

>>> Viandes

Les études de FranceAgriMer

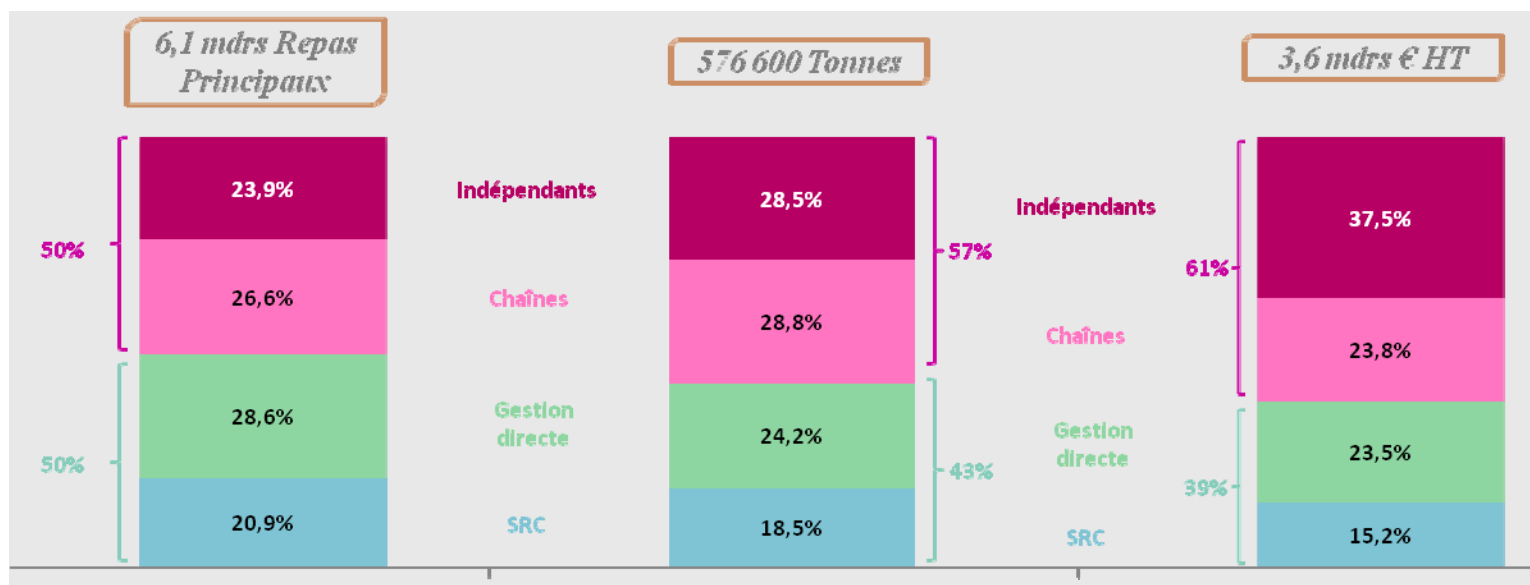
> janvier 2017

Les achats de produits carnés en restauration hors foyer en France



Les achats de produits carnés en restauration hors foyer

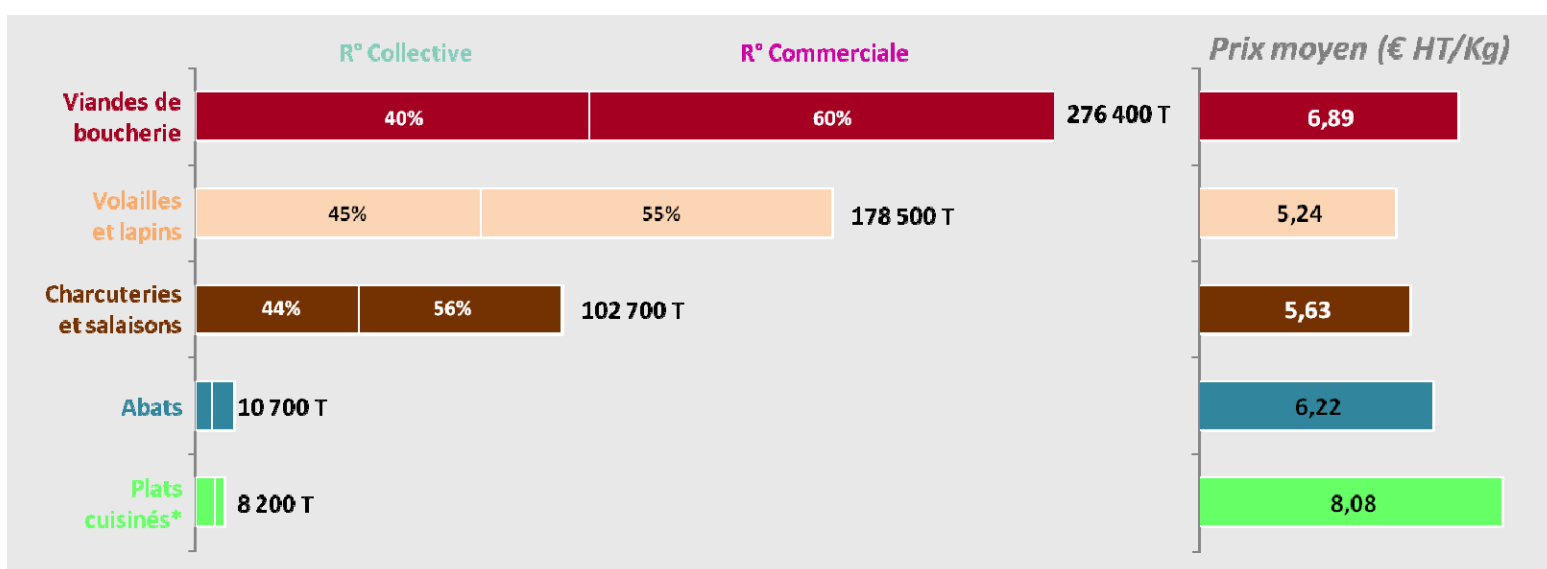
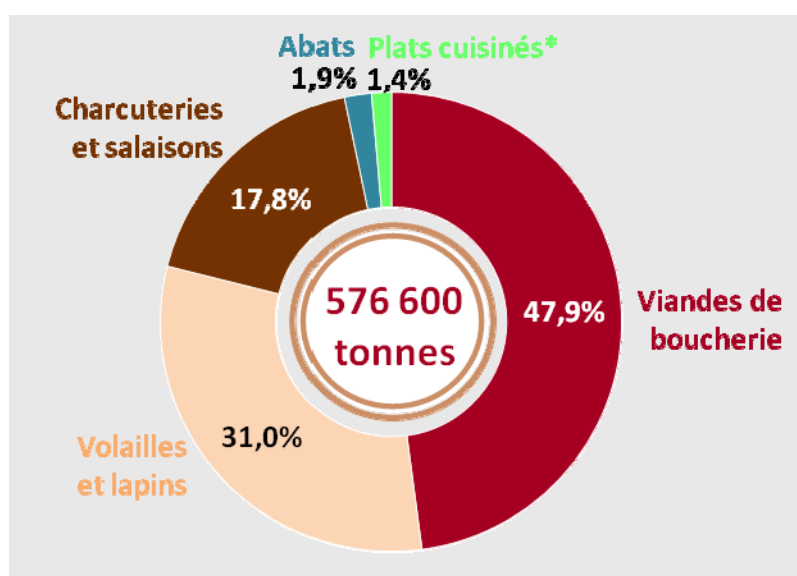
FranceAgriMer a demandé à GIRA Foodservice d'évaluer les quantités et les montants de produits carnés achetés par la restauration collective et commerciale en France en 2014. Nous présentons ici la synthèse des résultats de cette étude



- La restauration hors foyer a représenté le service de **6,1 milliards de repas en 2014**, en légère baisse par rapport à 2013
- Le marché français de la restauration hors foyer représente une exception en Europe avec **la moitié des repas servis en restauration collective**
- Les achats de **produits carnés** en RHF s'élèvent à **576 600 tonnes pour 3,6 milliards € HT**
- La restauration commerciale concentre la moitié des repas principaux, mais 57% des volumes de produits carnés achetés en raison d'un grammage plus élevé, et 61% des achats en valeur
- La restauration organisée (47% des repas et des tonnages, mais 39% des achats en valeur) affiche des prix moyens d'achat beaucoup plus bas que la restauration indépendante en raison d'une massification des achats des Sociétés de Restauration Collective (SRC) et d'une typologie spécifique de produits carnés achetés par les chaînes

Répartition des achats de produits carnés en RHF

- Les achats de produits carnés en RHF s'élèvent à 576 600 tonnes en 2014
- Les viandes de boucherie représentent le 1^{er} poste de consommation avec 48% des volumes, avec une position dominante en restauration commerciale
- Les volailles arrivent en seconde position avec 31% des volumes. Elles sont mieux positionnées en restauration collective et auprès des chaînes de restaurants (fast-food hamburger, sandwicheries, cafétérias...)
- Les charcuteries et salaisons concentrent 18% des volumes, avec une offre forte en restauration commerciale indépendante
- Les abats et les plats cuisinés* à base de viandes occupent une place marginale, avec moins de 2% des volumes chacun



* est intégrée la viande utilisée dans les plats cuisinés dont le poids relatif est d'au moins 50% du volume total, tel que blanquette de veau, navarin d'agneau, bœuf bourguignon...

