

# Les légumes transformés en Restauration Hors Foyer

*Données Année 2013  
Éléments de Synthèse*



GIRA  
FOODSERVICE

## Objectifs de l'étude

### ➤ Quantifier les achats de légumes en conserve et surgelés réalisés par les structures de restauration en France en 2013

- quantification en volume et en valeur
- sur la base d'une segmentation précise du marché de la restauration
- à partir d'une nomenclature définie de produits

### ➤ Les unités quantitatives utilisées

➤ légumes en conserve



Tonnes 1/2 brut

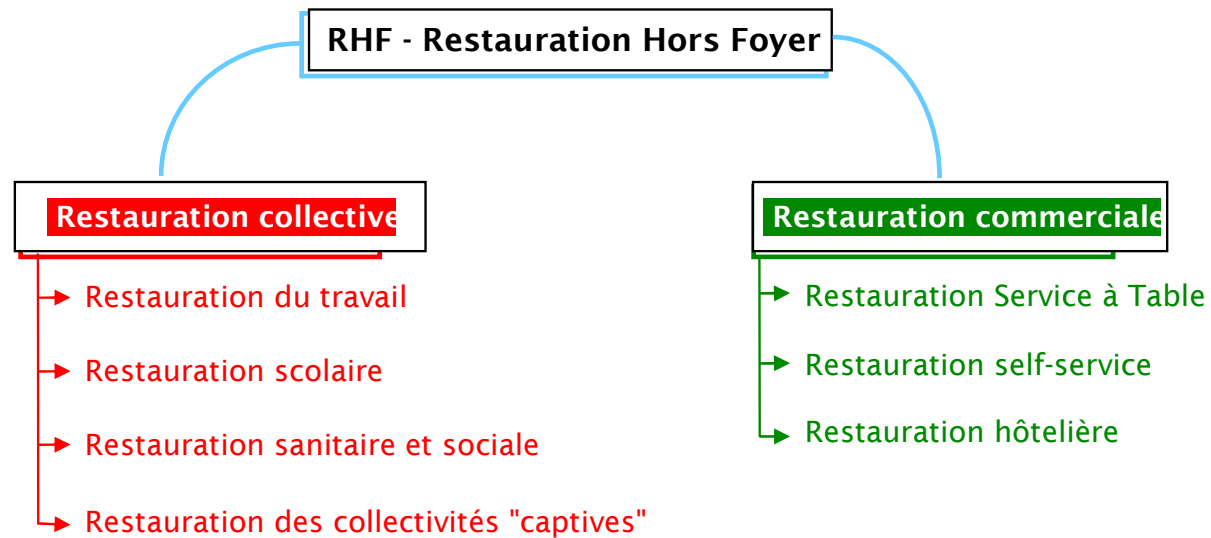
➤ légumes surgelés



Tonnes

# Architecture de la Restauration Hors Foyer

## analysé





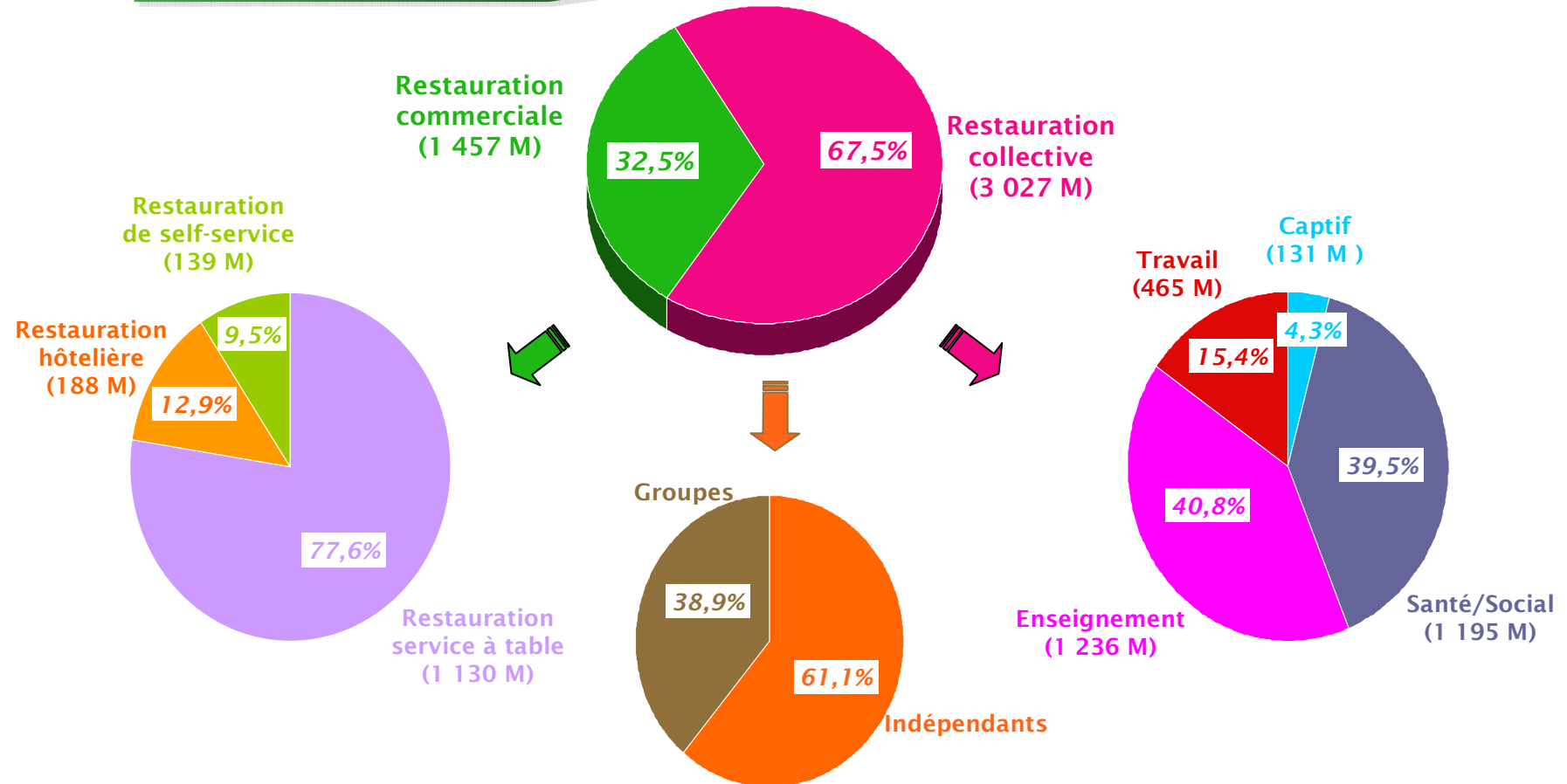
# La Restauration



# La Restauration en 2013

(M= millions de repas)

Volume de repas: 4 484 M

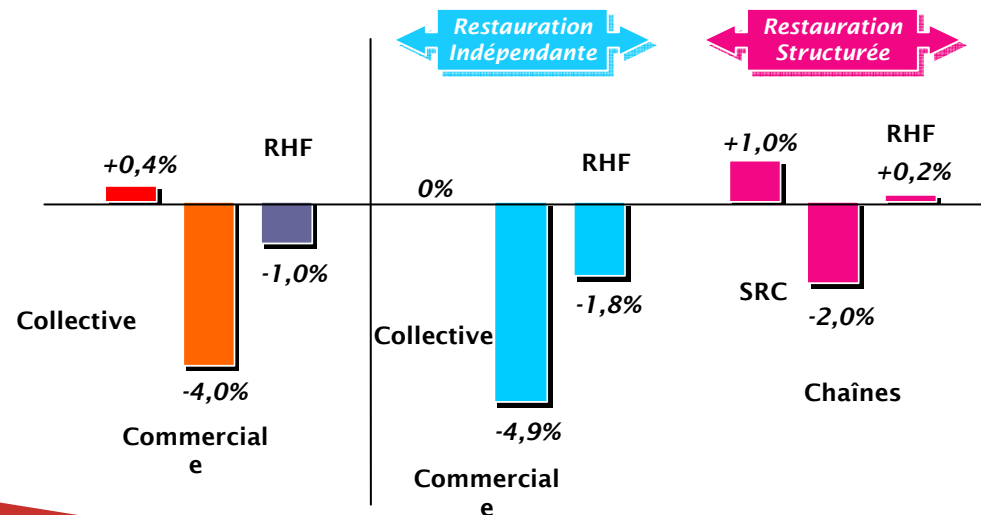


☞ Restauration indépendante : 67% → 976 M de repas  
 ☞ Groupes de Restauration : 33% → 481 M de repas

☞ Collectivités en autogestion: 58% → 1 765 M de repas  
 ☞ Sociétés de restauration collective : 42% → 1 262 M de repas

# Les indicateurs de l'ensemble de la restauration entre 2012 et 2013

△  
2013/2012  
Fréquentation



## Les Tendances remarquables

### Restauration Collective

- Un marché résistant : débouché solide pour les légumes transformés
- Stabilisation de la restauration en gestion directe et croissance de 1% des sociétés de restauration collective

### Restauration Commerciale

- la restauration commerciale perd 4% de sa clientèle
- La restauration commerciale indépendante : baisse de fréquentation de près de 5%
- Dégradation de l'activité des chaînes avec une fréquentation en baisse de -2%

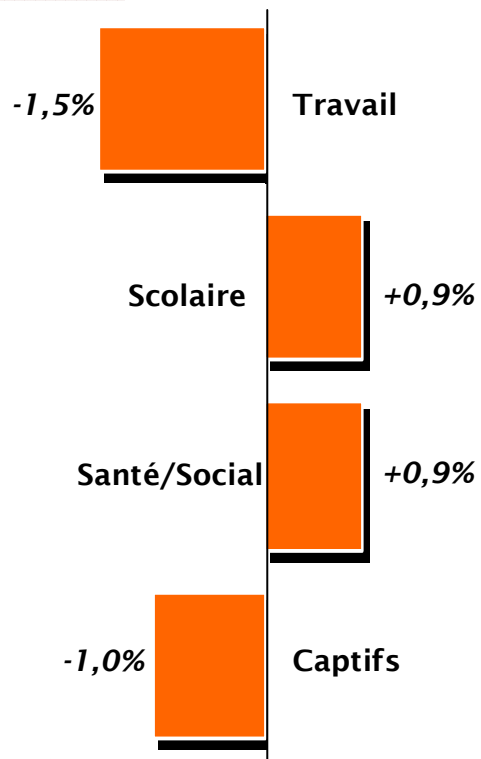


L'ensemble du marché se solde par une baisse de la fréquentation de -1% (-47 M de repas)

Contraction significative de l'activité des structures indépendantes et des groupes de restauration qui stagnent en termes de fréquentation

## Les indicateurs de la restauration collective entre 2012 et 2013

Δ 2013/2012  
Fréquentation



### Collectivités

- Détérioration du niveau de l'emploi
- Contraction du parc de restaurants
- Augmentation des taux de fréquentation
- Développement d'une offre diversifiée et de concepts de restauration rapide

- Effectifs scolaires à la hausse, progression des taux d'inscription à la ½ pension
- Baisse de la Restauration universitaire
- Hausse de l'activité des Cuisines Centrales

- Activité restauration stable en Santé
- Tendance achats de produits finis surgelés (plats cuisinés)
- Social : + 10 M de repas. Dynamique du portage à domicile qui profite aux Cuisines Centrales

- Baisse de l'activité des Armées en partie compensée par les prisons

Un marché qui se solde par le gain de 13 millions de repas

## Les indicateurs de la restauration commerciale entre 2012 et 2013

Δ 2013/2012  
Fréquentation

### Restauration commerciale

-3,6%

Service à table

- Crise de fréquentation
- Activité du soir particulièrement pénalisée
- Seules les chaînes affichent un résultat positif
- Dépense moyenne par repas qui progresse (+2%)

-5,4%

Self services

- Secteur structurellement à la baisse
- Diversification des grands acteurs du marché vers de nouveaux sites d'implantation (autoroutes) et de nouveaux concepts (Restauration rapide et à emporter)
- Création de Cuisines centrales nouvelles générations

-5,2%

Hôtellerie

- Recul significatif du marché. Baisse du nombre de nuitées, de la clientèle d'affaires.
- Des chaînes qui résistent mieux

Un marché en retrait sur tous les segments qui se solde par la perte de près de 60 M de clients.

