



# LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN RESTAURATION HORS DOMICILE CHIFFRES CLÉS 2016 ET ÉVOLUTION DEPUIS 2011

Principaux résultats de l'étude réalisée en 2017 par Interfel et co-financée par FranceAgriMer



Tous les 5 ans environ, Interfel conduit une étude pour évaluer les achats de fruits et légumes frais sur le secteur de la restauration hors domicile (RHD). Etant la seule source de données concernant ce marché, elle constitue un repère essentiel pour la filière.

Depuis la précédente édition (qui avait porté sur l'année 2011), le secteur a connu plusieurs événements marquants, ayant potentiellement eu un impact sur la place des fruits et légumes frais en RHD : publication des recommandations du GEMRCN Nutrition, publication du décret sur le « Fait-maison », montée en puissance des attentes sociétales et environnementales,...

Cette étude a été conduite par le cabinet GIRA Foodservice sur la base de données 2016, pour le compte d'Interfel, du CNIPT (Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre), du GIPT (Groupement Interprofessionnel pour la valorisation de la Pomme de Terre) et de FranceAgriMer (co-financeur à 50%).

Sauf précision, les chiffres présentés ici ne portent que sur les fruits et légumes frais (hors pomme de terre fraîche et transformée). Des résultats sur la pomme de terre sont toutefois intégrés dans le rapport complet de l'étude, disponible sur [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr).

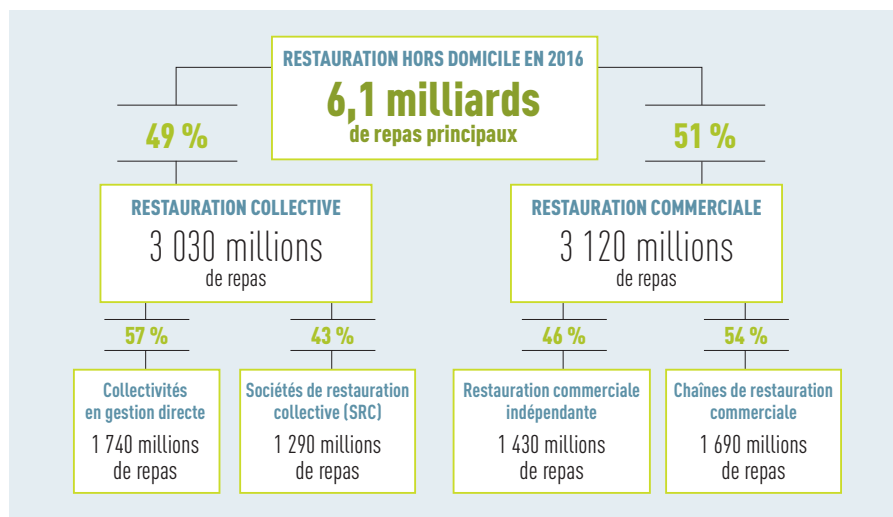
La méthodologie déployée pour l'élaboration de cette étude (périmètre produits, segments de marché étudiés, méthodes d'estimation, représentativité des résultats,...) est également entièrement détaillée dans le rapport complet.

## LE MARCHÉ DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE : SITUATION EN 2016 ET ÉVOLUTION DEPUIS 2011

Le marché est estimé à 6,1 milliards de repas principaux, soit l'équivalent de **2 repas par semaine pris hors domicile** par Français.

Près d'un repas sur deux est consommé en restauration collective en 2016.

Les groupes de restauration concentrent 48% des volumes de repas, contre 52% pour la restauration indépendante et en gestion directe.

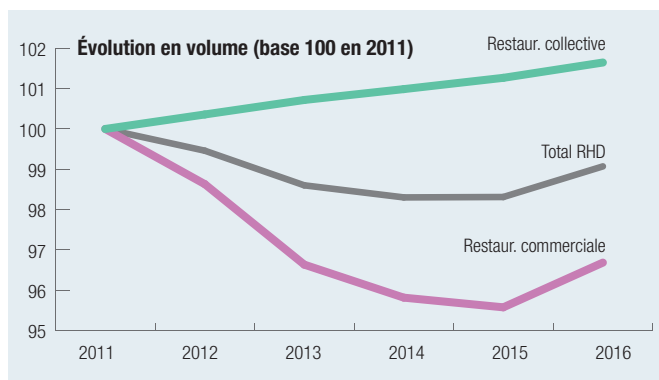


Source : GIRA Foodservice

**Un marché estimé à 6,1 milliards de repas principaux, soit environ 2 repas par semaine pris hors domicile par Français**

Le nombre de repas consommés s'est replié de -0,9% entre 2011 et 2016 pour le total RHD, avec **une évolution contrastée entre restauration collective et commerciale**.