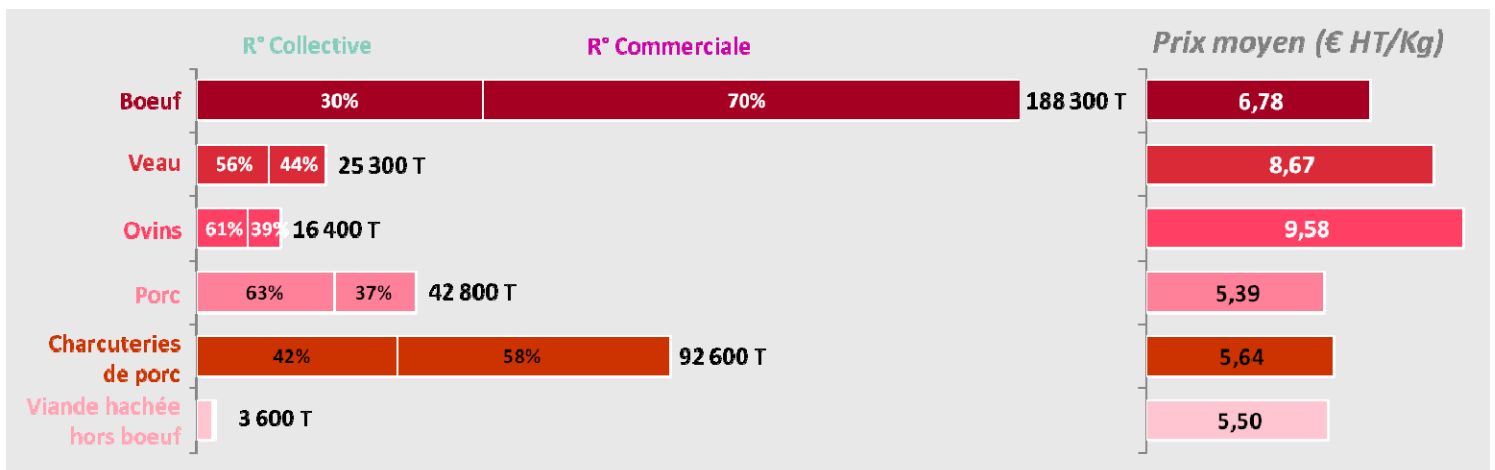
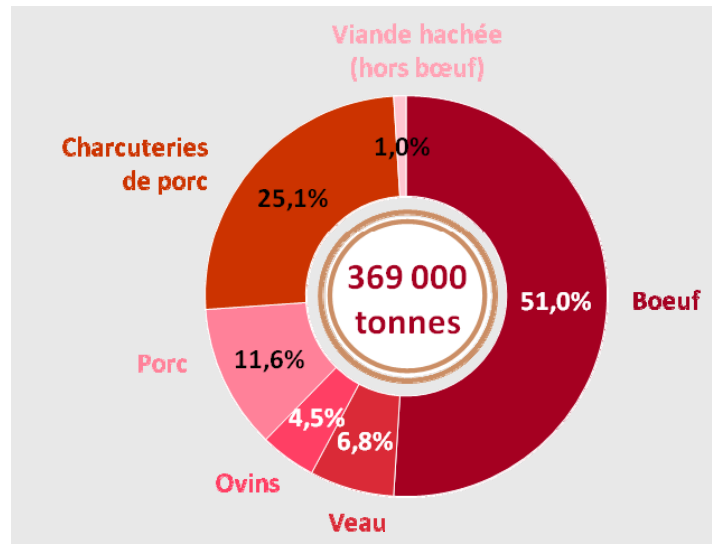
Les viandes de boucherie en RHF

369 000 tonnes

2,43 mrd € HT

51% de boeuf

- Les achats de **viandes de boucherie** en RHF représentent **369 000 tonnes** pour **2,43 milliards € HT**
- **60% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 40% par la restauration collective
- **Le bœuf concentre 51% des volumes**, suivi par le porc (37%), le veau et les ovins



- Le veau et les ovins sont mieux représentés en collectivités en gestion directe
- **Les chaînes concentrent près des 2/3 des achats de viandes hachées**
- Une offre centrée sur le bœuf en restauration commerciale, avec en parallèle un renforcement du poids du haché avec le développement de l'offre burger
- **Forte position des viandes élaborées auprès des SRC:** elles offrent l'avantage de compenser les contraintes de personnel et de proposer des prestations homogènes entre les restaurants
- Les 3 premiers segments concentrent plus de la moitié des volumes de viandes de boucherie achetés: le fast-food hamburger est le 1er segment consommateur (bœuf haché) avec 22% des volumes, suivi par les SRC (18%) et la restauration traditionnelle (13%)

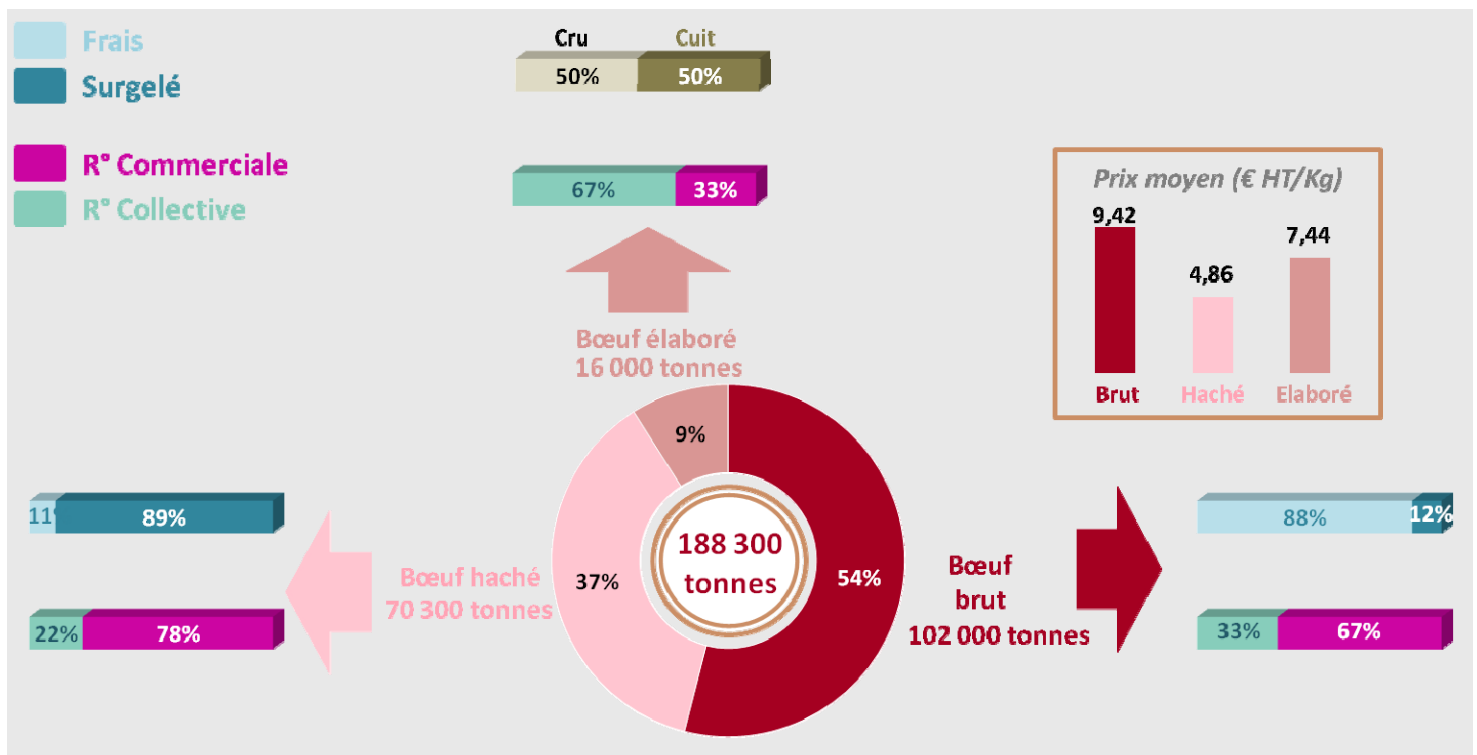
Le bœuf en RHF

188 300 tonnes

1,28 mrd € HT

37% de haché

- Les achats de **bœuf** en RHF sont évalués à **188 300 tonnes** pour **1,28 milliards € HT**
- **70% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 30% par la **restauration collective**
- Le **bœuf brut** concentre **54% des volumes**, suivi par le **bœuf haché (37%)**, et le **bœuf élaboré (9%)**
- Le **bœuf brut** est **majoritairement acheté frais (88%)**, avec un équilibre entre les viandes en muscle et pièces, mais une proportion dominante des morceaux à griller (2/3 des volumes)
- Le **surgelé** est **largement privilégié pour le bœuf haché (89%)**
- Le **bœuf élaboré** est surtout acheté par la **restauration collective (67%)**