La restauration rapide, bien que positive, voit sa croissance s'essouffler significativement + 4 M de repas entre 2012 et 2013 ( vs. +de 30 M 2012/2011)

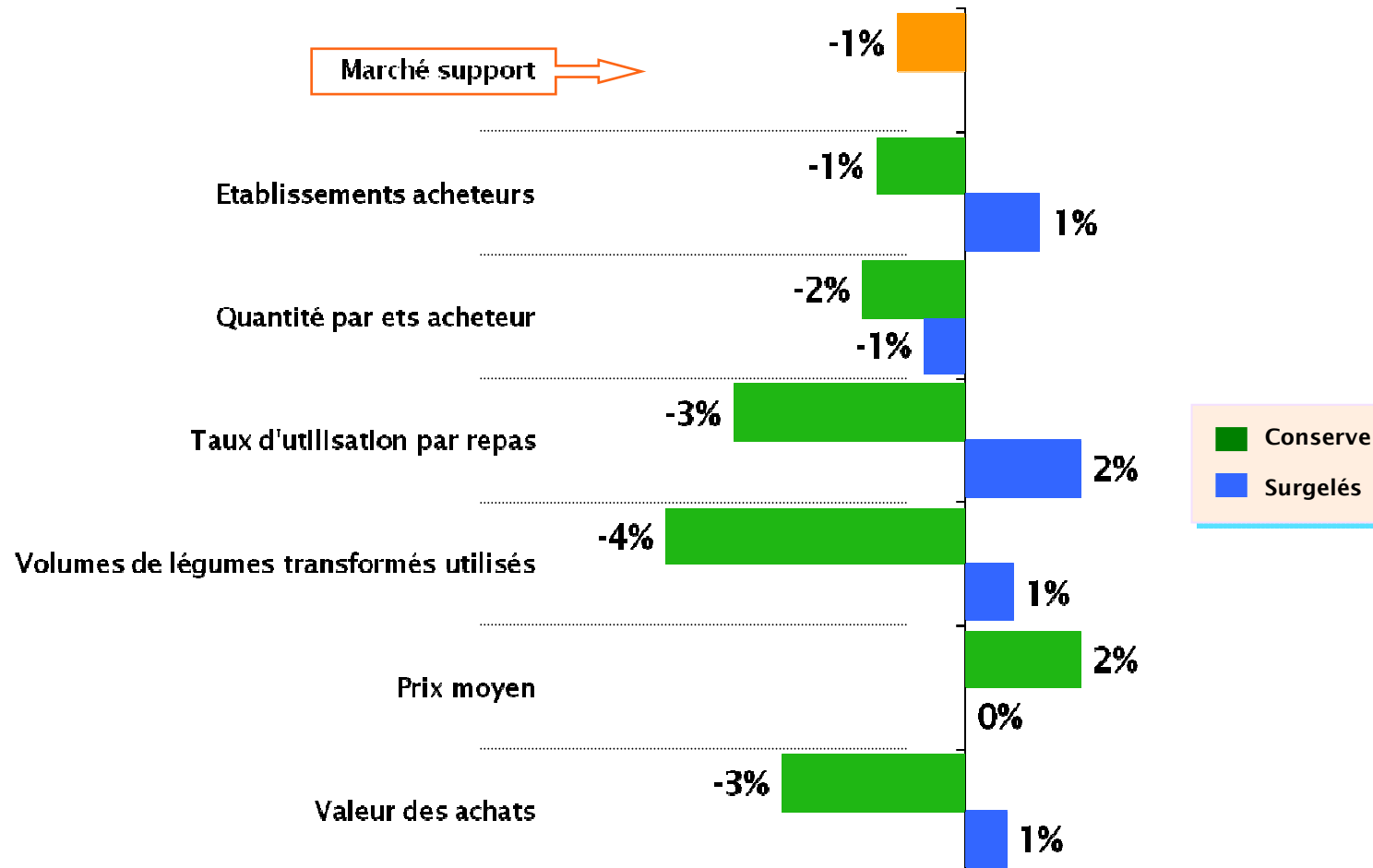




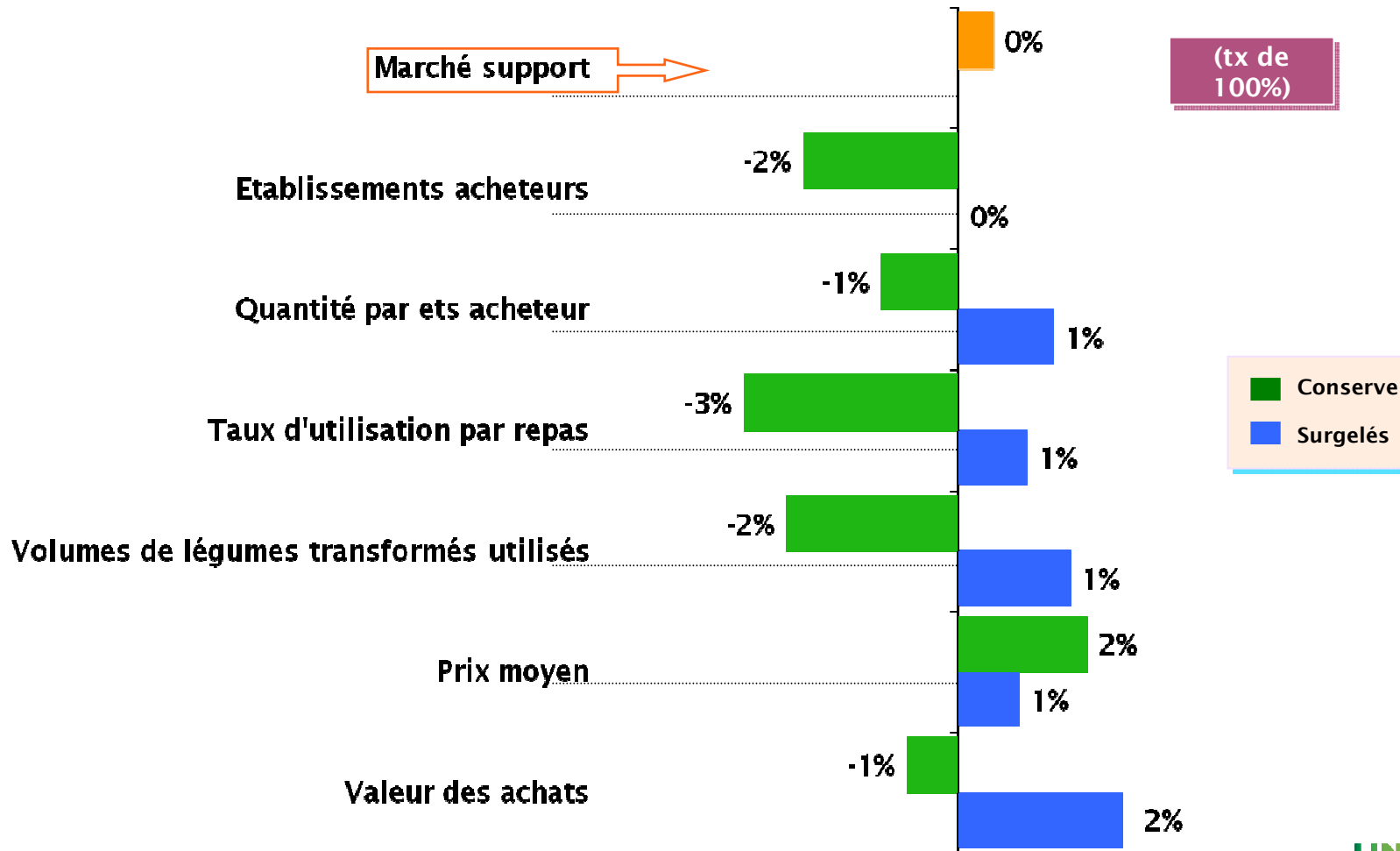
# Les légumes transformés en restauration

## *Année 2013*

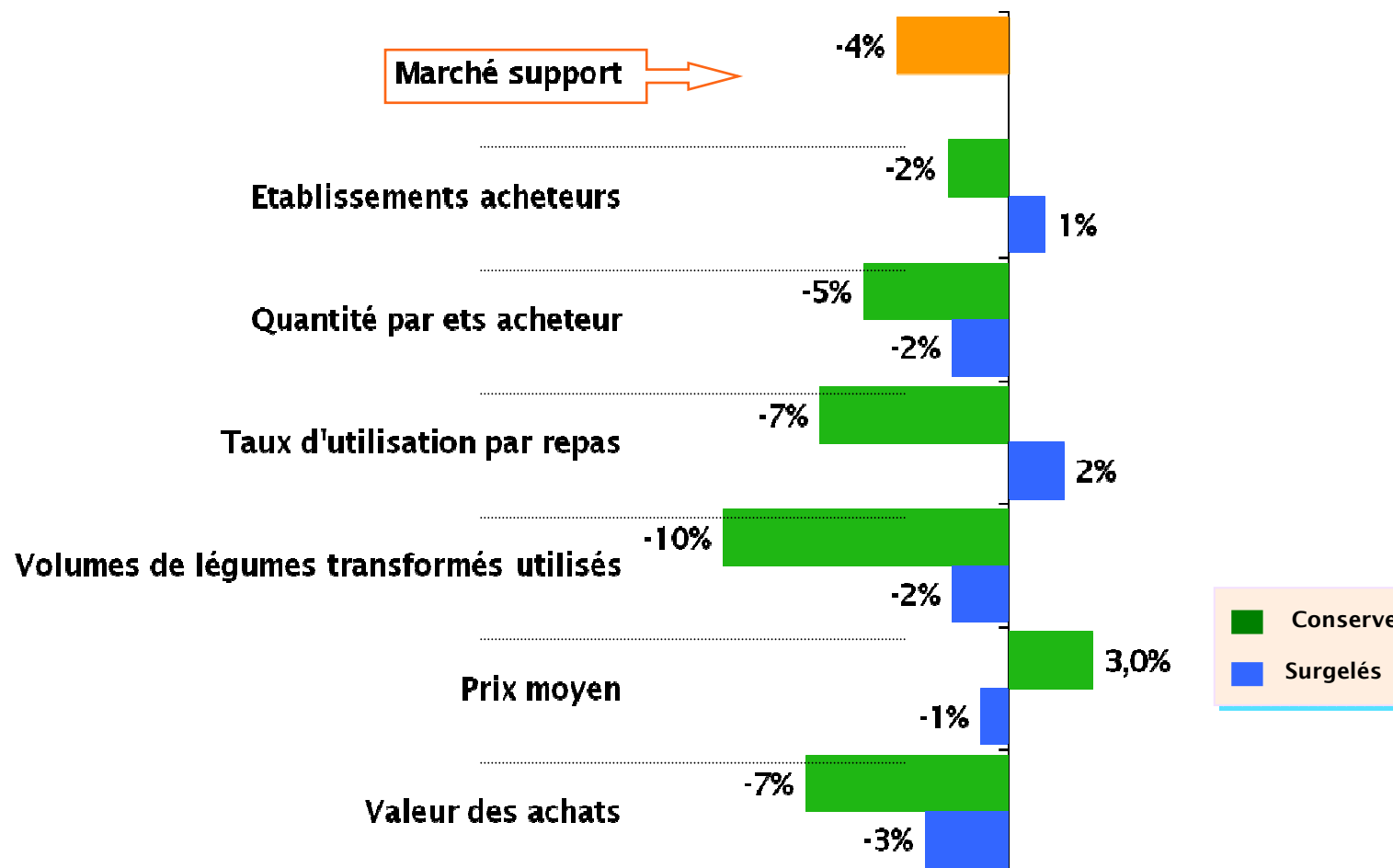
## Les indicateurs du marché



## Les indicateurs du marché en Collectivités



## Les indicateurs du marché en Restauration Commerciale





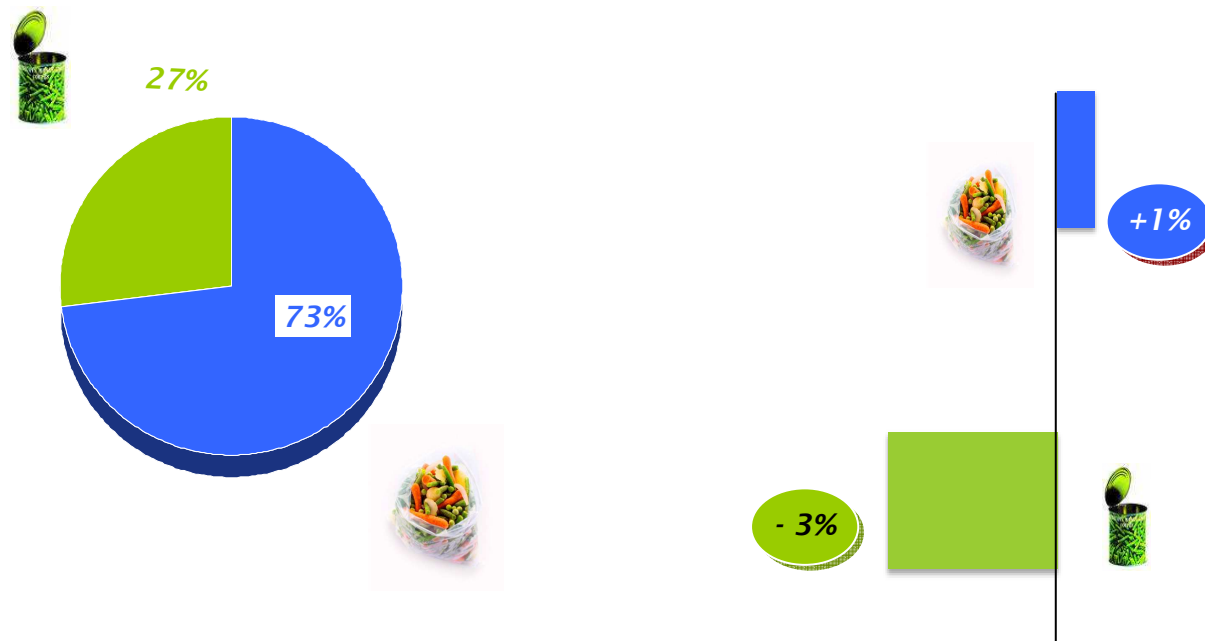
*Marché des légumes transformés en valeur  
- Année 2013 -*