Alors que la restauration collective a continué à afficher une progression régulière (+1,6% en 5 ans), la restauration commerciale a reculé entre 2011 et 2015, avant de connaître une reprise significative depuis 2016, essentiellement portée par la restauration rapide.



Source : GIRA Foodservice

# LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN RHD : DES TENDANCES FAVORABLES

A un niveau plus qualitatif, la montée en puissance des attentes sociétales et environnementales a impacté la demande en restauration. Celle-ci s'exprime en faveur de produits bruts, plus qualitatifs,... On note également la recherche d'une plus grande transparence sur l'origine des produits ou sur le mode de préparation de l'offre,...

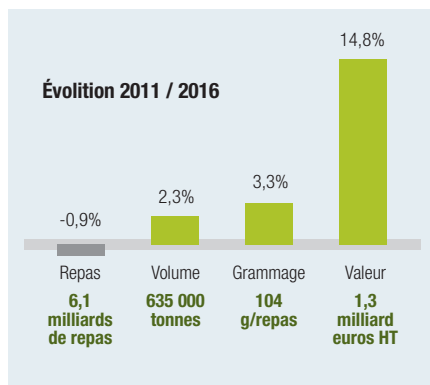
S'il est vrai que ces attentes peuvent se décliner différemment en fonction des spécificités de chaque segment de marché, toutes semblent favorables aux fruits et légumes frais.

Une hausse du taux d'utilisation de fruits et légumes frais sur tous les segments de marché



## DES INDICATEURS EN PROGRESSION

UNE HAUSSE DU TAUX D'UTILISATION GÉNÉRALISÉE POUR TOUS LES SEGMENTS



Malgré un recul du marché global, les achats de fruits et légumes frais ont progressé de +15.000 t entre 2011 et 2016, soit une hausse de +2,3% en volumes (et de +14,8% en valeur).

Si cette progression a été possible, c'est essentiellement grâce à **une hausse du taux d'utilisation des fruits et légumes frais, de +3,3% au total RHD.**

Si cette évolution positive était attendue en restauration collective (+4,8%) du fait des recommandations nutritionnelles émises sur ce secteur, elle a également concerné la restauration commerciale (+1,9%).

Fait plus remarquable encore, **tous les segments de marché ont enregistré une hausse du taux d'utilisation de fruits et légumes frais** (cf : tableau ci-contre).

C'est la première fois, depuis que cette étude est conduite, qu'une hausse aussi généralisée est observée.

Elle témoigne d'un véritable ancrage des fruits et légumes frais dans les habitudes alimentaires des convives français.

Rest. collective	2016 (en g)	Evo. 16/11 (%)	Rest. commerciale	2016 (en g)	Evo. 16/11 (%)
SRC	121	+ 5,2%	Transport/Concession	70	+ 3,2%
Total Gestion directe	92	+ 3,7%	Hébergement	220	+ 6,1%
Dont autres collectivités	101	+ 5,5%	Cafétérias	79	+ 2,6%
Dont Social	88	+ 3,5%	Restauration à table	175	+ 4,4%
Dont Santé	111	+ 0,6%	Restauration rapide	52	+ 13,2%
Dont Enseignement	81	+ 5,7%	<b>Total Rest. Commerc.</b>	<b>103</b>	<b>+1,9%</b>
Dont Travail	130	+ 7,9%			
<b>Total Rest. Collective</b>	<b>104</b>	<b>+ 4,8%</b>			

