

1 – Variables influençant la consommation et les habitudes alimentaires de l'homme :

Facteurs sociaux : augmentation de l'espérance de vie et du niveau de vie

Facteurs culturels : changement de mode de vie, démocratisation des transports, association de l'alimentation à la forme, la santé, la beauté

Facteurs économiques : exode rural, 35 heures et journée continue, chômage, travail des femmes et arrivée de l'Euro

Facteurs législatifs : alertes alimentaires, les produits alimentaires sont moins naturels mais sanitaires plus sûrs. Progrès techniques. Progrès de l'élevage

Bouleversements structurels des 50 dernières années :

Emploi des femmes en hausse (+20% en 20 ans).

Destructuration de la famille, destructuration du repas (de 3 à 7 prises alimentaires par jour)

Modification des goûts (évolution végétarienne, végan)

Inquiétudes quant à l'alimentation (crise de la vache folle, viande de cheval...)

Diminution du budget alimentation

Augmentation du budget restaurant

Développement de l'urbanisation (80% de la population occupent 20% du territoire).

Les grandes mutations de l'alimentation

On mange de mieux en mieux

On mange de plus en plus vite

On mange de moins en moins cher

On mange de plus en plus fonctionnel

On mange à toute heure

2 – Les nouvelles tendances :

De nouvelles tendances culinaires se créent sans cesse donnant lieu à l'émergence de nouveaux concepts de restauration. Ces tendances influencent et ont un impact sur tous les secteurs de la restauration.¹

La restauration commerciale est en pleine métamorphose. Les chaînes de restaurants renouvellent leur offre, s'emparent de la tendance fast good et étendent leurs réseaux. Ainsi, les restaurateurs sont soumis à une importante concurrence vive et variée :

- Les hypermarchés se dotent de corners de restauration et élargissent leurs linéaires dédiés au snacking,
- Et, les Food tech créent de nouveaux concepts et imaginent de nouveaux modèles de consommation.

Mais de nouvelles opportunités s'offrent aussi à eux :

- la digitalisation qui permet à plus long terme une amélioration des performances et de l'expérience client.
- et la mutation des centres commerciaux/retail park, des zones de transit, des stades, place la restauration du futur au cœur de nouveaux lieux de consommation aux perspectives de croissance prometteuses.

¹ Le Volum – Restauration, cuisine et service en salle – Éditions Foucher

3 – L’ubérisation :

Le terme Uberisation provient de la marque UBER, une société américaine de voiture avec chauffeur. Ce mot désigne un nouveau modèle économique où de nouveaux acteurs arrivent sur un marché en proposant des prix plus bas et en employant des indépendants au lieu de salariés mis en relation avec les clients via une application connectée à internet.

L’incontournable livraison à domicile

La crise sanitaire nous aura aussi appris que la livraison à domicile est une des tendances restauration qui perdurera. Et ce, quelle que soit l’évolution de la crise sanitaire. La vente à emporter est dorénavant bien établie dans les habitudes des Français. Elle permet de bénéficier de bons petits plats tout en profitant de son chez-soi douillet.

Des acteurs majeurs Delivero, Just Eat, Uber Eats sont présents dans le secteur de la livraison à domicile. Ces acteurs proposent aux restaurants d’assurer un service de livraison à vélo pour les particuliers via leur application. Ces entreprises ont transformé les habitudes des consommateurs. Auparavant, les restaurants pouvant assurer ce service avaient leurs propres livreurs, aujourd’hui ils sont dépendants de ces sociétés.

Les dark kitchens

Ces restaurants nouvelle génération ne disposent d’aucun point de vente direct ! Avec seulement un emplacement dédié à la préparation des repas livrables à domicile, ces nouveaux acteurs de la restauration cherchent à optimiser toutes les dépenses en partageant bien souvent leur cuisine avec d’autres noms de la livraison de repas à domicile. Objectif : faire baisser les coûts de location, d’équipements de cuisine professionnelle et autres charges.

4 – Le développement durable des nouvelles technologies

La montée en puissance durable du sans-contact et de la commande en ligne

La crise sanitaire engendrée par la Covid-19 a mis en évidence la nécessité de développer des procédés sans-contact ainsi que des technologies numériques visant au respect des gestes barrières et de la distanciation sociale. Ces normes impactent non seulement les modalités de paiement mais aussi l’organisation et la gestion des commandes en cuisine. L’innovation technologique s’accélère et offre des écrans tactiles sans contact, la généralisation, le paiement sans contact, le QR code et la commande en ligne.