## Les achats de la RHF en légumes transformés

Valeur totale des achats

480 millions € HT

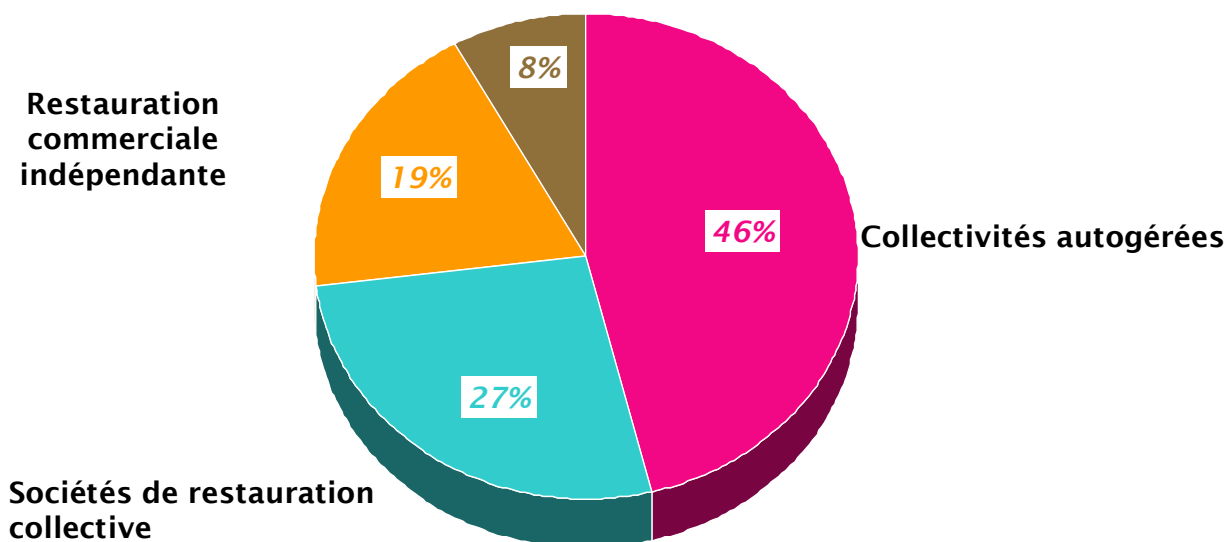
stable vs 2012



une dépense annuelle moyenne de 3 220 € par établissement

## Les achats de légumes transformés en fonction du mode de gestion des structures

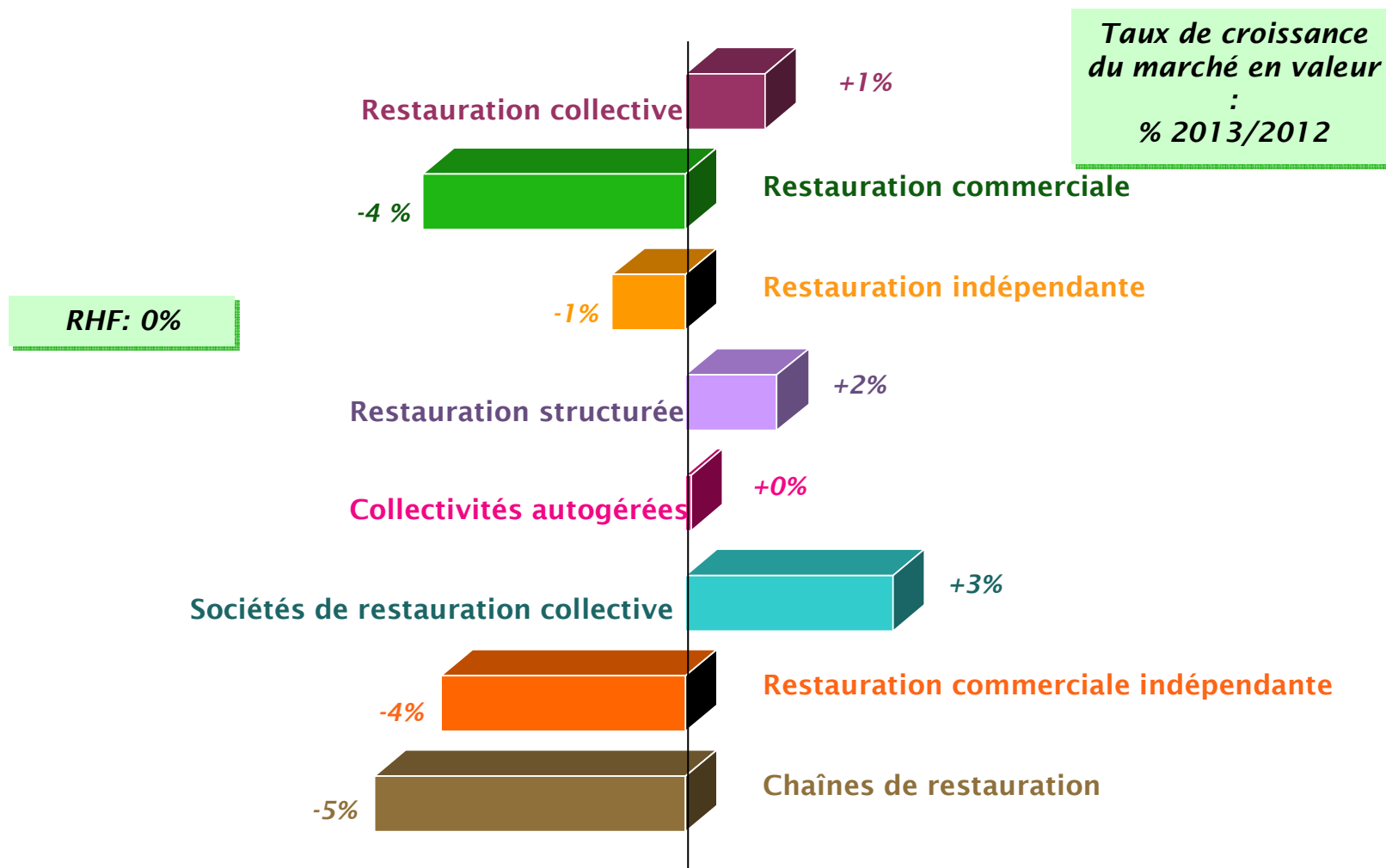
### Groupes et chaînes de restaurants



↪ 73% de la valeur en restauration de collectivités

↪ La restauration indépendante : 65% des achats de légumes transformés

## Evolution des achats de légumes transformés par grands marchés



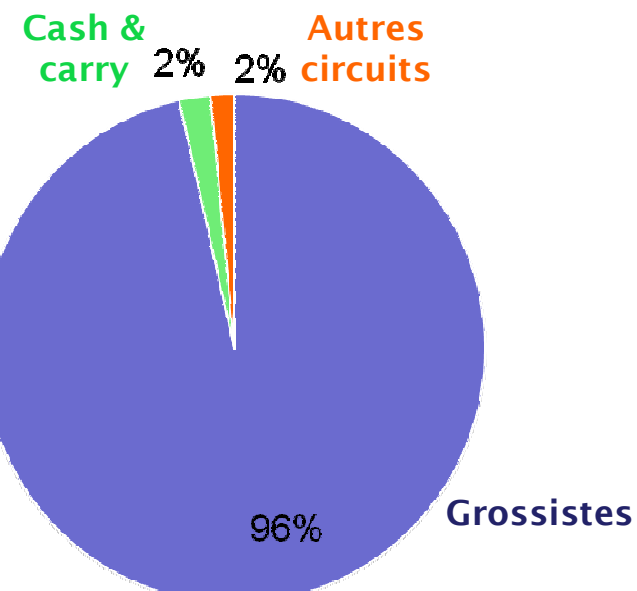
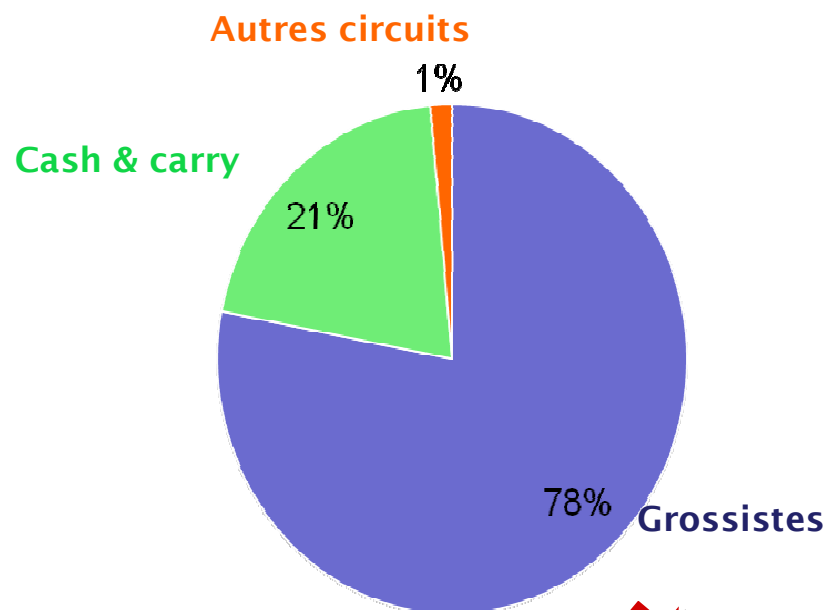


## Circuits de distribution des légumes transformés en 2013

### Légumes en conserve

(% CA)

