RESTAURATION RAPIDE ET TRADITIONNELLE : DEUX SECTEURS EN MUTATION ENTRE NOUVELLES ATTENTES ET DIGITALISATION

Paris, le 13 février 2024 - Le marché de la restauration en France est en pleine transformation, porté par des évolutions dans les habitudes de consommation et par la digitalisation des services. Alors que la restauration rapide continue d'afficher des performances solides, la restauration traditionnelle se réinvente pour répondre aux attentes d'une clientèle plus exigeante. VASANO, expert en gestion de la relation client, a analysé les avis Google des plus grandes enseignes du secteur et révèle les tendances clés ainsi que les enseignes qui tirent leur épingle du jeu.

LA RESTAURATION RAPIDE : UN MARCHÉ EN PLEINE ÉVOLUTION

Le secteur de la restauration rapide est marqué par une forte concurrence où la satisfaction client et la e-réputation jouent un rôle central. En 2024, KFC domine le classement avec une note moyenne récente de 4,36 sur 5, en forte progression (+10,65 %), et un taux de réponse élevé (50,83 %). Burger King suit de près avec une note de 4,30 sur 5 et un volume d'avis impressionnant. Sushi Shop, malgré un nombre d'avis plus réduit, affiche la meilleure progression (+16,70 %) et un excellent taux de réponse (76,55 %), témoignant d'une relation client particulièrement soignée.

À l'inverse, certaines enseignes comme O'Tacos voient leur note baisser (-1,70 %), ce qui pourrait être attribué à un manque de réactivité dans la gestion des retours clients. McDonald's, bien que leader en nombre d'avis (598 873), souffre d'une note plus basse (3,58 sur 5), soulignant un défi persistant en matière de satisfaction client.

Les nouvelles attentes des consommateurs

L'analyse sémantique des avis Google montre que les consommateurs sont en demande croissante d'une alimentation plus saine et responsable. La rapidité de service reste un critère décisif sur 36 % des avis analysés et la personnalisation des repas séduit un nombre croissant de clients en quête d'options adaptées à leurs préférences alimentaires. L'expérience client prend également une nouvelle dimension avec l'essor des concepts immersifs. Les enseignes investissent dans des environnements plus attractifs et des services interactifs, confirmant que la restauration rapide ne se limite plus à un simple repas, mais devient une expérience à part entière.

Les marques qui réussissent combinent une gestion proactive de leur e-réputation et une adaptation rapide aux nouvelles tendances. KFC et Burger King se distinguent par leur engagement envers l'expérience client et leur capacité à innover. À l'inverse, les enseignes qui négligent ces aspects risquent de voir leur attractivité diminuer face à une concurrence toujours plus réactive.

LA RESTAURATION TRADITIONNELLE : AUTHENTICITE ET MODERNISATION

Un secteur qui résiste malgré la concurrence des chaînes

La restauration traditionnelle représente encore 58 % des entreprises du secteur et génère 64 % du chiffre d'affaires total. Toutefois, la montée en puissance des chaînes, qui représentent désormais 40 % de la restauration commerciale, redistribue les cartes. Des enseignes comme La Boucherie et Buffalo Grill se positionnent comme des alternatives modernes à la restauration indépendante, combinant standardisation des services et expérience client homogène.

En 2024, La Boucherie s'impose ainsi comme l'enseigne la mieux notée sur Google dans la catégorie restauration traditionnelle, avec une note moyenne de 4,47 sur 5 sur les 12 derniers mois et un taux de réponse de 83,82 %, renforçant sa réputation en ligne. Son engagement envers la qualité des produits et le service client lui permet de devancer des enseignes comme Buffalo Grill (4,43) et Del Arte (4,19).

Des consommateurs plus exigeants et attentifs à l'expérience globale

Authenticité culinaire, produits locaux, recettes du terroir et écoresponsabilité sont des thèmes largement commentés sur Google. On constate d'ailleurs, que les attentes des consommateurs évoluent vers une quête de qualité et de transparence. Environ 66 % des clients privilégient les produits locaux, tandis que 35 % sont prêts à payer plus pour des ingrédients issus de circuits courts. Les plats réconfortants et les recettes traditionnelles séduisent 47 % des consommateurs, illustrant une volonté de retrouver une cuisine authentique et savoureuse.

L'expérience culinaire ne se limite plus au contenu de l'assiette. Une ambiance chaleureuse et un service attentif sont des éléments primordiaux pour 40 % des consommateurs, qui acceptent volontiers un prix plus élevé en échange d'un cadre

agréable. Le calme et la convivialité sont plébiscités par 83 % des clients, mettant en lumière l'importance d'un environnement propice à la détente.

Par ailleurs, la digitalisation s'intègre progressivement dans ce segment avec la montée en puissance des commandes en ligne et des services de personnalisation des repas. Enfin, les préoccupations environnementales influencent de plus en plus les choix des consommateurs : 30 % d'entre eux privilégient les établissements engagés dans des démarches écoresponsables.

« Le marché de la restauration, qu'il soit rapide ou traditionnel, connaît une évolution majeure portée par les attentes des consommateurs et les innovations technologiques. La digitalisation, la quête de qualité et l'expérience client sont au cœur des stratégies gagnantes. Alors que KFC et Burger King s'imposent comme les leaders de la restauration rapide grâce à une gestion efficace de leur e-réputation, La Boucherie domine la restauration traditionnelle en mettant l'accent sur l'authenticité et la relation client.

Dans un secteur toujours plus compétitif, les enseignes qui sauront concilier innovation et tradition, tout en s'adaptant aux nouveaux comportements de consommation, bénéficieront d'un avantage décisif pour les années à venir. » commente Marlène Berger, co-fondatrice de VASANO

À propos de [Vasano](#)

Editeur de solutions d'analyse et de benchmark de la satisfaction client, Vasano aide les réseaux de points de vente à transformer la voix de leurs clients en levier de croissance et de différenciation sur leurs marchés. Son programme innovant comprend : l'Indice de Transformation Client (ITC), un outil qui aide les enseignes à évaluer le potentiel client capté ou perdu en fonction de l'écart entre les notes Google de leurs établissements celles de leurs concurrents. L'objectif est de renforcer leur attractivité par zone de chalandise. Deux propositions de valeur complètent ce dispositif unique : le Cockpit, véritable panorama de l'expérience client sur son marché, et STICKERS Business, label des points de vente qui ont amélioré leur note Google sur les 12 derniers mois, ainsi que STICKERS Network, qui révèle la note moyenne Google des réseaux de points de vente sur l'année écoulée.

Vasano a compilé, à ce jour, plus de 150 millions d'avis sur 275 000 établissements en France, couvrant divers secteurs tels que l'assurance, l'automobile, la banque, la GSM, l'immobilier, ...