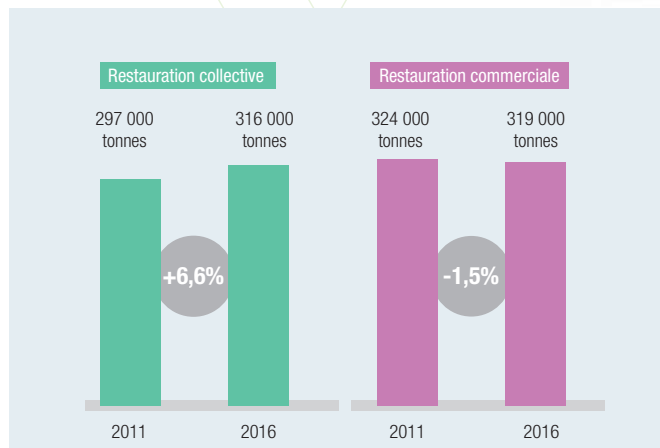
Source : GIRA Foodservice

# UN MARCHÉ ESSENTIELLEMENT PORTÉ PAR LA RESTAURATION COLLECTIVE



Malgré un grammage en hausse sur tous les segments de marché, les achats de fruits et légumes frais **ont été dépendants de l'évolution globale du marché-support**. S'ils ont progressé de +6,6% en restauration collective entre 2011 et 2016, ils se sont repliés de -1,5% en restauration commerciale. En effet, ce secteur a pâti de son évolution structurelle puisque la hausse de la restauration rapide n'a pas permis de compenser le recul de la restauration avec service à table, où le taux d'utilisation de fruits et légumes frais est important.

Une répartition quasiment équivalente des achats de fruits et légumes frais est désormais observée entre restauration collective et commerciale.



Source : GIRA Foodservice

Une répartition quasiment équivalente des achats de fruits et légumes frais observée entre restauration collective et commerciale

## DES MARCHÉS TOUJOURS ASSEZ BIEN DÉFINIS PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

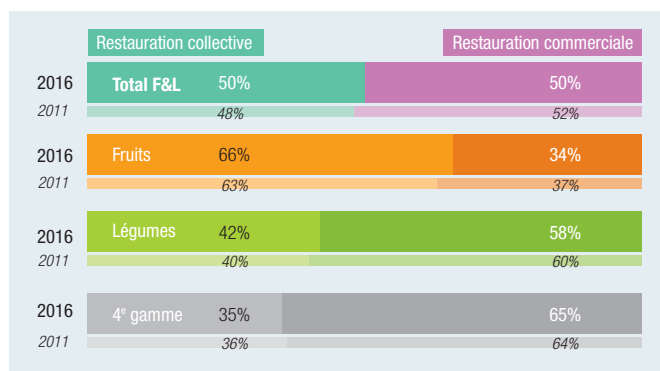
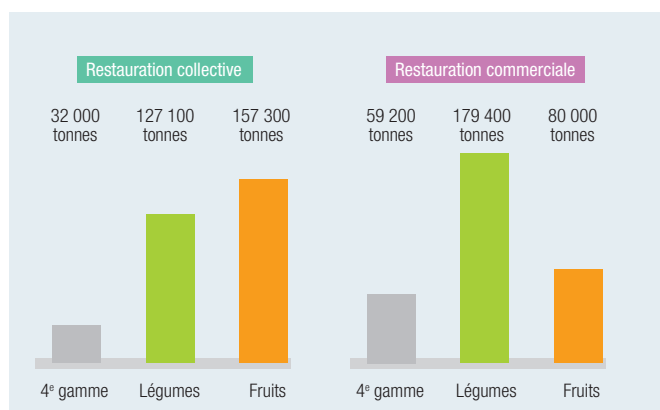
La répartition des achats entre fruits, légumes et 4<sup>e</sup> gamme est restée globalement stable au total RHD entre 2011 et 2016, signifiant ainsi que **chaque catégorie de produits a bénéficié de la hausse globale du marché**.

Il est toutefois nécessaire de souligner que **chaque catégorie présente une clientèle-cible assez marquée**. En effet, alors que la restauration collective est le marché privilégié pour 66% des fruits, la restauration commerciale, elle, concerne 58% des achats de légumes et 65% des achats de fruits et légumes de 4<sup>e</sup> gamme.

Du fait de l'évolution structurelle du marché, plus favorable à la restauration collective, **cette tendance s'est accentuée en fruits**.

**En légumes, en revanche, un meilleur équilibre entre les deux secteurs a été trouvé**, grâce à une progression des achats de légumes en restauration collective.