### Légumes surgelés

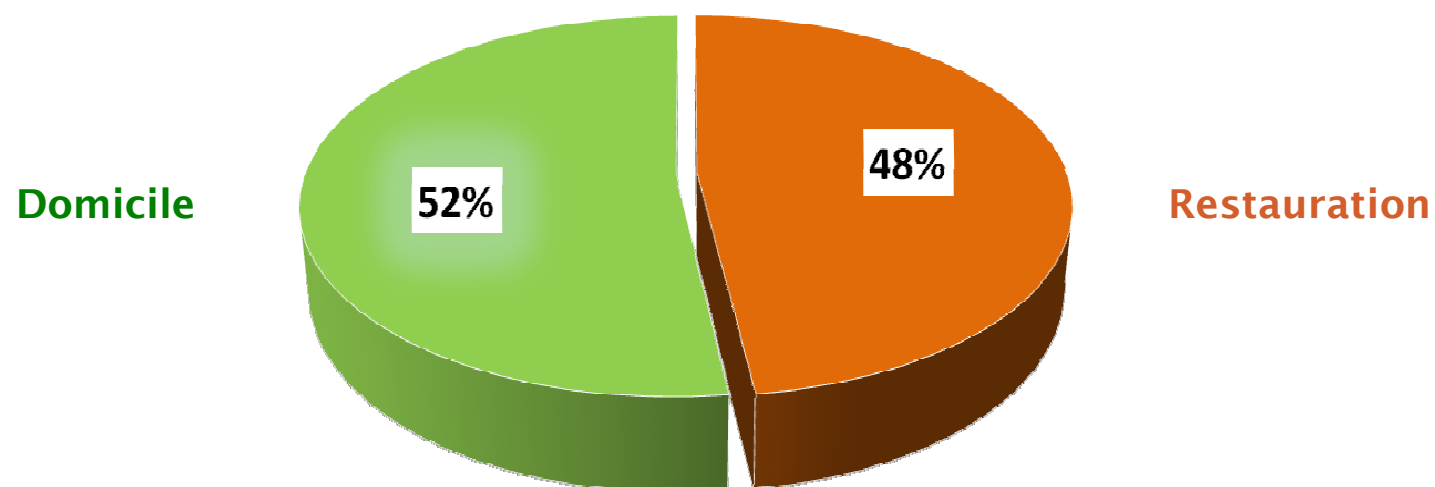


Approvisionnement RHF  
Les grossistes = 91%  
Les Cash & Carry = 7%



# *Les Légumes Surgelés*

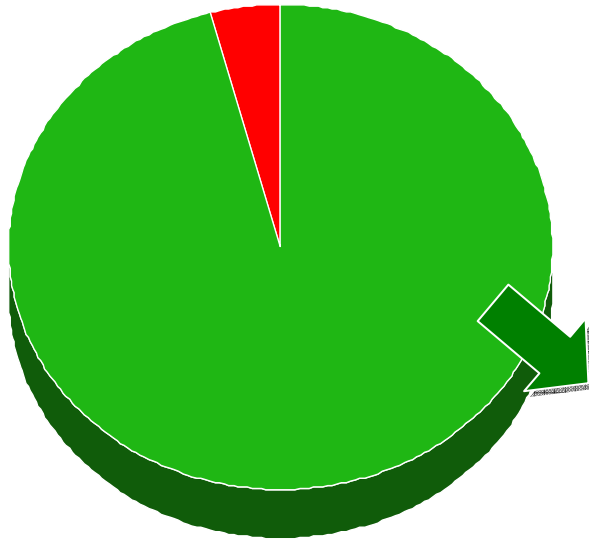
La consommation française totale de légumes surgelés en 2013



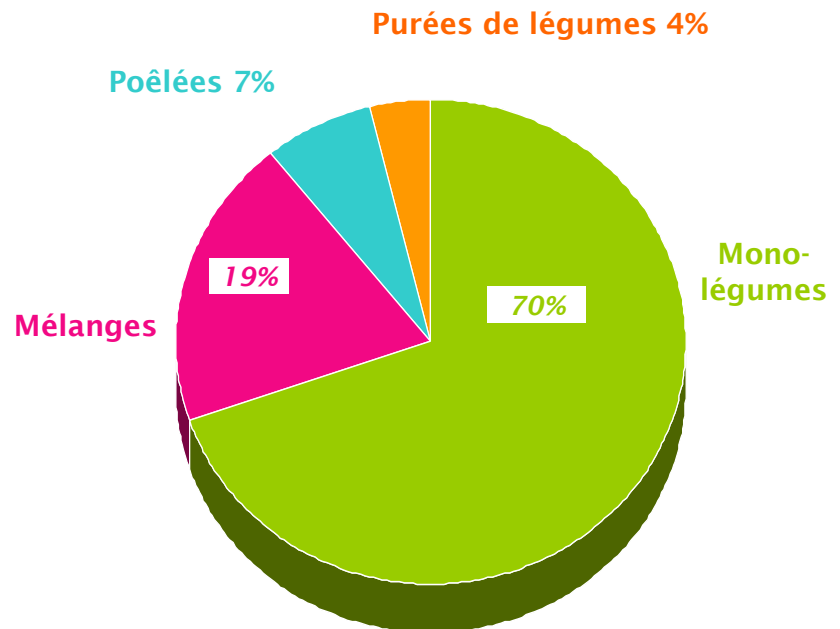
Source KANTAR + GIRA / Unilet

## les légumes surgelés en 2013

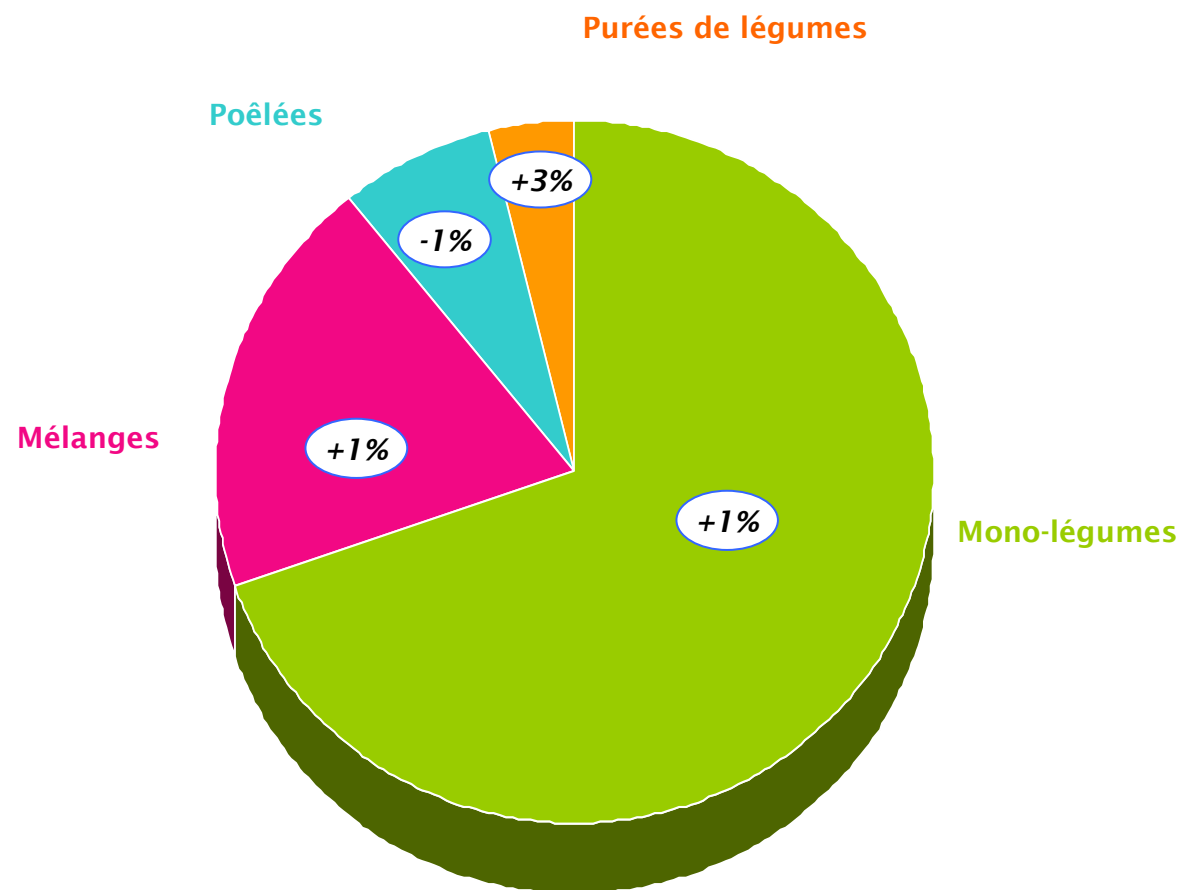
Tomates & champignons 4%



Légumes surgelés 96%



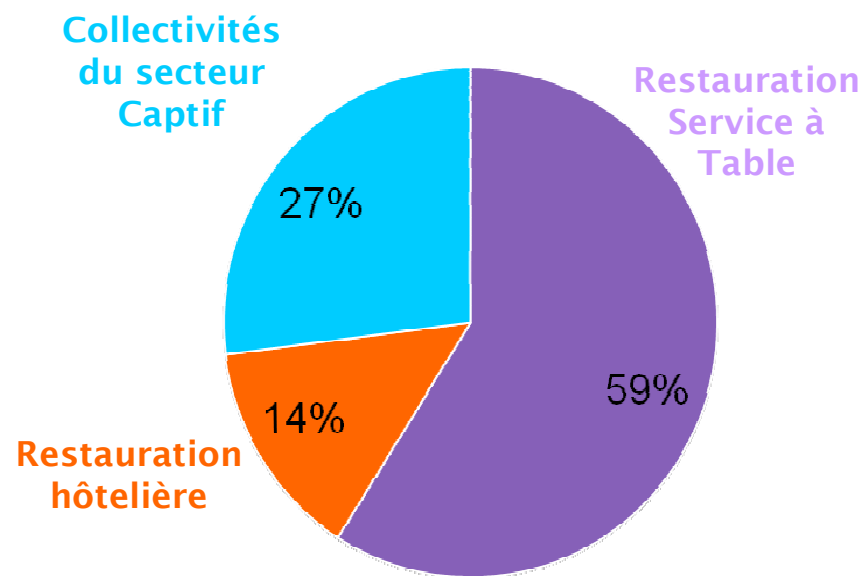
## Evolution des achats de légumes surgelés entre 2012 et 2013 par grandes familles de produits