- Le fast-food hamburger concentre 58% des achats de bœuf haché
- 3 segments absorbent plus de la moitié des volumes de bœuf brut: la restauration traditionnelle (24%), les grills (15%) et les SRC (14%)

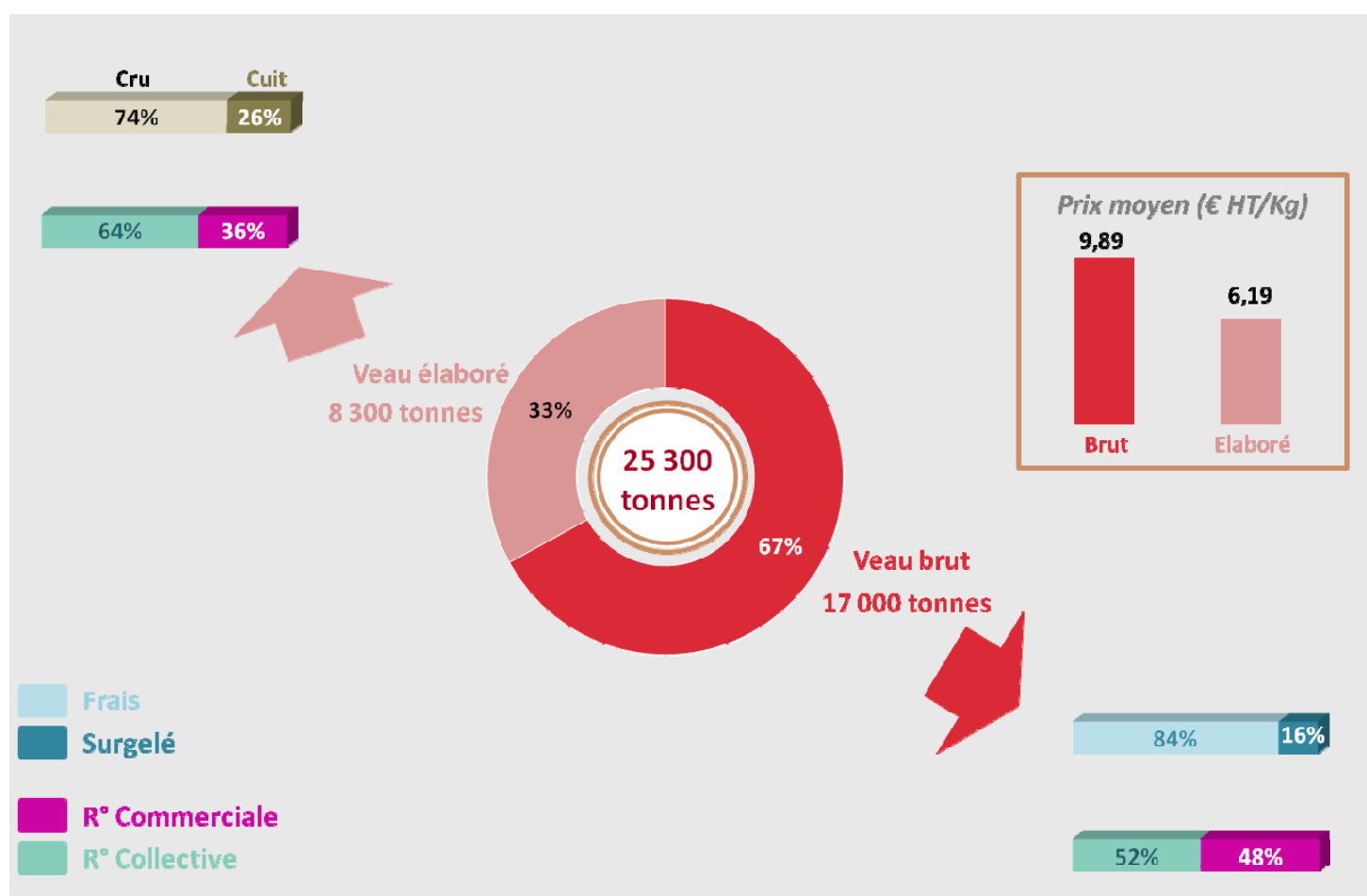
Le veau en RHF

25 300 tonnes

219 millions € HT

33% d'élaboré

- Les achats de **veau** en RHF sont évalués à **25 300 tonnes** pour **219 millions € HT**
- **56% des volumes sont achetés par la restauration collective** et 44% par la restauration commerciale
- Le **veau brut** concentre **les 2/3 des volumes**, contre **1/3 pour le veau élaboré**
- Les achats de veau brut sont équilibrés entre restauration collective et commerciale, essentiellement en frais (84%), tandis que le veau élaboré est surtout acheté par la restauration collective (64%)
- Les achats de viandes brutes piécées sont majoritaires (56%)



- Les SRC concentrent 1/3 des achats de veau élaboré, et les kebabs 26%
- 3 segments absorbent près de la moitié des volumes de veau brut: les SRC (18%), la restauration traditionnelle (17%) et la restauration scolaire (13%)

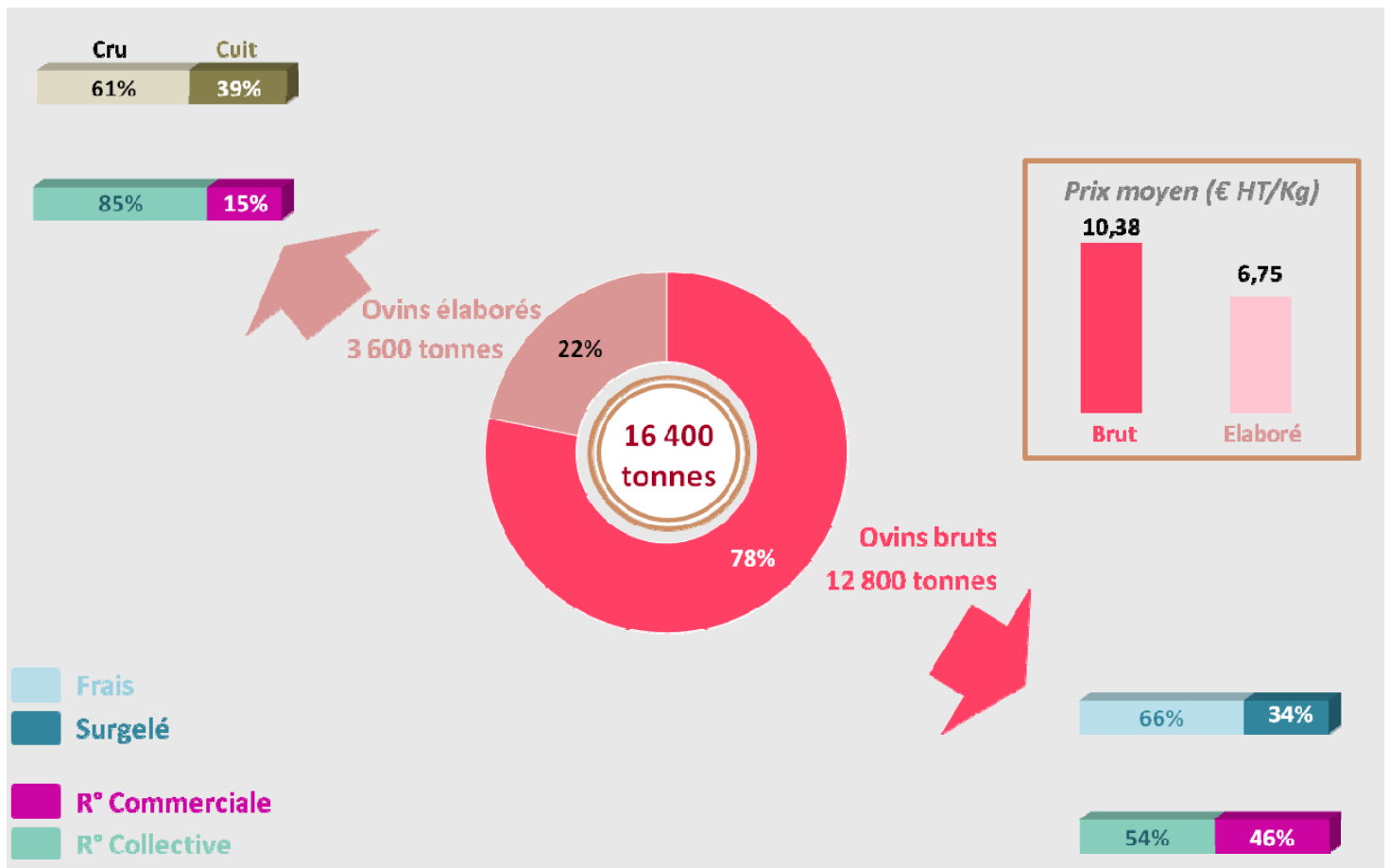
Les ovins en RHF

16 400 tonnes

157 mios € HT

22% d'élaboré

- Les achats d'ovins en RHF sont évalués à **16 400 tonnes pour 157 millions € HT**
- **61% des volumes sont achetés par la restauration collective**, et 39% par la restauration commerciale
- **Les achats sont centrés sur les ovins bruts** (78% des volumes)
- Les achats d'ovins bruts sont relativement équilibrés entre restauration collective (54%) et commerciale (46%), essentiellement en frais (66%), alors que les produits élaborés sont essentiellement destinés à la restauration collective (85%)
- Les achats d'ovins bruts sont centrés sur les viandes piécées (58%), et à griller (52%)



