensemble de la Restauration Hors Domicile.
- 7.4 Md de repas servis hors domicile /an en France en restauration commerciale et collective.
- 282 300 établissements et points de vente-restauration.

Restauration Commerciale	Restauration Collective
<ul style="list-style-type: none"><li>• 3.8 Md de repas servis (2019 : 4.1 Md de repas)</li><li>• 200 950 établissements</li><li>• 51 % des repas de la RHD</li><li>• 59.9 Md € de CA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 3,6 Md de repas servis (2019 : 3.7 Md de repas)</li><li>• 81 350 établissements</li><li>• 49% des repas de la RHD</li><li>• 23.7 Md €</li></ul>

L’association GECO Food Service est la seule association en France dédiée à 100% aux marchés complexes du Food Service, depuis 50 ans. Elle regroupe des entreprises fournisseurs majeurs des marchés de la Restauration Hors Domicile (RHD), PME, ETI, Groupes, ses membres fabriquent et commercialisent des produits alimentaires et non alimentaires (équipements, services et produits d’hygiène) dédiés aux professionnels du hors domicile. Expertise et vision holistique de la RHD, Observatoire 360°, plateforme de dialogue avec les pouvoirs publics, en font l’association fournisseurs référente de tout l’écosystème #RHD.  
Le GECO Food Service rend ses adhérents plus experts, plus éclairés et plus agiles pour performer sur les marchés de la Restauration Hors Domicile.  
[www.gecofoodservice.com](http://www.gecofoodservice.com)