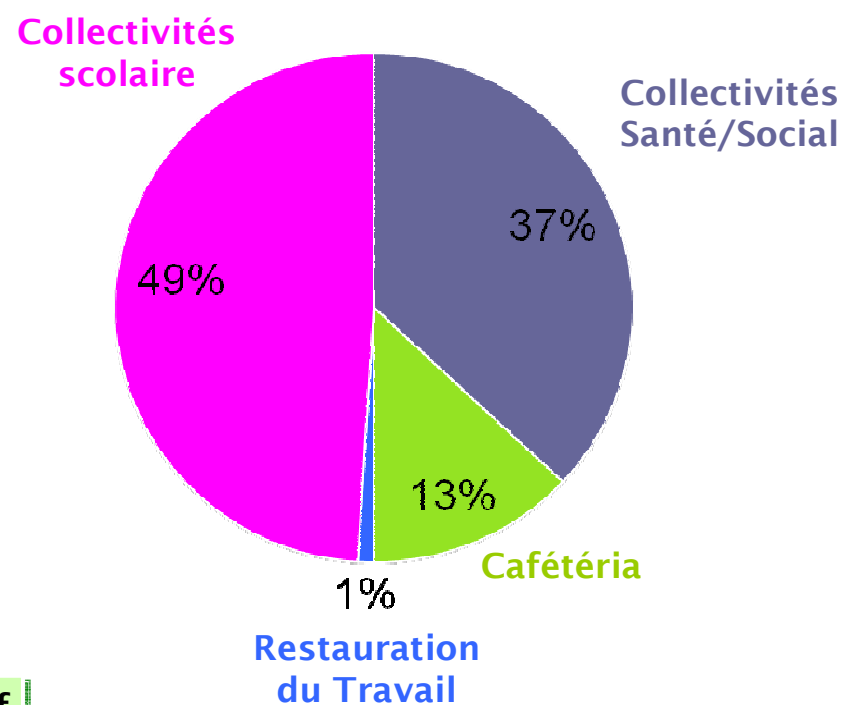
# Légumes surgelés

## Les secteurs en progression et en retrait entre 2012 et 2013

Secteurs en retrait



Secteurs en progression

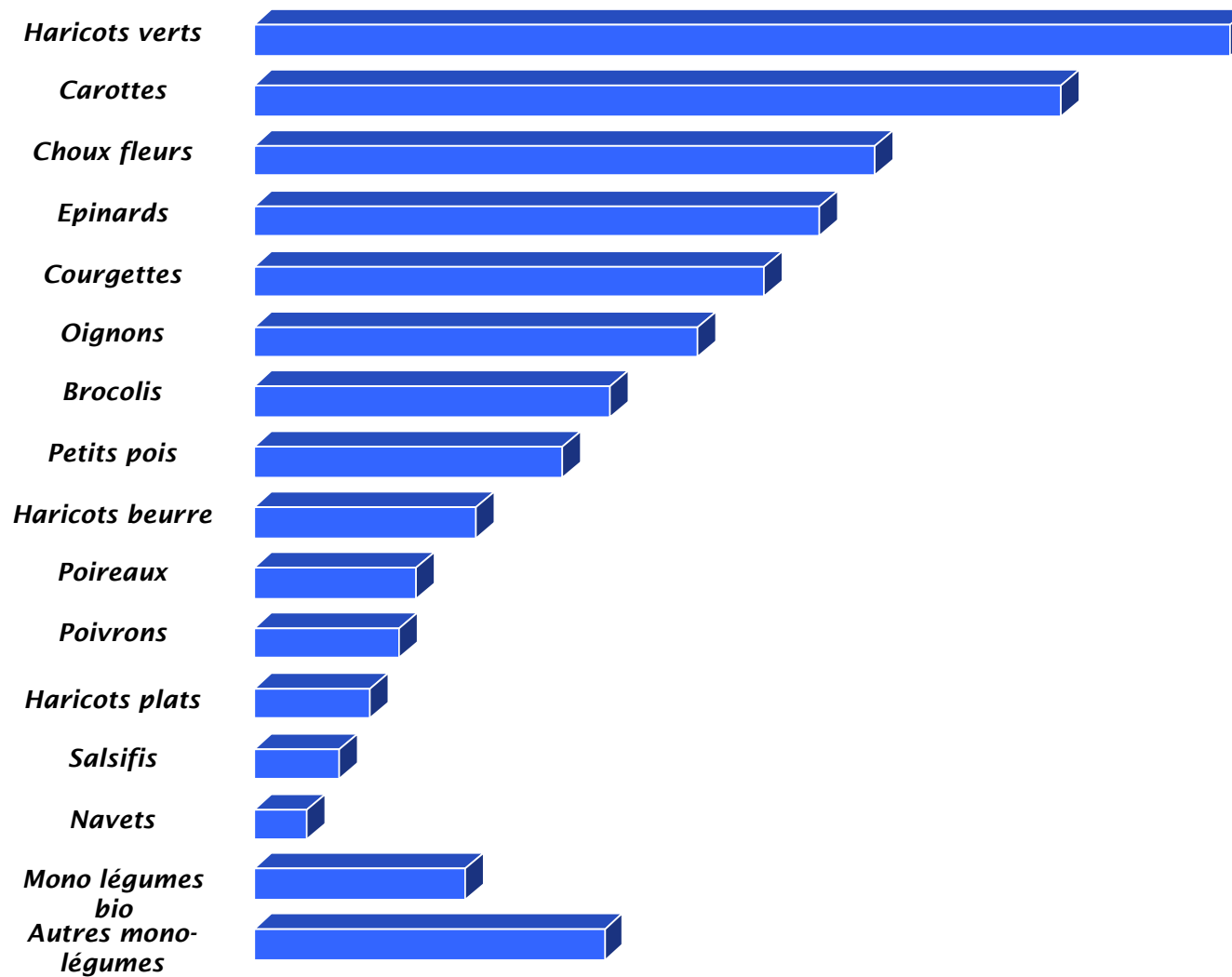


Un solde positif



## *Les Mono-légumes surgelés*

## Les achats de mono-légumes surgelés en 2013

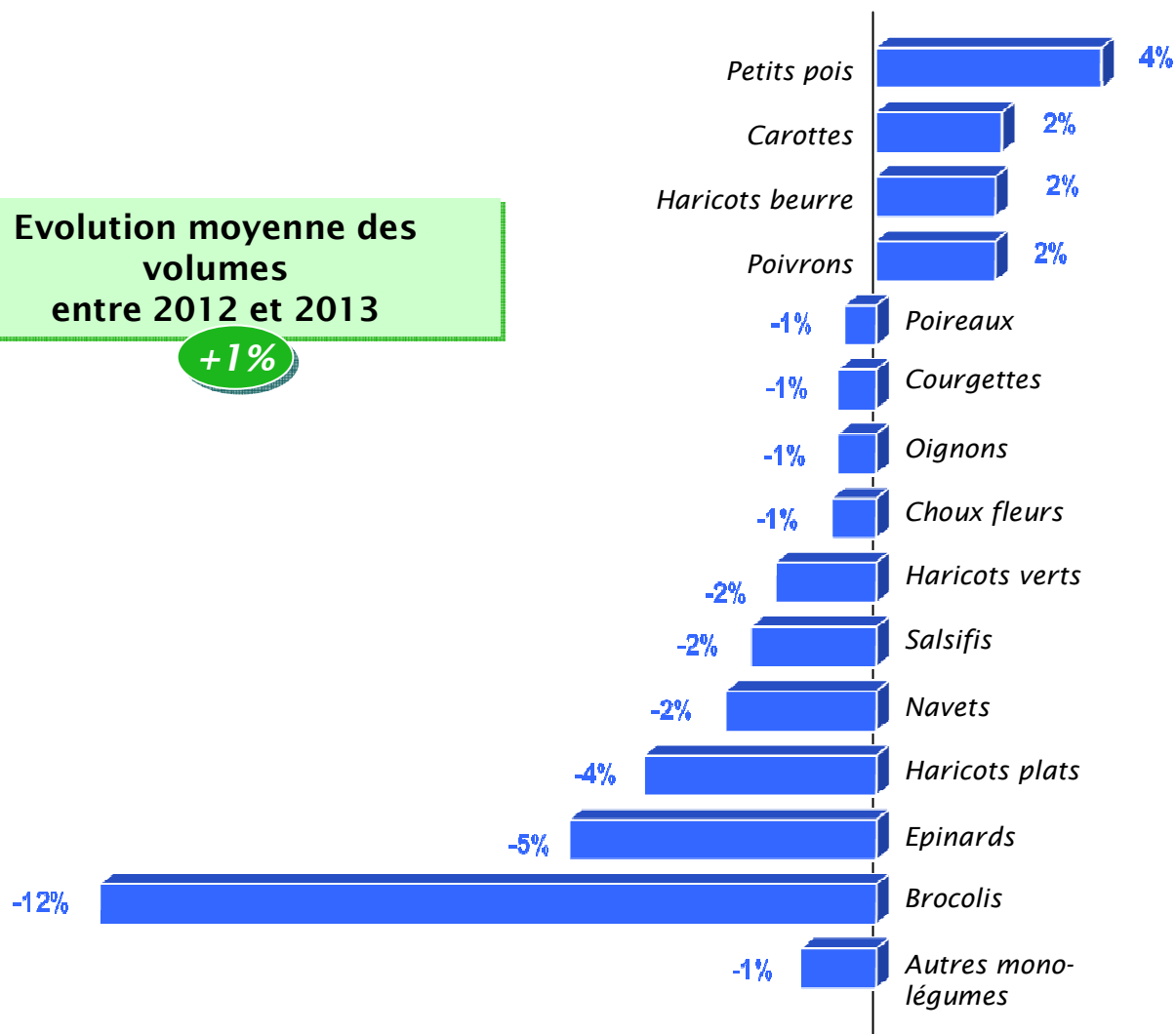




## Evolution des volumes de mono-légumes surgelés entre 2012 et 2013

Evolution moyenne des volumes entre 2012 et 2013

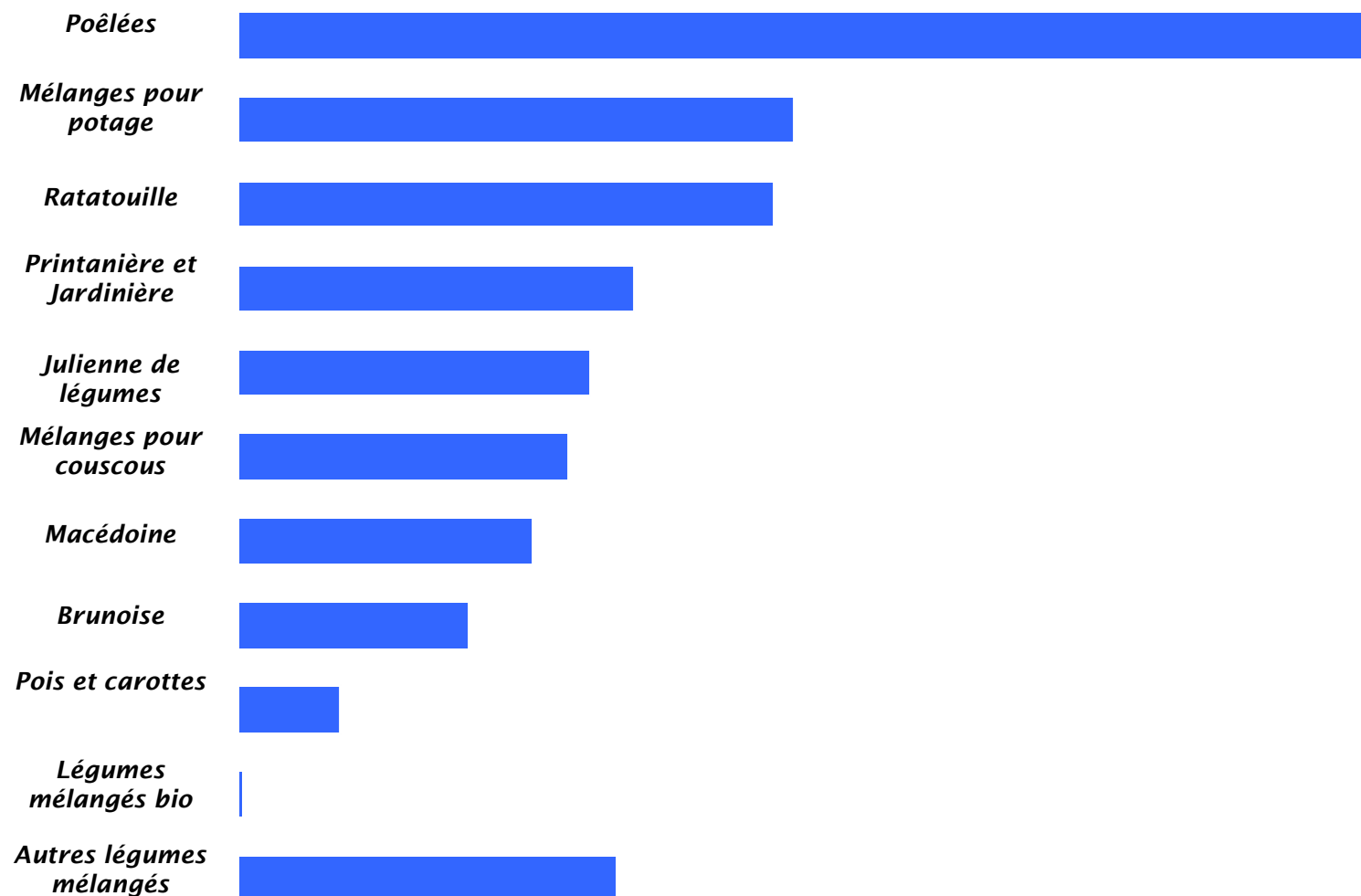
+1%



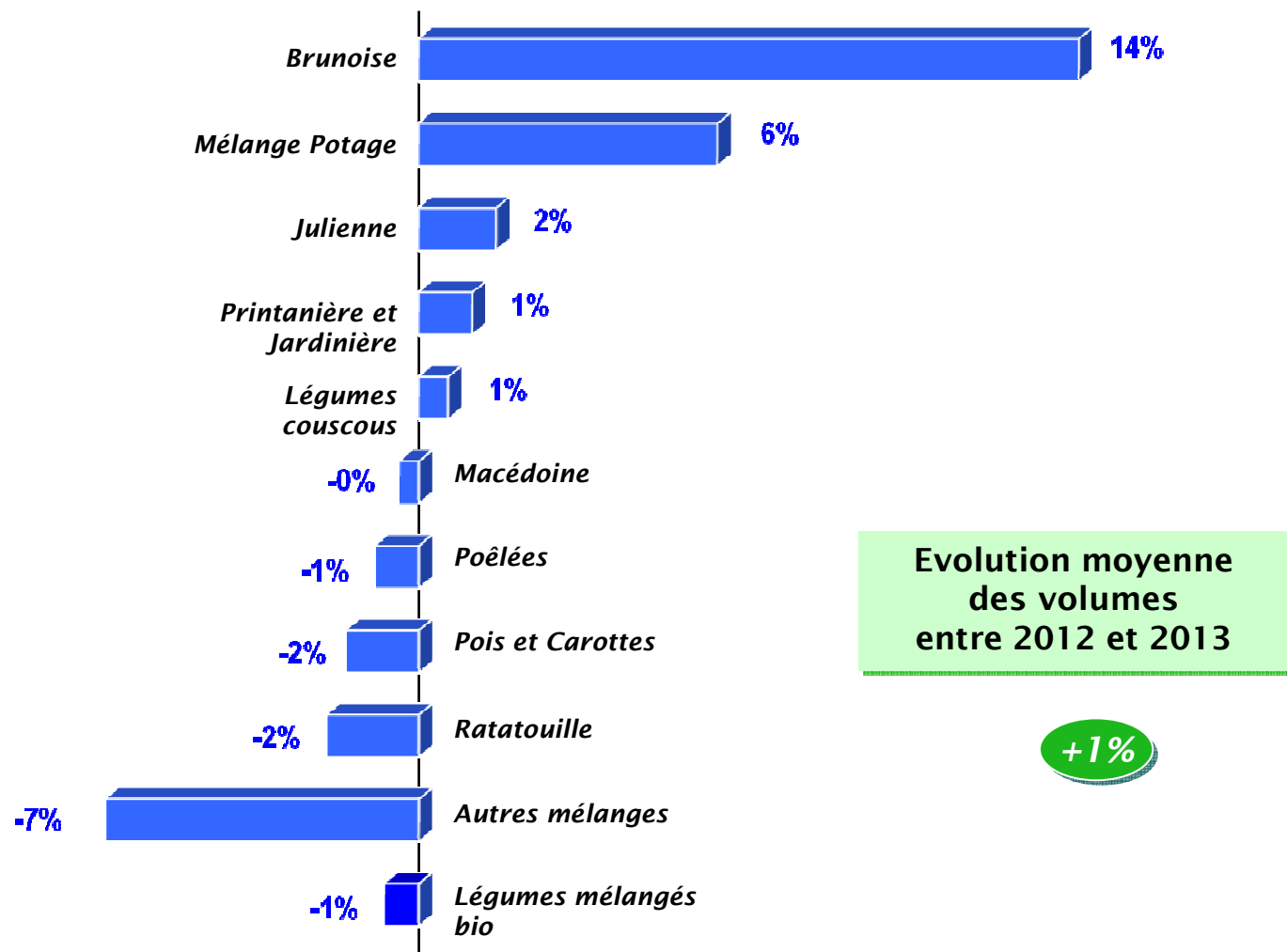