- Les SRC concentrent 54% des achats d'ovins élaborés
- 3 segments achètent plus de la moitié des volumes d'ovins bruts: les SRC (24%), la restauration traditionnelle (18%) et la restauration scolaire (11%)

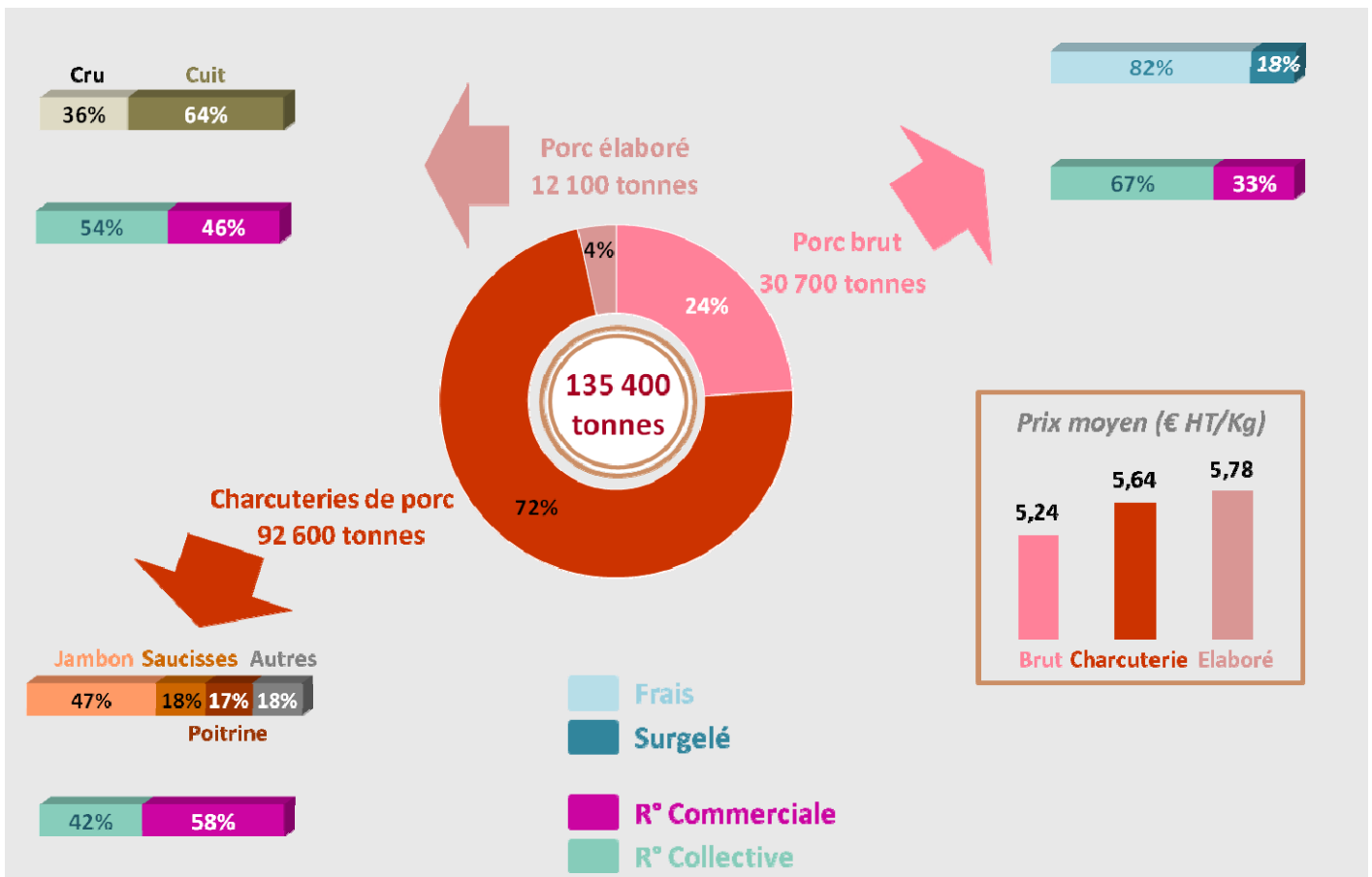
Le porc en RHF

135 400 tonnes

753 mios € HT

72% de charcuterie

- Les achats de **porc** en RHF sont évalués à **135 400 tonnes** pour **753 millions € HT**
- **51% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 49% par la **restauration collective**
- **Les achats sont centrés sur les charcuteries et salaisons** (72% des volumes), le porc brut représentant près du quart des volumes et les produits élaborés, 4%
- **La restauration collective représente le principal débouché du porc brut** (67%, essentiellement frais) **et élaboré** (54%), tandis que **les charcuteries de porc sont surtout achetées par la restauration commerciale**
- Les viandes piécées représentent la majorité des achats de porc brut (58%), de même que les morceaux à griller (62%)



- Les SRC concentrent 27% des achats de porc brut, suivies par la restauration traditionnelle (17%) et la restauration scolaire (16%)
- 3 segments achètent près des 2/3 des volumes de porc élaboré: les SRC (27%), les grills (23%) et le secteur social (14%)

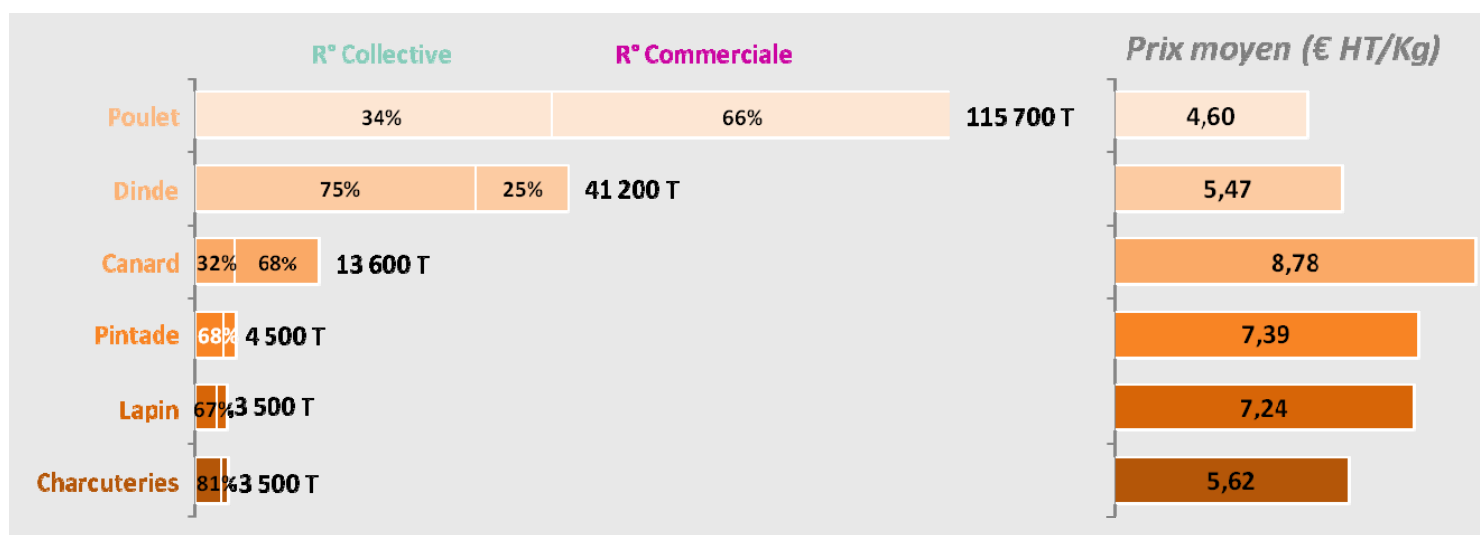
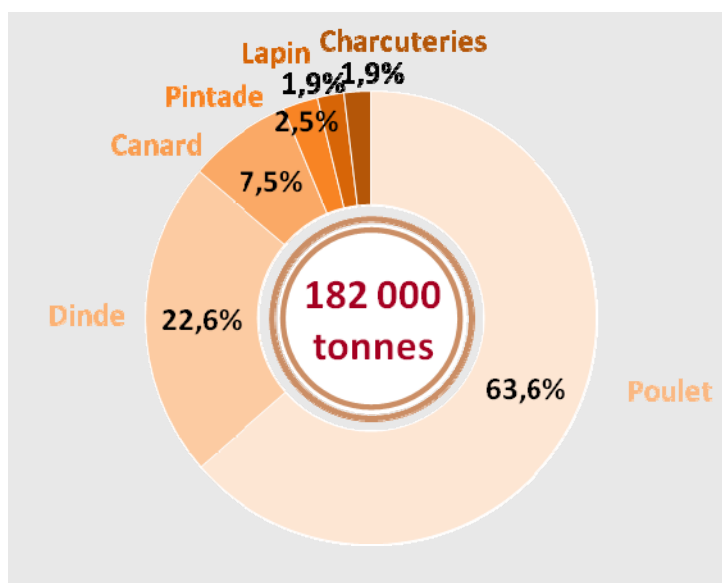
Les volailles en RHF