Les produits de 4<sup>e</sup> gamme, particulièrement distribués dans les chaînes des restaurants à thème, sont restés plus demandés par la restauration commerciale.

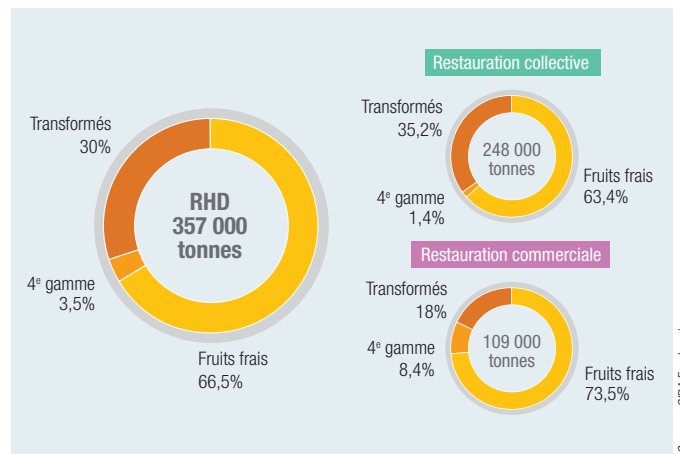


Source : GIRA Foodservice

# ÉVOLUTION DES ACHATS DE FRUITS

Avec un taux d'utilisation de fruits (toutes technologies confondues, frais, 4<sup>e</sup> gamme et transformés) **2,3 fois plus important en restauration collective**, les fruits représentent, sur ce secteur, **une offre centrale dans la fonction dessert.**

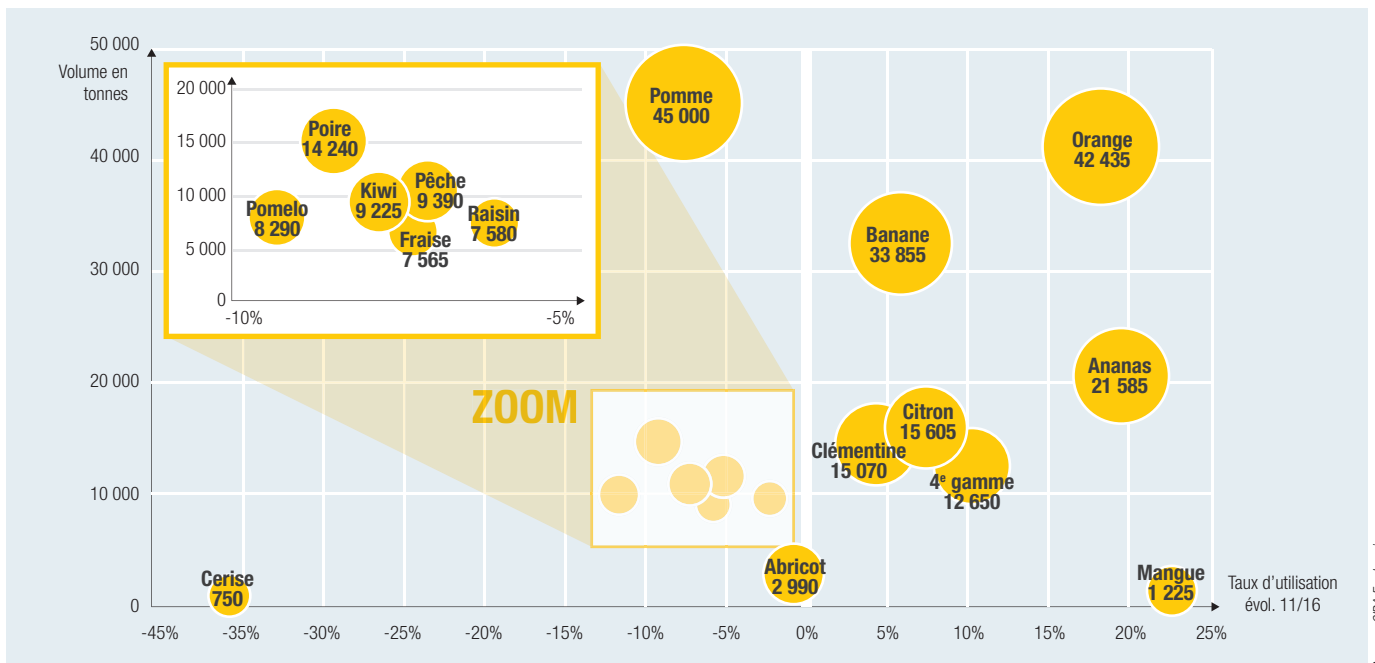
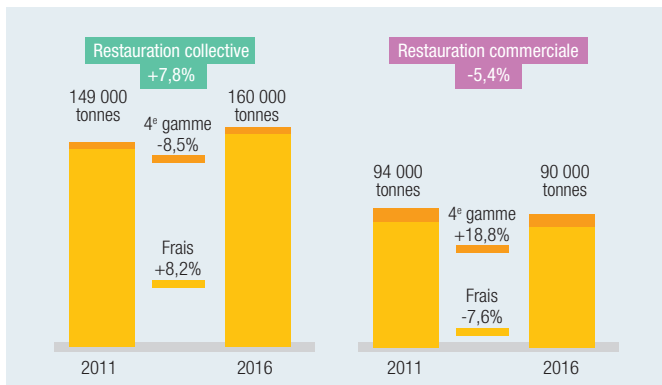
Pour autant, la restauration collective est le débouché privilégié des fruits transformés (82%), constituant ainsi **une réserve de croissance pour les fruits frais.**