# *Légumes mélangés surgelés*

## Les achats de légumes mélangés surgelés en 2013



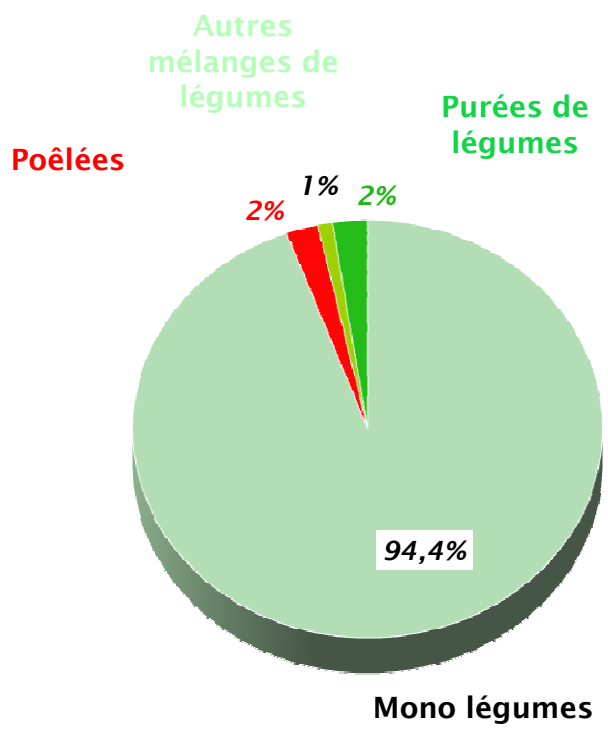
## Evolution des volumes de légumes mélangés surgelés entre 2012 et 2013



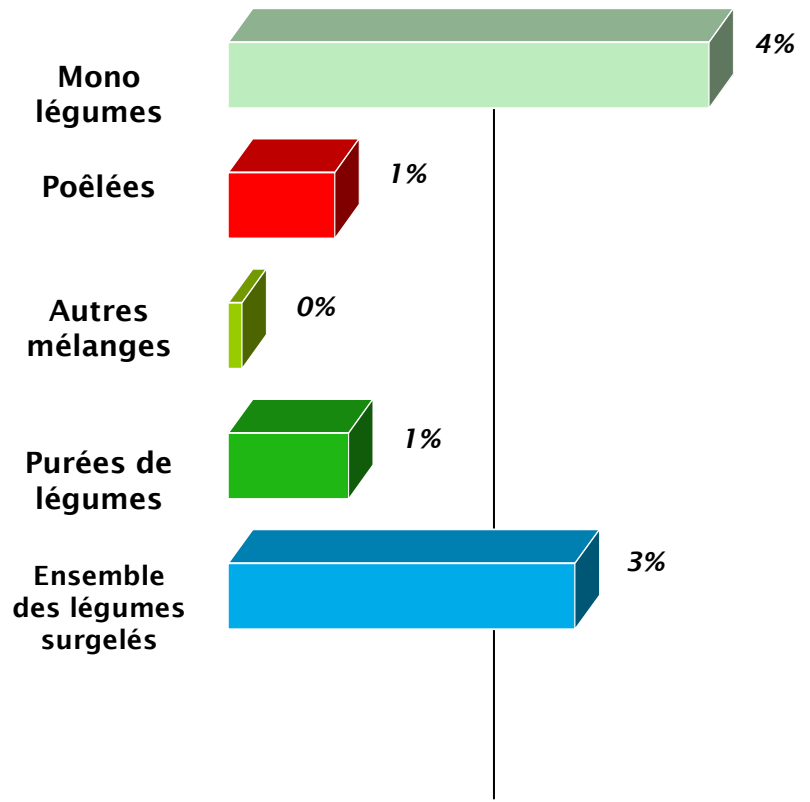


## *Légumes surgelés bio*

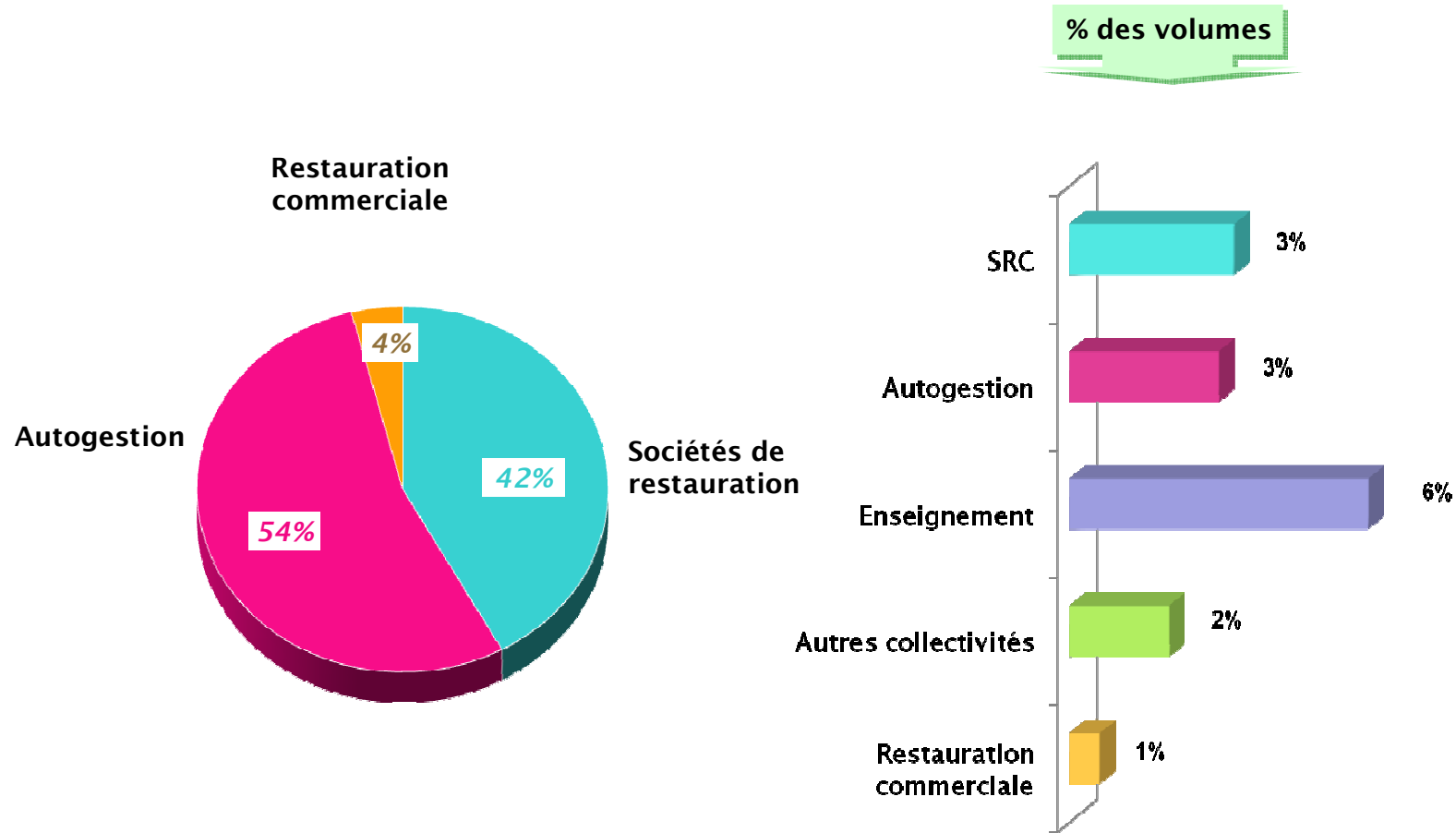
# Les légumes surgelés Bio en 2013 en volume



% des volumes



## Les secteurs consommateurs de légumes surgelés Bio en 2013

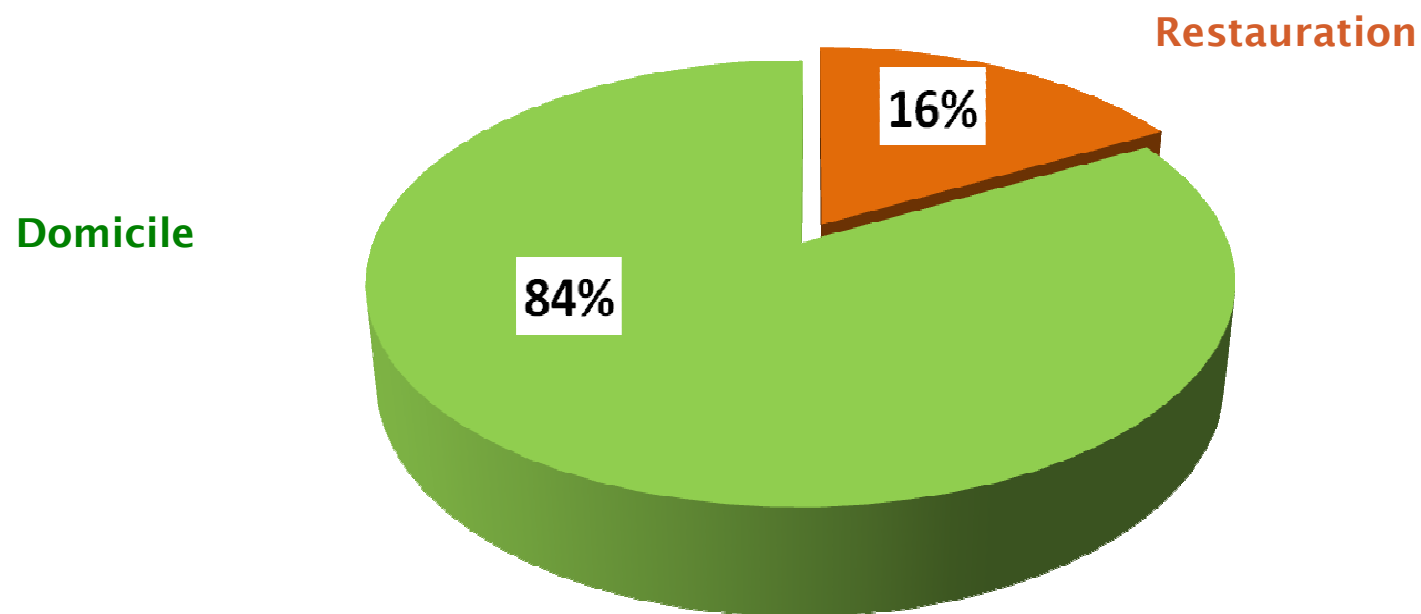




## *Les Légumes en conserve*



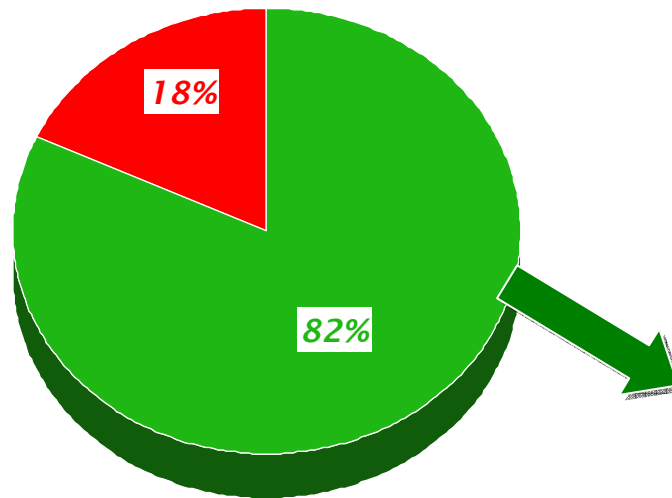
## La consommation française de légumes en conserve en 2013