182 000 tonnes

956 millions € HT

64% de poulet

- Les achats de **volailles et lapins** en RHF sont évalués à **182 000 tonnes** pour **956 millions € HT**
- **54% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 46% par la restauration collective
- **Le poulet concentre 64% des volumes**, suivie par la dinde (23%), le canard (7,5%), la pintade, le lapin et les charcuteries de volailles



- La dinde est mieux représentée en collectivités, de même que la pintade, le lapin et les charcuteries de volailles. A l'inverse, l'offre de canard et de poulet est plus présente en restauration commerciale
- 3 segments concentrent plus de la moitié des volumes de volailles achetés: le fast-food hamburger qui est le 1er segment consommateur (poulet élaborés) avec 22% des volumes, suivi par les SRC (19%) et la restauration scolaire (11%)

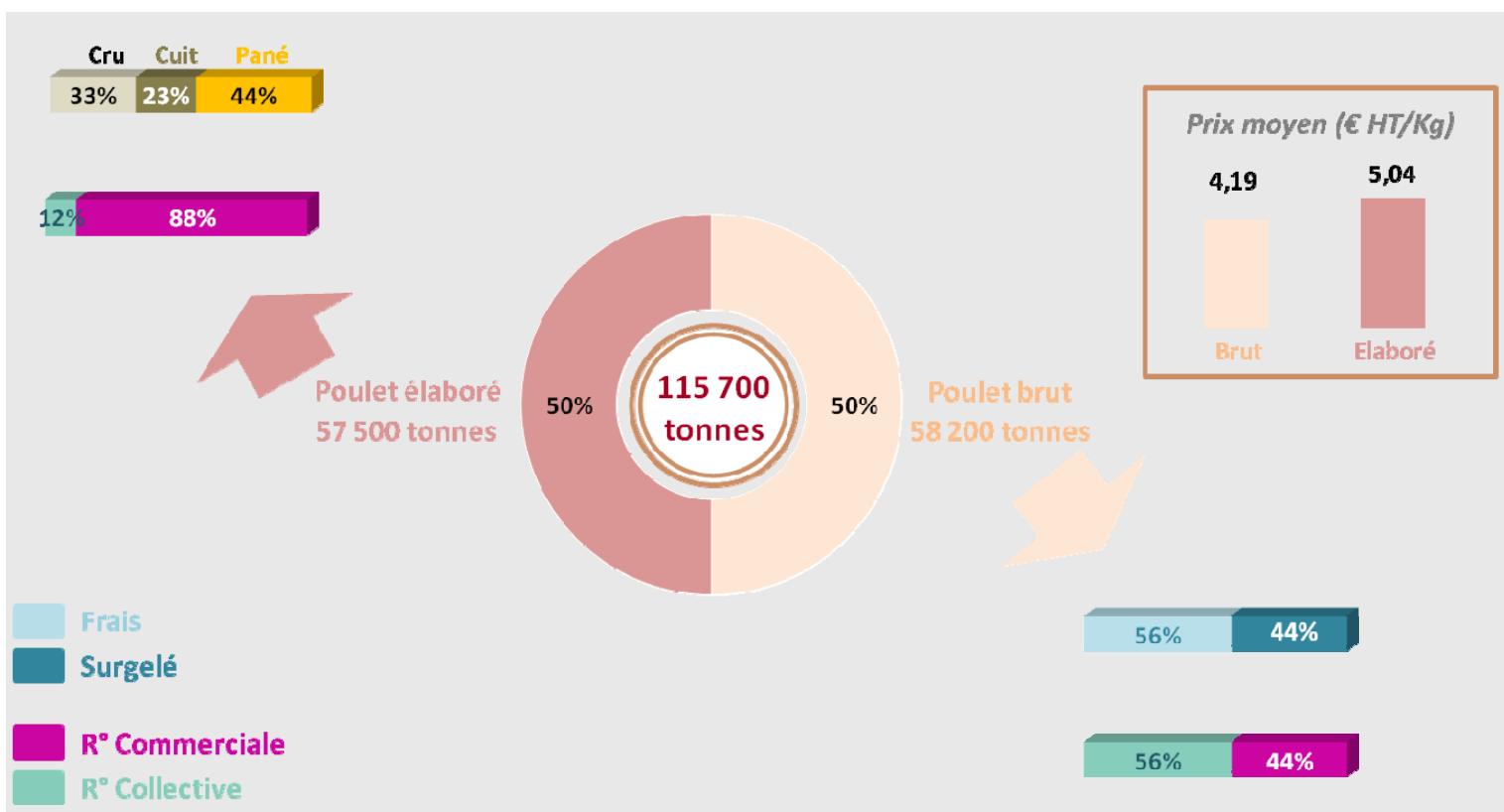
Le poulet en RHF

115 700 tonnes

534 millions € HT

50% d'élaboré

- Les achats de **poulet** en RHF sont évalués à **115 700 tonnes**, pour **534 millions € HT**
- **66% des volumes sont achetés par la restauration commerciale**, et 34% par la restauration collective
- **Les achats sont équilibrés entre poulet brut et poulet élaboré**
- La restauration commerciale représente le principal débouché du poulet élaboré (88%, avec une domination des produits panés), tandis que le poulet brut est majoritairement acheté frais (56%) et par la restauration collective (56%)
- **Les découpes de poulet concentrent les ¾ des volumes de poulet brut** achetés, les poulets entiers sont davantage privilégiés par la restauration commerciale



- La majorité des volumes de poulet élaboré est achetée par le segment fast-food hamburger
- 3 segments concentrent près de la moitié des volumes de poulet brut achetés: les SRC (23% des volumes), la restauration traditionnelle (13%) et la restauration scolaire (13%)