**Le marché des fruits frais et de 4<sup>e</sup> gamme à progressé de +2,5% entre 2011 et 2016, pour s'élever à 250.000 t.**

Le principal moteur de cette croissance a été la restauration collective (avec une progression de +7,8% portée essentiellement par les fruits frais).

Les achats de fruits se sont, en revanche, **significativement repliés en restauration commerciale (-5,4%)**, baisse amortie toutefois par une progression des fruits de 4<sup>e</sup> gamme (+10%) sous l'impulsion de la restauration rapide.



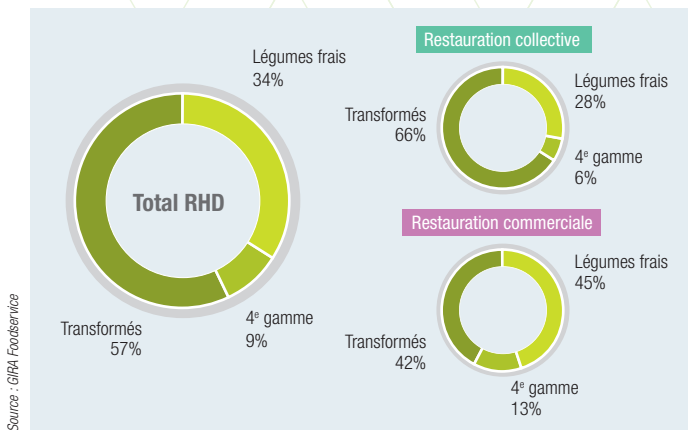
Au niveau du classement global des fruits les plus distribués en RHD (de haut en bas), **la pomme est restée en tête, suivie de l'orange, puis de la banane, puis de l'ananas.** A noter en revanche le passage du citron et de la clémentine devant la poire, alors qu'elle était 5<sup>e</sup> en 2011.

Entre 2011 et 2016, **une vraie dynamique a été observée pour**

**les agrumes et fruits exotiques** (les plus à droite) : orange, banane, ananas, mangue, pourtant déjà poids lourds de la gamme pour certains. Elle s'explique probablement par des innovations au niveau des équipements ou ustensiles de préparation des fruits frais en RHD (développement de bars à jus grâce à du matériel adapté,...).