Source KANTAR + GIRA / Unilet

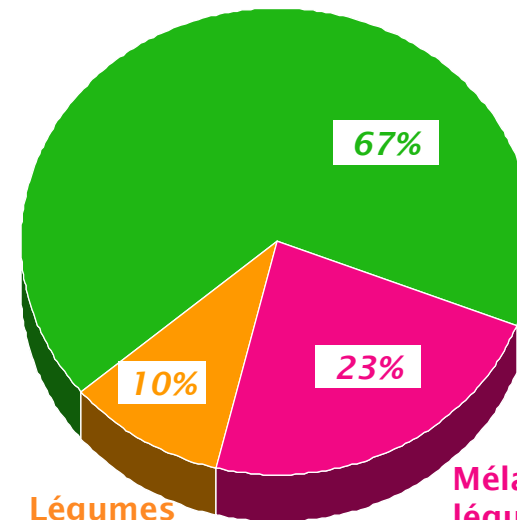
## Ensemble des légumes en conserve en 2013

Tomates et  
champignons



Légumes en conserve

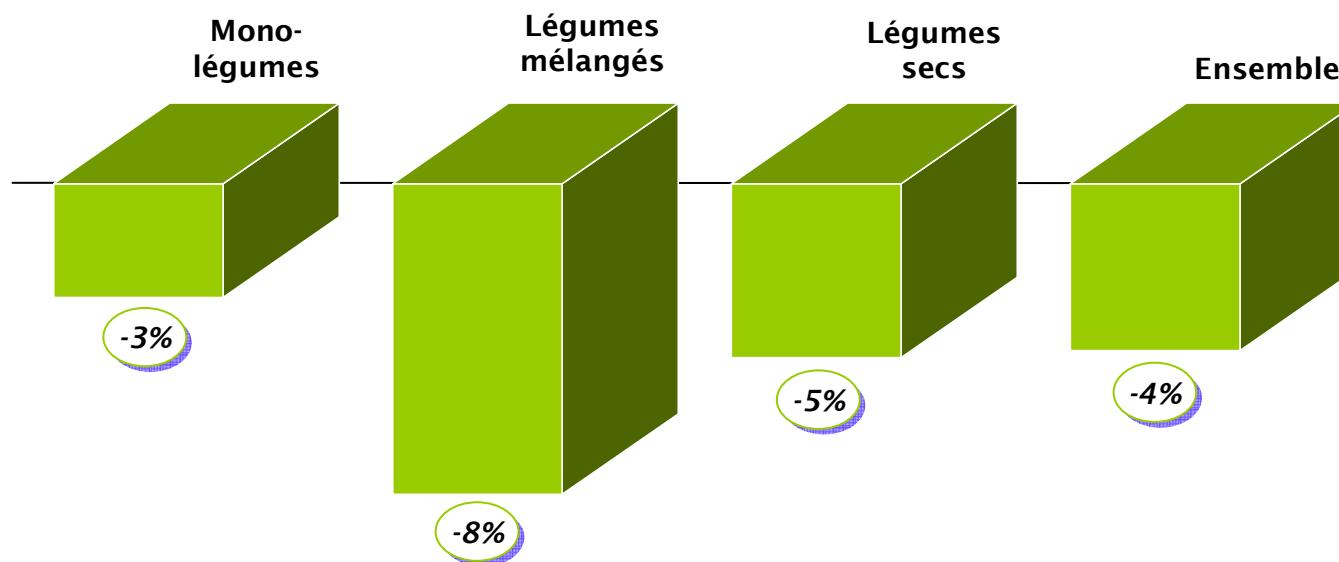
Mono-légumes



Légumes  
secs

Mélanges de  
légumes

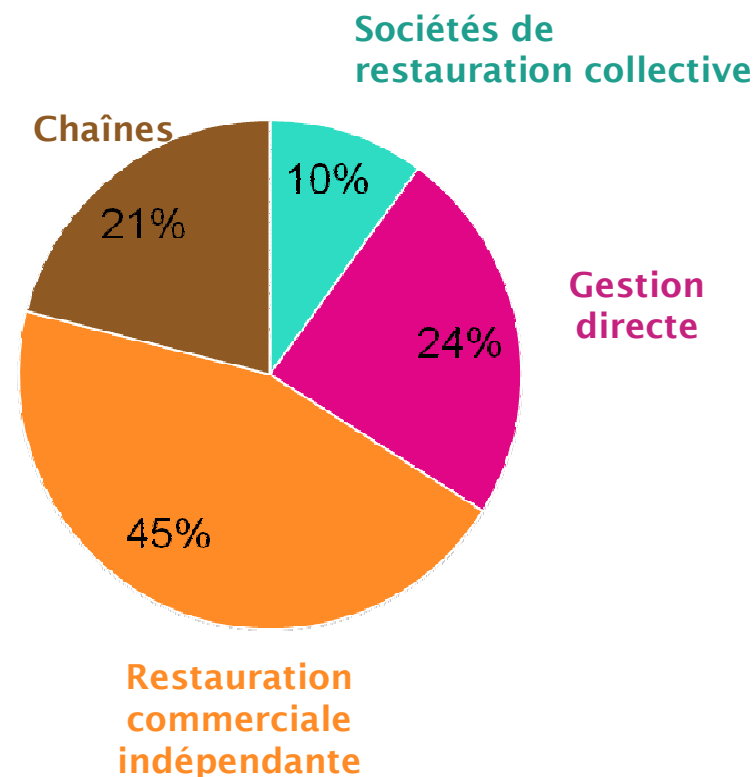
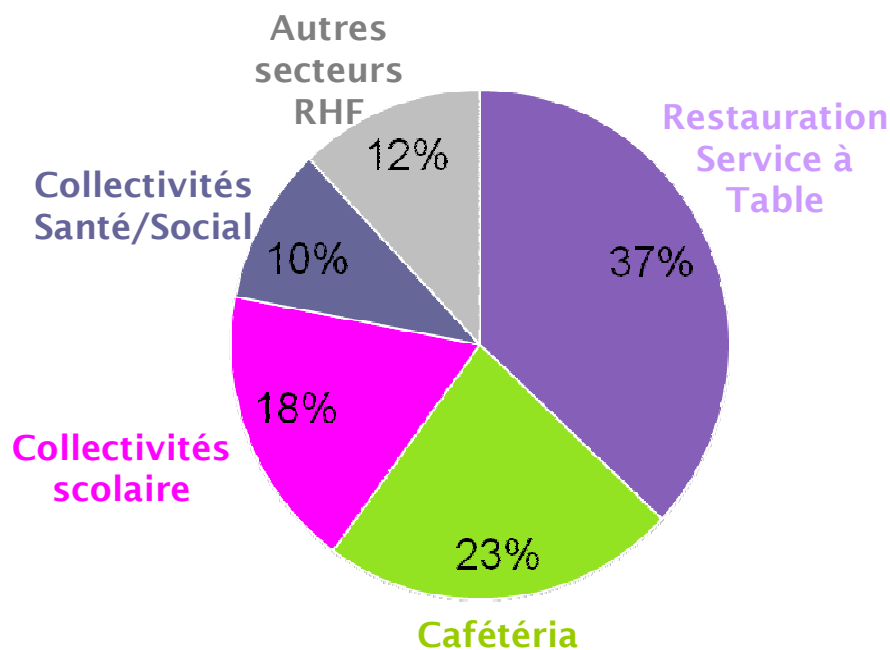
## Evolution des achats de légumes en conserve entre 2012 et 2013 par grandes familles de produits



