

Restauration hors domicile : The NPD Group publie le bilan de janvier-août 2021 et prédit un retour à la normale pour 2023

Paris, le 27 Septembre 2021 — The NPD Group, l'un des leaders mondiaux des études de marché, dresse un état des lieux du marché de la restauration bousculé par une année en dents de scie, entre confinement, reprise et évolutions futures.

Fort ralentissement en début d'année

Considérablement impacté par la crise de la Covid-19, le marché de la restauration hors domicile affiche des pertes de 39 % en visites et de 45 % en dépenses sur les sept premiers mois de l'année 2021 (par comparaison avec la même période de l'année de référence 2019).

Sans surprise, la restauration à table, qui a fonctionné à 15 % seulement de sa capacité normale en dépenses entre janvier et mai, est le secteur le plus impacté, avec une chute de près de 70 % en visites et en valeur par rapport à 2019.

Le recul est moindre pour la restauration rapide, avec des pertes d'environ 17 % sur la même période. En effet, trois segments de ce circuit ont su s'adapter et limiter leurs pertes en misant notamment sur la vente à emporter : les fast-foods spécialisés burger, les boulangeries et les pizzas livrées. La vente à emporter et la livraison ont ainsi permis à la restauration rapide de maintenir une activité, la consommation nomade passant de près de 70 % des visites en 2019 à 90 % en 2021.

Maria Bertoch, experte Foodservice France au sein de The NPD Group, commente : « Covid oblige, tout le marché de la RHD s'est mis à l'heure nomade : sur les sept mois de référence, la livraison a doublé en visites tandis que le drive progressait de 75 %. Cette tendance a naturellement profité à la restauration rapide dont les bons chiffres s'expliquent par le fait que des chaînes ont continué à ouvrir des points de vente malgré la crise. »

Une reprise estivale qui profite à la restauration rapide (juin-juillet 2021)

Sur les deux premiers mois de réouverture des restaurants (juin et juillet 2021), le marché global a atteint seulement 77 % de sa valeur par rapport à l'été 2019. Affichant une reprise beaucoup plus nette, la restauration rapide a perdu seulement 8 % en comparaison de l'été 2019. Les options rapides et nomades, plébiscitées par un public jeune, portent le dynamisme du marché. Notamment, les segments « pizza à emporter » et « burger » ont fait une remontée fulgurante, retrouvant le niveau de l'été 2019. La reprise est plus lente pour la restauration à table : le circuit ne retrouve que 70 % de la valeur de l'année de référence 2019. Côté profils, les chiffres estivaux révèlent clairement une fracture générationnelle : les « plus de 55 ans » sont moins retournés au restaurant (-30 % en visites par comparaison avec l'été 2019) que les plus jeunes (-20 %).

Les premiers effets du pass sanitaire

Introduit à partir du 9 août dans les établissements de restauration, le pass sanitaire a temporisé le dynamisme de la période estivale, puisque le marché enregistre sur ce dernier mois des résultats quasiment identiques à ceux d'août 2020, en visites (+1 %) comme en dépenses (-1 %). Un coup de frein à la reprise amorcée précédemment, puisque entre juin et août 2021, on observe une croissance de 10 % en dépenses par rapport à 2020, alors que le marché a bondi de 17 % entre juin et juillet 2021.

Maria Bertoch, experte Foodservice France au sein de

The NPD Group, analyse : « Parallèlement à ce coup de frein, on constate que le ticket moyen a reculé de 2 % en août, avec un marché qui a basculé vers la restauration rapide, moins impactée par l'introduction du pass sanitaire grâce à la vente à emporter et à la livraison. Ce ralentissement devrait cependant s'atténuer à mesure que la vaccination avance ».

Retour à la normale d'ici deux ans : prévisions du marché de la RHD à l'horizon 2023

The NPD Group prévoit [\[1\]](#) une année 2021 tournée vers la sortie de crise, avec une progression totale projetée à 14 % en visites par rapport à 2020. Dans les années à venir, le marché global reprendra sa croissance, qui devrait atteindre son maximum en 2022, avec +19 % en visites et +21 % en valeur par rapport à 2021. En 2023, le marché de la RDH devrait s'approcher au plus près de son niveau de 2019.

[1] « Rapport sur les prévisions du marché de la restauration hors domicile 2021-2022-2023 » basé sur les données historiques du panel CREST. The NPD Group s'appuie sur celui-ci pour élaborer ses études ainsi que sur son expertise sectorielle du domaine de la restauration en France depuis 2004. Plus d'informations sur demande.

– Fin –

Notes à l'attention des rédacteurs

Définition des circuits

La restauration hors domicile inclut les circuits suivants :

- restauration avec service à table (cafés/bars/brasseries, restauration thématique et non thématique, cafétérias),
- restauration rapide (fast-foods, vente à emporter/livraison, sandwicheries, boulangeries, traiteurs, GMS),
- restauration dans les transports et lieux de loisirs (musées, parcs d'attractions...),
- restauration collective (restauration d'entreprise, au bureau ou à l'usine, autogérée ou concédée),
- distribution automatique.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Marie Carbonnel, Consultante Relations Presse

Tél. : +33 (0)6 21 81 64 22 – E-mail : marie@greenfieldscommunications.com

À propos du panel CREST

Le panel CREST de The NPD Group permet de suivre les comportements des consommateurs dans les établissements de restauration commerciale et collective 365 jours sur 365 : type d'établissement et enseigne visité(e), moment et mode de consommation, dépense moyenne et produits consommés. CREST offre ainsi une vision dynamique du marché de la Consommation Hors Foyer et des catégories aliments et boissons.

CREST est disponible en Europe, Amérique du Nord, Asie et Australie. Le panel est représentatif de la population du pays.

À propos de The NPD Group

The NPD Group fournit des informations et des services de conseil afin de prendre de meilleures décisions stratégiques en France et dans le monde. En combinant nos données uniques avec notre expertise des différents secteurs, nous aidons nos clients à suivre leurs marchés, à comprendre les consommateurs et à soutenir une croissance durable. Les secteurs d'activité couverts incluent l'automobile, la beauté, le divertissement, la mode, l'alimentaire/la restauration hors foyer, la maison, le sport, la technologie, les jouets, les jeux vidéo, le sans-fil. Pour en savoir plus, visitez www.npd.com