*NB : ces données concernent la seule année 2016, pour laquelle il a pu survenir des épisodes conjoncturels particuliers pour certains produits (comme par exemple la cerise).*

# ÉVOLUTION DES ACHATS DE LÉGUMES EN RHD

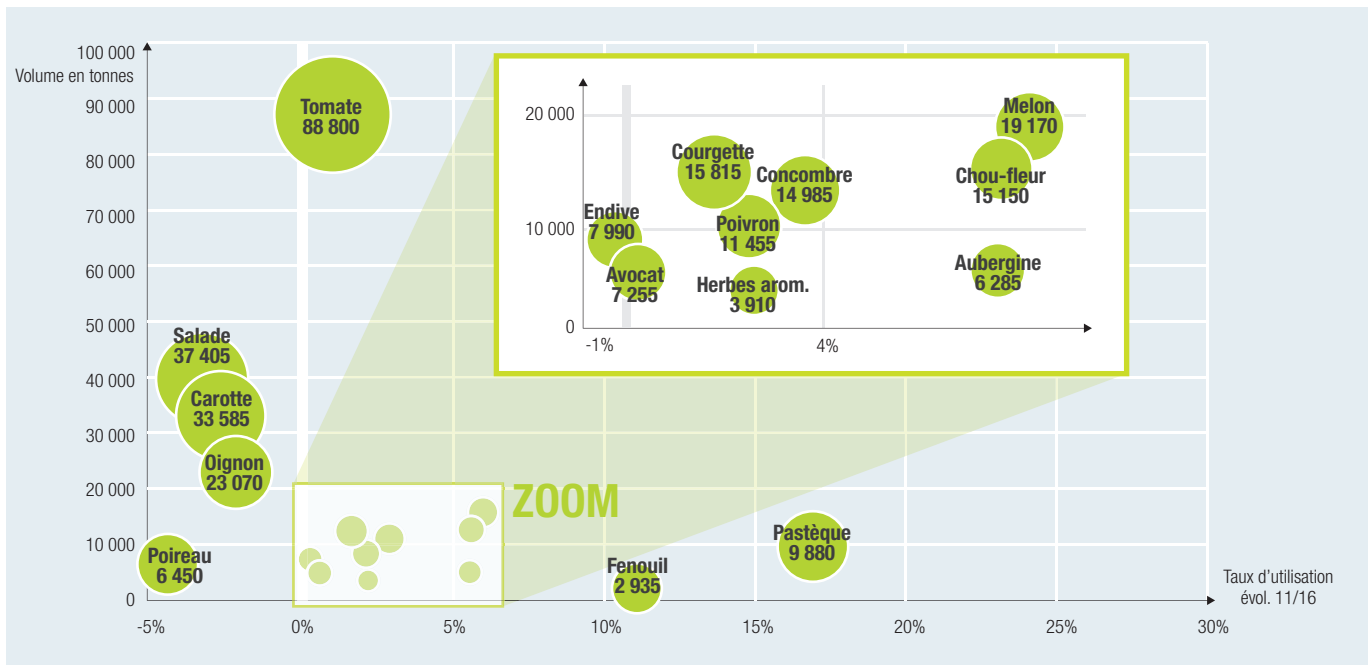
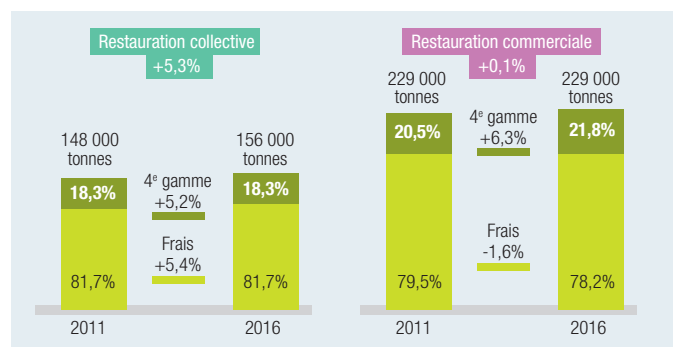


Toutes technologies confondues (frais, 4<sup>e</sup> gamme, transformé), **les légumes transformés sont les plus distribués en RHD, avec 57% des volumes**. C'est essentiellement le fait de la restauration collective, qui ne compte que 28% de légumes frais contre 66% en transformés. En restauration commerciale, en revanche, les légumes frais sont majoritaires, avec 45% des parts de marché.

En termes d'évolution de 2011 à 2016, on note, sur chacun des secteurs, **une résistance voire une progression du frais et de la 4<sup>e</sup> gamme sur les autres technologies**. Dans un contexte où la marge de progression est significative, cette évolution pourrait augurer de belles perspectives.

Le marché des légumes frais en RHD représente **385.000 t, en hausse de +2,1% entre 2011 et 2016**. Cette progression a surtout été le fait de la restauration collective (+5,3%).