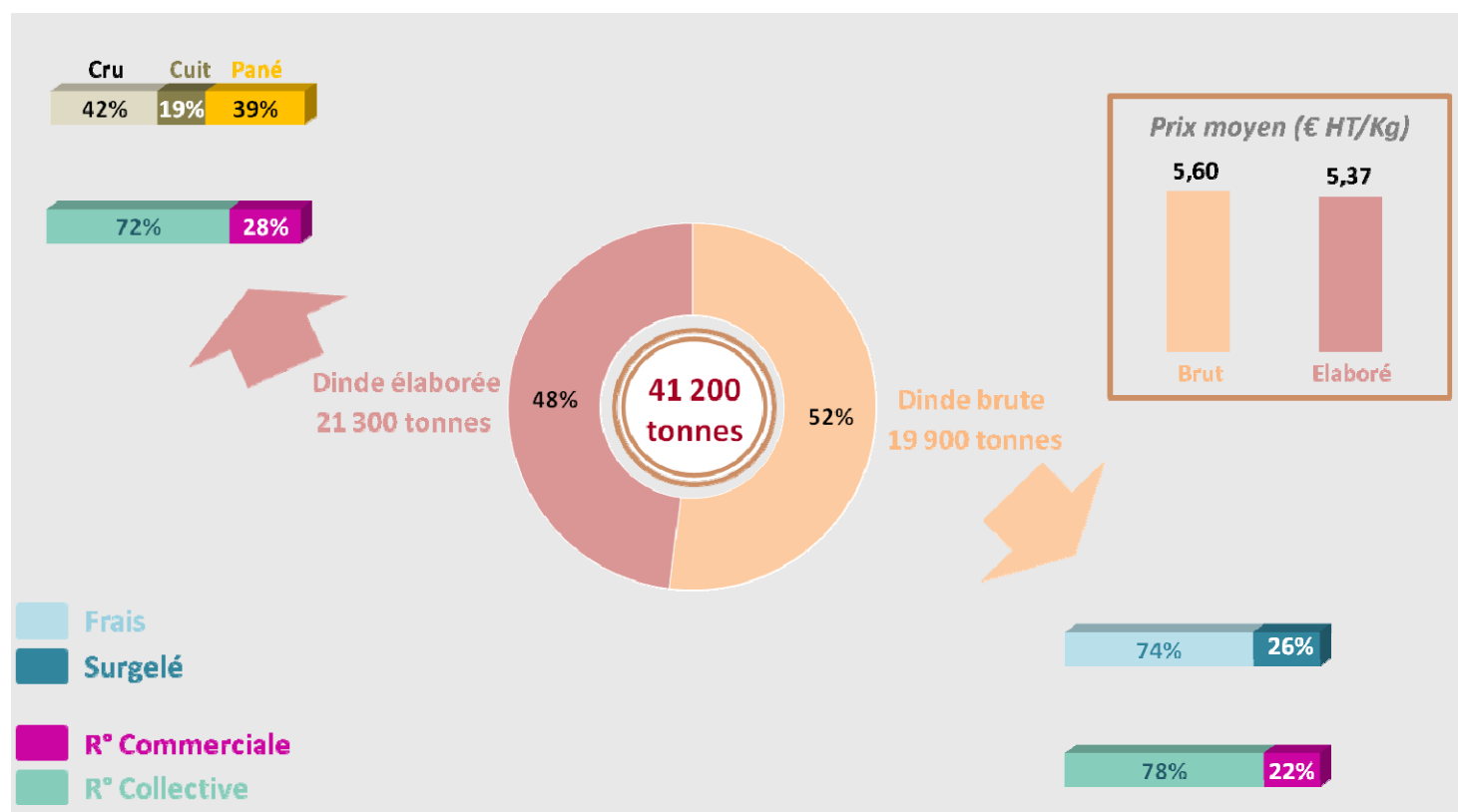
La dinde en RHF

41 200 tonnes

226 millions € HT

48% d'élaboré

- Les achats de **dinde** en RHF représentent **41 200 tonnes** pour **226 millions € HT**
- **75% des volumes sont achetés par la restauration collective**, et 25% par la restauration commerciale
- **Les achats sont équilibrés entre dinde brute (52%) et dinde élaborée (48%)**
- La restauration collective représente le principal débouché de la dinde élaborée (72%) et de la dinde brute (78%), essentiellement achetée fraîche (74%)
- Les **découps de dinde** concentrent la **quasi-totalité des volumes** de dinde brute achetés, les achats de dindes entières étant marginaux



- 3 segments concentrent près des 2/3 des volumes de dinde brute achetés: les SRC (29% des volumes), la restauration scolaire (21%) et le secteur social (13%)

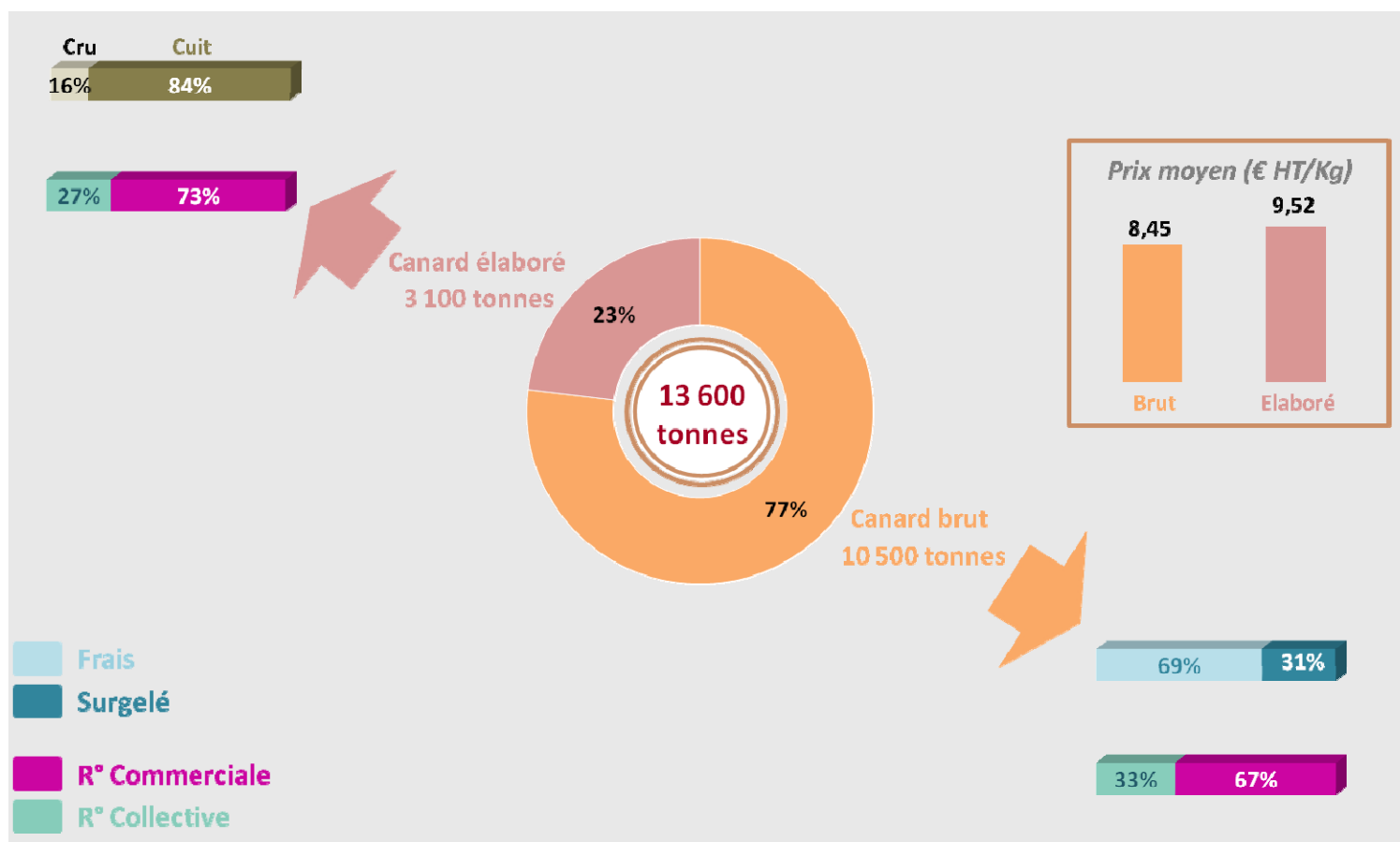
Le canard en RHF

13 600 tonnes

118 mios € HT

23% d'élaboré

- Les achats de **canard** en RHF sont évalués à **13 600 tonnes** pour **118 millions € HT**
- **68% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 32% par la restauration collective
- **Le canard brut représente plus des ¾ des volumes achetés**, dont les 2/3 en restauration commerciale, essentiellement frais (69%)
- **Les découpes sans os de type magret sont privilégiées**, les achats de canards entiers étant marginaux
- **La restauration commerciale est également le principal débouché du canard élaboré**, avec un poids très important des produits élaborés cuits (84%) en raison de l'importance de l'offre en confit de canard en restauration avec service à table



- 3 segments concentrent plus de la moitié des volumes de canard brut achetés: la restauration traditionnelle (30% des volumes), la restauration d'hôtel (16%) et les SRC (12%)