Passer commande depuis son ordinateur ou smartphone, flasher un code, payer sans contact, organiser des retraits ou livraisons avec un nombre très faibles d’interactions sont désormais monnaie courante...

De nouvelles technologies qui viennent renforcer l’expérience client

Recours à la réalité augmentée (menus, etc.), sommeliers virtuels, interfaces d’échanges entre les serveurs, équipiers et clients, robots ou solutions de chat pour poser des questions et payer instantanément et en toute sécurité, recours croissant au pilotage par la data pour pousser de nouveaux menus, mieux comprendre les clients et les fidéliser...

Dira-t-on pour autant “adieu” au menu imprimé traditionnel ? Rien n’est moins sûr !

5 – Les clients en quête de nouvelles expériences

L’expérience de la restauration à domicile et l’hyperpersonnalisation

Certains Chefs se sont mis à multiplier les offres de « live cooking » à domicile. Le principe ? Un chef est invité à cuisiner directement chez un particulier. Au programme : un menu sur mesure pour des hôtes qui s’offrent la prestation d’un Chef le temps d’une soirée.

Dîner à la table du Chef pour une expérience privilégiée de live cooking, accords mets et vins sur-mesure, restaurants dans le noir, chefs invités et menus à l’aveugle... L’expérience était déjà une quête pour de nombreux adeptes des sorties au restaurant, en complément bien sûr d’une assiette qui séduit.

Les food halls

Les food halls sont en train d'envahir les grandes villes du monde entier. Ces espaces conviviaux sont dédiés à la restauration qualitative et à la découverte. Dans ces lieux d'expérience culturelle novatrice, les clients en ont pour leur argent et pour leurs yeux. Le cadre y est agréable, la décoration soignée et les plats réalisés en direct avec des produits frais. Le restaurant devient un lieu dans lequel on peut manger sainement mais aussi profiter d'une ambiance thématique, pratiquer un sport ou un loisir.

Les concepts hybrides

Les concepts de restauration hybrides proposent à l'intérieur d'un même local plusieurs activités : restauration, musique, sport, bar... avec la volonté de rentabiliser l'espace, développer un chiffre d'affaires complémentaire, tout en répondant aux nouveaux besoins du consommateur : faire découvrir les produits autrement, faire du resto un lieu d'expériences renouvelées. Ex : un salon de thé traiteur dans le hall d'une agence bancaire, un coffee shop dans une librairie, un espace restauration dans une grande ou moyenne surface, un restaurant épicerie

Le développement du flexitarisme

Les tendances restauration sont aussi visibles dans les assiettes ! Elles se veulent éco-responsables, saines et durables, comme le montre l'ascension du flexitarisme. Limiter son empreinte carbone en réduisant sa consommation de viande et en privilégiant les produits de saison, voilà ce que prônent les flexitariens. Ils ne veulent pas choisir entre plaisirs gustatifs et souci de l'environnement.

Le retour au local

Ce besoin de manger sainement va de pair avec une consommation responsable et locale. Les locavores, qui parfois ignorent leur nom, sont à la recherche d'une restauration à base de produits du coin. Soucieux de manger des produits de saison, ils aiment également savoir que les produits n'ont pas traversé la moitié de la planète avant d'arriver dans leur assiette.

La mutation dans les habitudes alimentaires des Français liées à la santé et au bien-être des consommateurs, confirme aussi le développement du « fast casual », cette restauration rapide plutôt qualitative et très diversifiée.

Ainsi, depuis quelques temps, sont apparus plusieurs concepts nouveaux en lien avec cette tendance "bien dans mon assiette". Les produits doivent être toujours plus sains et locavores. Les consommateurs favorisent la proximité de l'approvisionnement et les circuits courts.

Ce besoin de manger sainement va de pair avec une consommation responsable et locale. Les locavores, qui parfois ignorent leur nom, sont à la recherche d'une restauration à base de produits du coin. Soucieux de manger des produits de saison, ils aiment également savoir que les produits n'ont pas traversé la moitié de la planète avant d'arriver dans leur assiette.

© Remy BERTHOMIEU – Lycée des Métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme de l'Occitanie