# Légumes en conserve

## *contribution des secteurs RHF au retrait du marché entre 2012 et 2013*

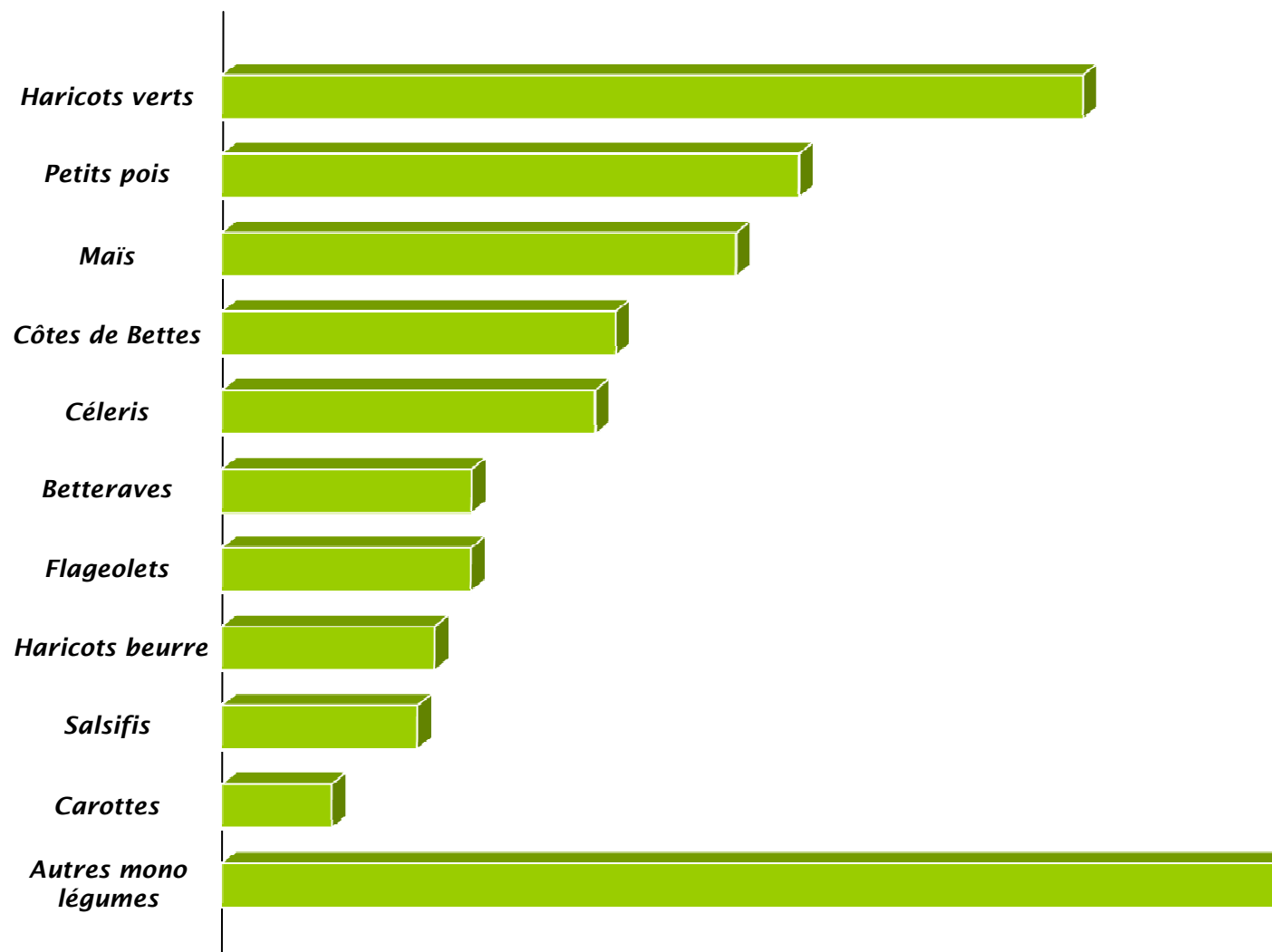
2012 2013



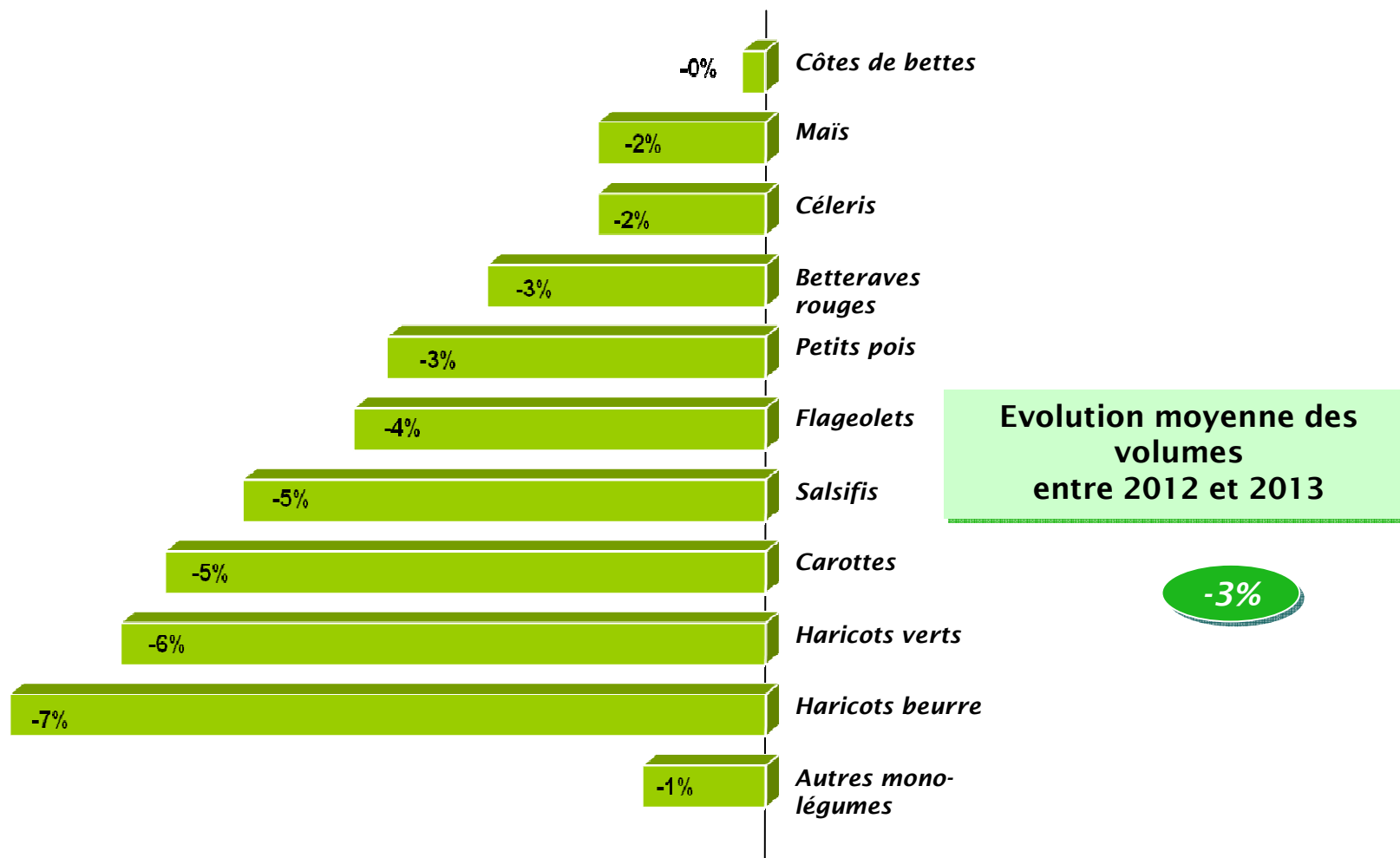


## *Les Mono-légumes en conserve*

## Les achats de mono-légumes en conserve en 2013



## Evolution des volumes de mono-légumes en conserve entre 2012 et 2013

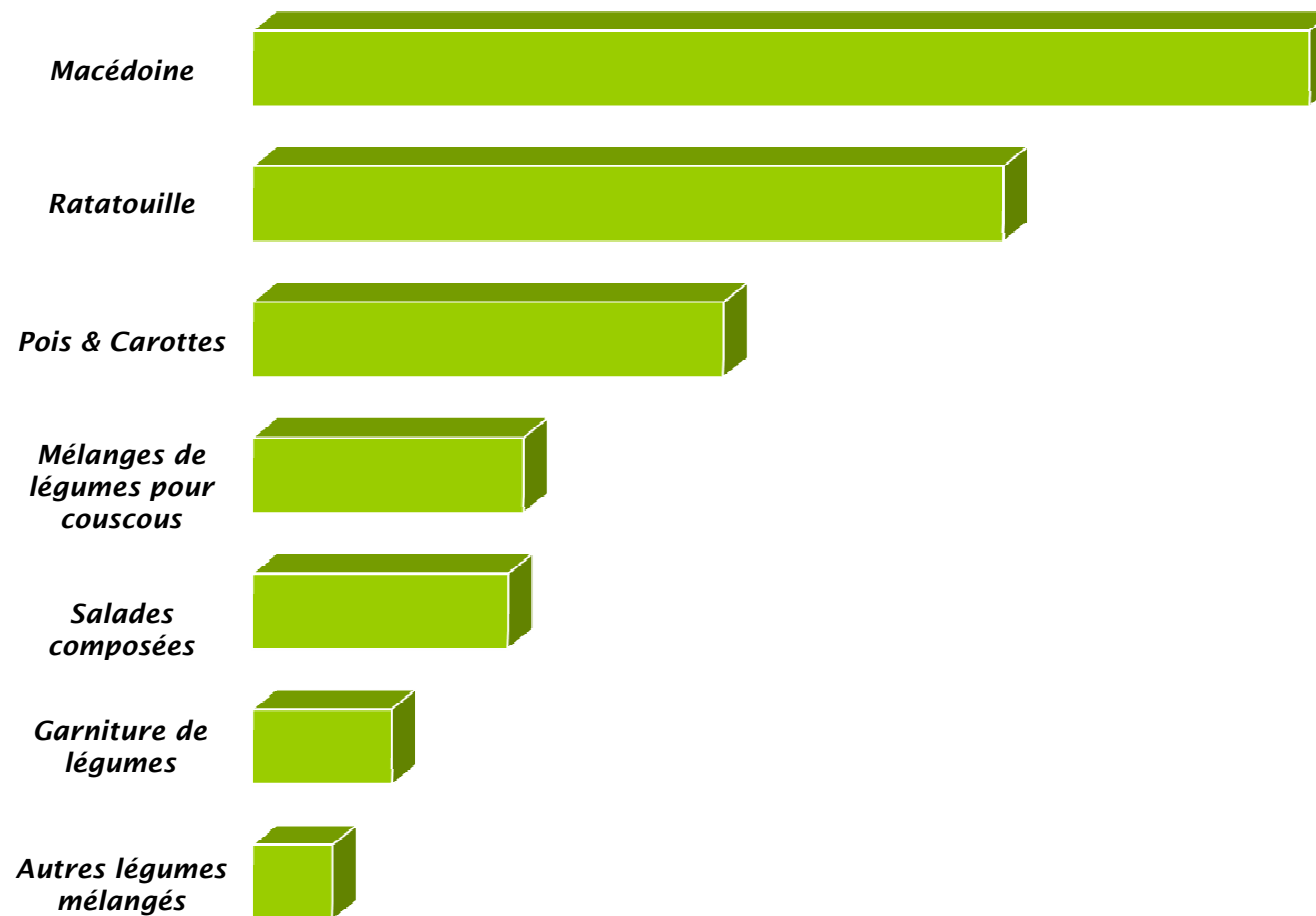




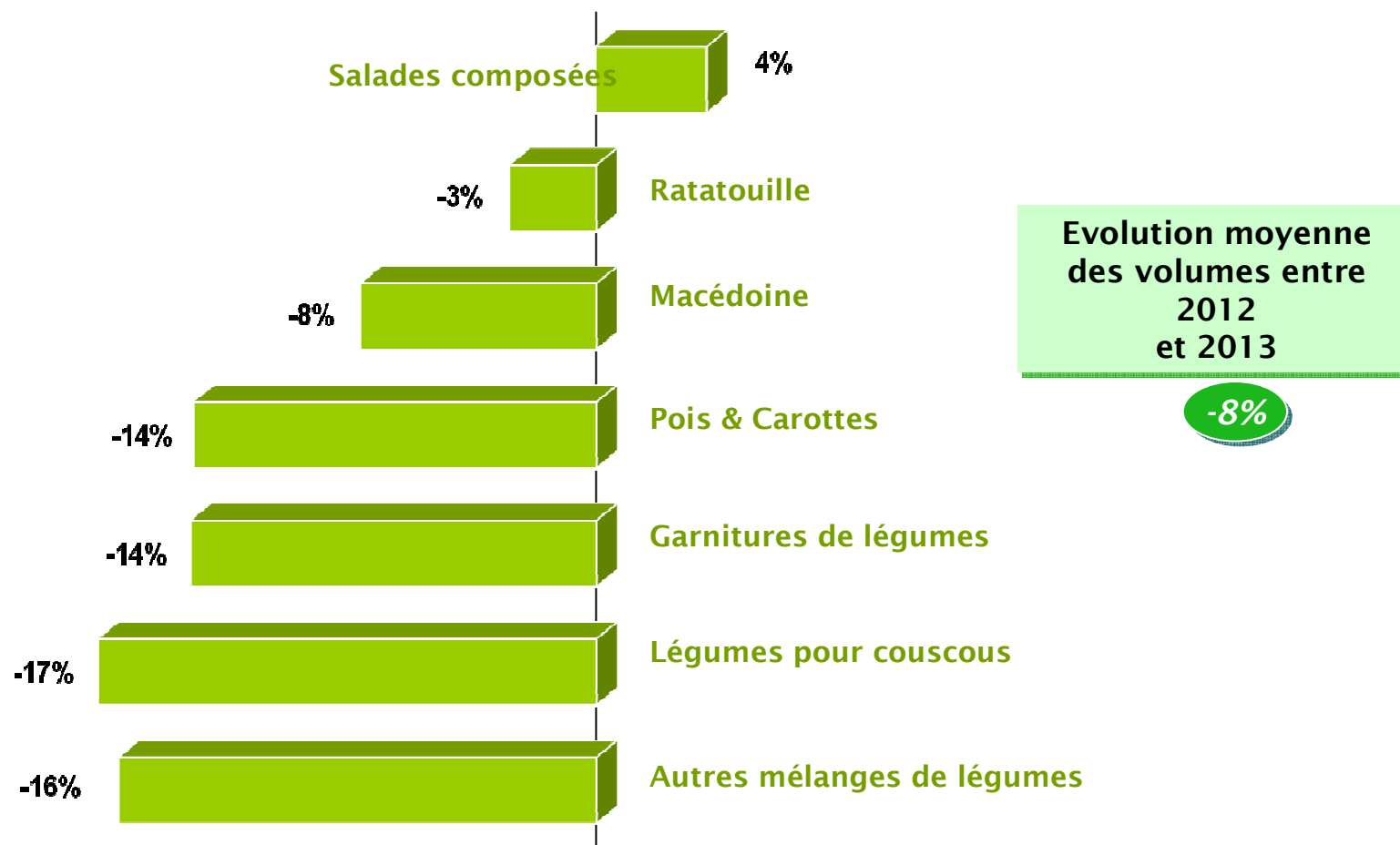
## *Les mélanges de légumes en conserve*



## Les achats mélanges de légumes en conserve



## Evolution des volumes de légumes mélangés en conserve entre 2012 et 2013





*Eléments clefs  
de la période 2012-2013*

## *à retenir*

- 1. Le recul significatif de la restauration commerciale pénalise toutes les filières agro-alimentaires.**
- 2. Une contraction globale des volumes de légumes transformés de l'ordre de - 1% liée à la baisse d'activité du marché de la restauration commerciale.**
- 3. Les collectivités en restauration scolaire, en restauration sanitaire et sociale et les sociétés de restauration collective ont limité la dégradation du marché.**
- 4. L'évolution des achats de légumes transformés renforce le poids des mono légumes.**
- 5. Un marché cyclique avec des ruptures de tendance liées à la composition des cartes des restaurateurs qui privilégie des catégories de produits une année pour les délaissier l'année suivante en fonction de l'évolution des prix.**