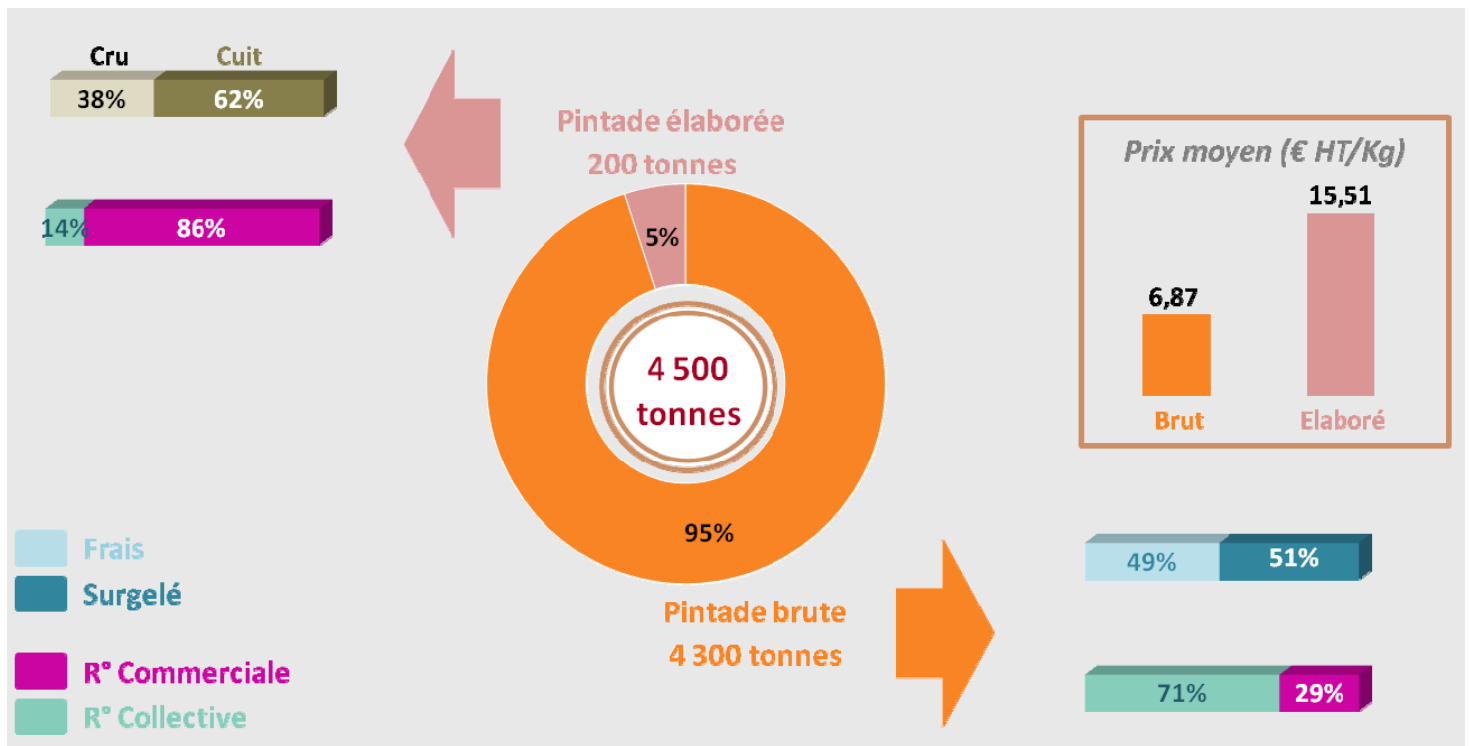
La pintade en RHF

4 500 tonnes

33 mios € HT

5% d'élaboré

- Les achats de **pintade** en RHF sont évalués à **4 500 tonnes** pour **33 millions € HT**
- **68% des volumes** sont achetés par la **restauration collective**, et 32% par la restauration commerciale
- Un **recours équilibré entre produits frais et surgelés** pour la **pintade brute** qui représente **95% des volumes**
- Les découpes représentent 4/5 des achats de pintades brutes, essentiellement avec os
- Les achats de produits élaborés de pintade restent limités et centrés sur la restauration commerciale (86%)



- 3 segments concentrent plus de la moitié des volumes de pintade brute achetés: les SRC (23% des volumes), le secteur social (23%) et la restauration traditionnelle (13%)
- Un différentiel de prix important entre pintade brute et les produits élaborés de pintade

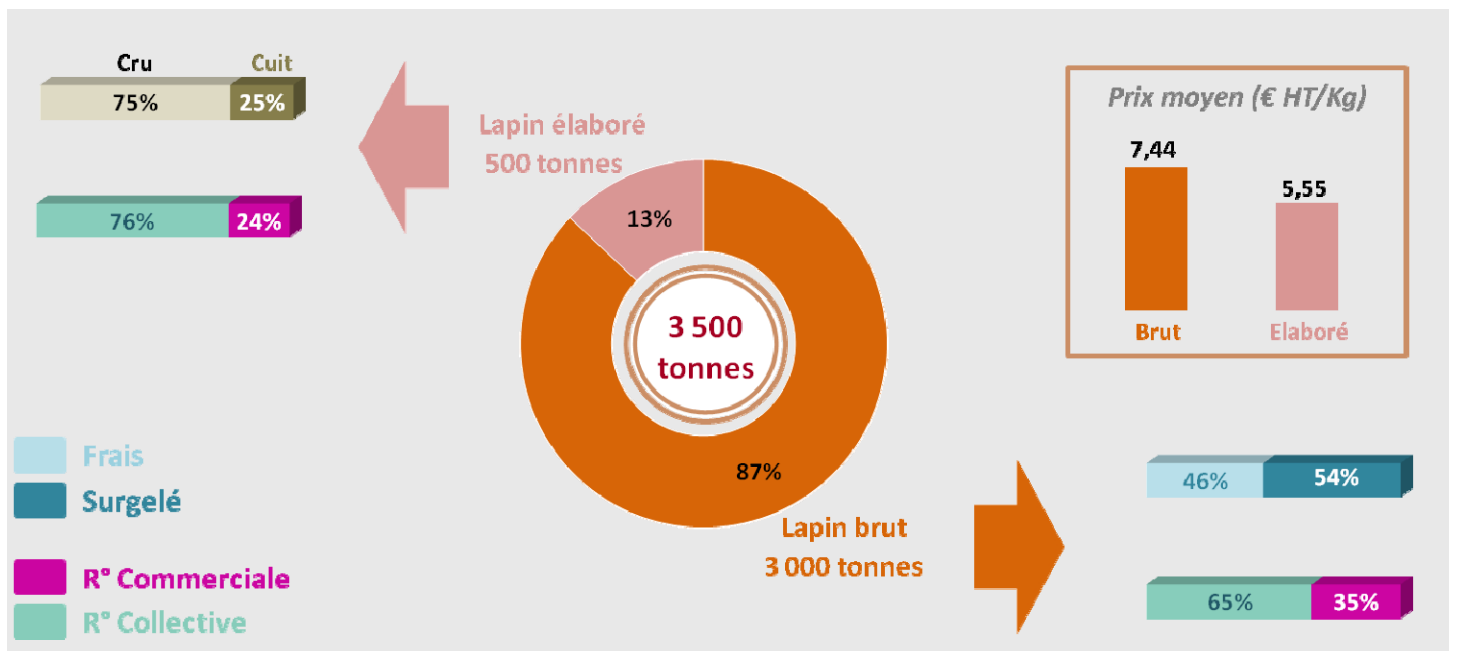
Le lapin en RHF

3 500 tonnes

25 mios € HT

13% d'élaboré

- Les achats de **lapin** en RHF sont évalués à **3 500 tonnes** pour **25 millions € HT**
- **67% des volumes** sont achetés par la **restauration collective**, et 33% par la restauration commerciale
- **Le lapin brut concentre 87% des volumes**, majoritairement surgelé (54%) et découpé (84%)
- Les achats de produits élaborés de lapin sont limités et centrés sur la restauration collective (76%) et les produits cru (75%)



- 3 segments concentrent plus de la moitié des volumes de lapin brut achetés: la restauration traditionnelle (20% des volumes), les SRC (19%), le secteur social (17%)

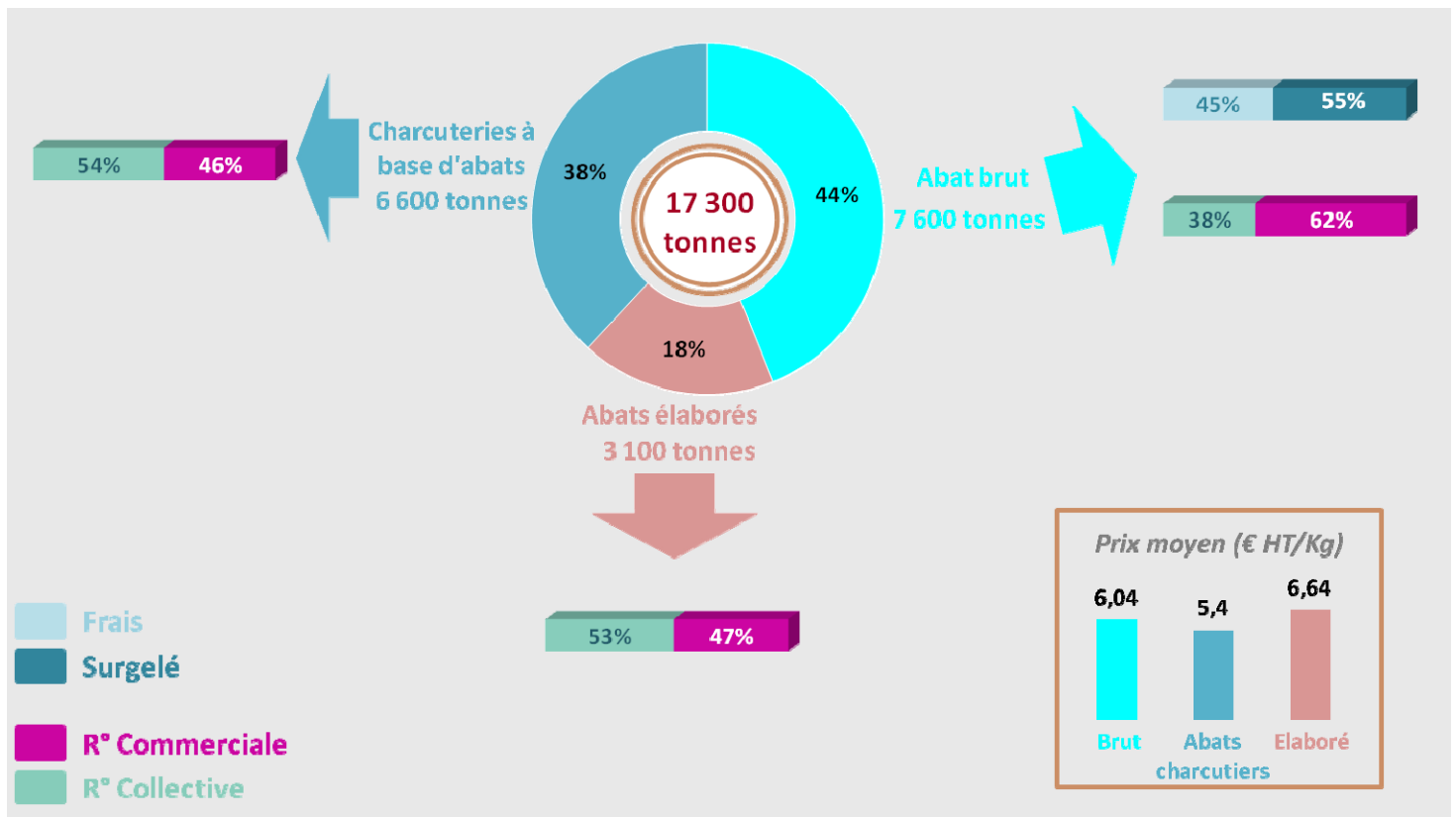
Les abats en RHF

17 300 tonnes

102 mios € HT

18% d'élaboré

- Les achats d'**abats** en RHF sont évalués à **17 300 tonnes** pour **102 millions € HT**
- **57% des volumes** sont achetés par la **restauration commerciale**, et 43% par la restauration collective
- **Les abats bruts concentrent 44% des volumes, et sont à 55% surgelés**
- **Les abats frais sont l'apanage de la restauration commerciale à table**, alors que les abats surgelés et élaborés répondent aux besoins des établissements dont l'offre est plus occasionnelle
- Les **abats élaborés** représentent **18% des volumes, dont 53% sont consommés en restauration collective**, qui privilégie les abats surgelés et les abats élaborés
- Les **charcuteries à base d'abats** concentrent **38% des volumes**, dont la majorité est consommée en restauration collective



- La restauration traditionnelle concentre 63% des achats d'abats bruts frais
- Les abats bruts surgelés sont essentiellement achetés par les SRC (à hauteur de 42%) et la restauration traditionnelle (19%)
- Des débouchés plus équilibrés entre restauration collective et commerciale pour les abats élaborés: 29% sont achetés par les SRC, 17% par la restauration d'hôtel et 16% par la restauration traditionnelle

Une érosion généralisée des grammages

- **Recherche d'une maîtrise du coût portion**

=> mode de service modifié en collectivité où les produits d'accompagnement sont mis en avant par rapport aux produits protidiques

=> simplification des cartes avec une offre moins large en restauration commerciale

=> fréquence de proposition moindre en collectivité

=> lutte contre le gaspillage alimentaire et réduction des quantités dans l'assiette

=> qualité privilégiée au détriment de la quantité

- **Développement de la restauration rapide au détriment de la restauration à table**

Des mouvements de consommation

- **Recul des viandes et volailles brutes au profit des produits élaborés**, notamment cuits en restauration collective

- **Croissance des volailles brutes** au détriment des viandes de boucherie brutes

- **Au sein des volailles:**

- **augmentation des achats de poulet au détriment de la dinde**, dont les prix ont fortement augmenté
- les volailles surgelées prennent des parts de marché aux volailles fraîches, notamment auprès de la restauration structurée

- **Au sein des viandes de boucherie:**

- **croissance des achats de bœuf haché** en raison de l'essor de l'offre burger, au détriment du bœuf brut
- les viandes fraîches brutes résistent mieux que les produits surgelés
- la consommation de bœuf brut se maintient grâce à une offre très présente en restauration commerciale

- **Recul des achats de charcuteries et salaisons**, notamment en collectivités, seuls les lardons/poitrines progressent grâce à une utilisation accrue de ce produit-ingrédient dans les préparations

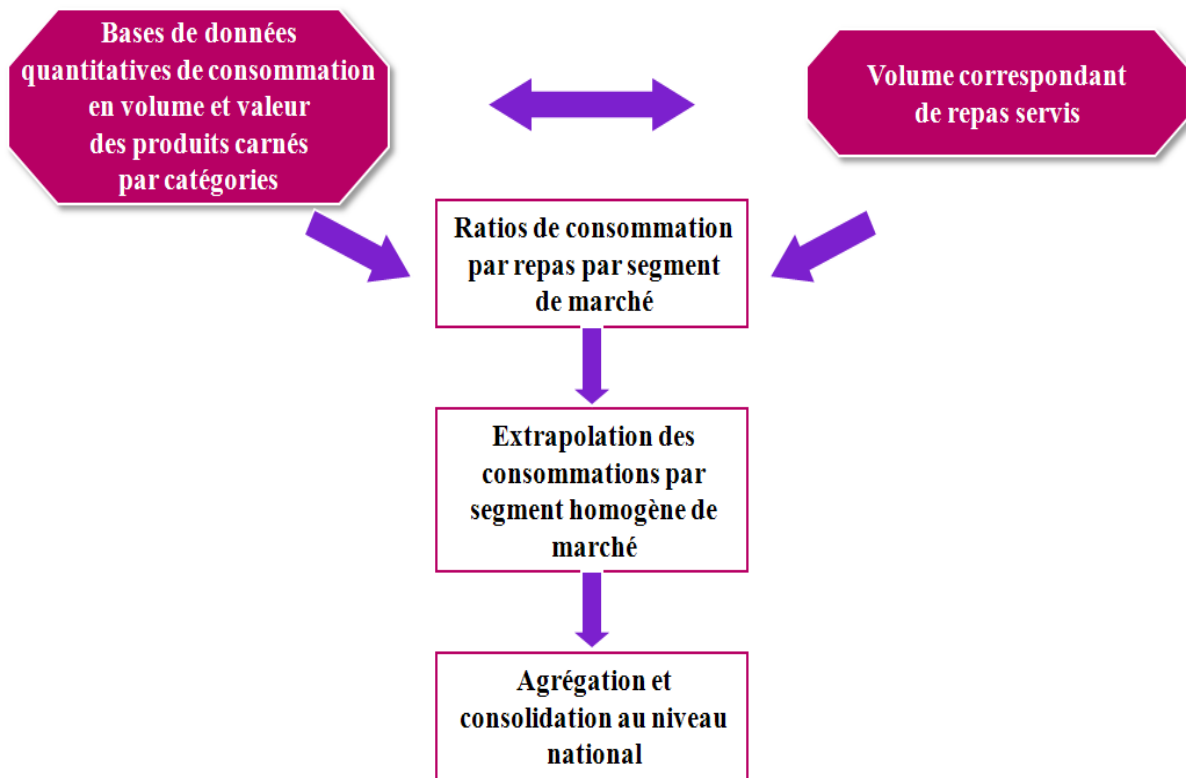
Méthodologie

Recueil des données

Une **triple approche de recueil de données** recouvrant l'ensemble des grands marchés de la restauration a été utilisée:

- **Distributeurs:** base de données issues de distributeurs spécialisés dans l'approvisionnement des restaurateurs
 - **Grands Comptes de la restauration:** base de données issues des groupes de restauration
 - **Structures de restauration indépendantes:** enquêtes téléphoniques auprès de la restauration commerciale indépendante et base de données issues de structures de collectivités en gestion directe
- Une analyse **restaurateurs** qui a porté sur **plus du 1/3 de l'ensemble des repas servis en RHF**, soit une base de **plus de 2 mrds de repas**
- Une analyse **distributeurs** qui a porté sur **1 850 millions € HT de ventes de produits carnés par la RHF (51%)**
- Une **couverture** de près de **100 %** de la **restauration structurée**
- Une **couverture** proche de **60%** pour l'ensemble de la **restauration indépendante**

Méthode d'évaluation: schéma d'extrapolation et de consolidation du marché





Les ÉTUDES de FranceAgriMer / Les achats de produits carnés en restauration hors foyer en France /
Directeur de la publication : Éric Allain / Rédaction : GIRA FOODSERVICE /
Direction Marchés, études et prospective / édition 2016 photos libres de droits Pixabay
12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
tél. : +33 1 73 30 30 00 / fax : +33 1 73 30 30 30
© FranceAgriMer 2015 / www.franceagrimer.fr / www.agriculture.gouv.fr