En restauration commerciale, principal débouché des légumes puisque le taux d'utilisation y est 1,5 fois plus élevé qu'en restauration collective, **le maintien du marché a surtout été possible par la progression des légumes de 4<sup>e</sup> gamme**, sous l'impulsion de la restauration rapide.



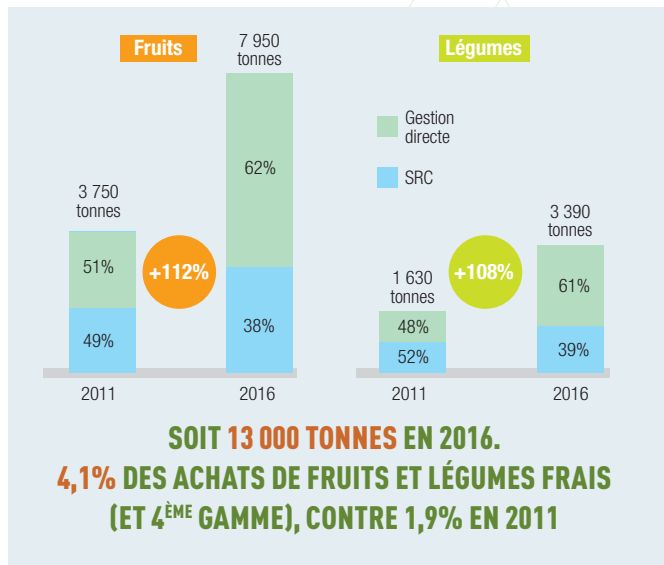
Non substituable pour un usage équivalent, **la tomate est restée, de très loin, le premier légume distribué en RHD** (classement de haut en bas). Vient ensuite la salade, puis la carotte et l'oignon.

En ce qui concerne l'évolution du marché entre 2011 et 2016, les poids lourds ont connu une progression contenue voire un repli, **permettant ainsi aux produits moins distribués de se**

**développer** (produits les plus en progression à droite) : pastèque, melon, chou-fleur, aubergine... Cette dynamique témoigne d'une plus grande diversité de produits utilisés en RHD et **renforce le positionnement de la restauration comme un lieu de découverte de nouveaux produits ou de nouveaux usages**.

NB : ces données concernent la seule année 2016, pour laquelle il a pu survenir des épisodes conjoncturels particuliers pour certains produits).

# FORTE CROISSANCE DE LA DEMANDE EN FRUITS ET LÉGUMES BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE

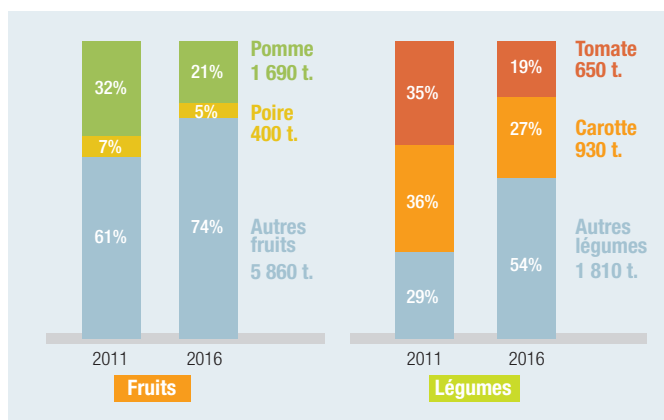


De 2011 à 2016, les achats de fruits et légumes bio ont fortement progressé en restauration collective puisqu'ils sont **estimés à environ 13.000 t**. La restauration scolaire est restée le segment le plus demandeur pour ces produits.

Structurellement mieux implantés en restauration collective, les **fruits bio représentent 7.950 t**, soit près de 60% des volumes de fruits et légumes bio introduits (soit une part de marché de 5,1% sur l'ensemble des fruits sur ce marché, contre 2,6% en 2011).

Les **achats de légumes bio, quant à eux, sont estimés à 3.390 t**, soit 2,7% des légumes distribués en restauration collective (contre 1,3% en 2011).

Alors que le mode de gestion ne constituait pas un facteur différenciant en 2011, l'introduction de fruits et légumes bio en restauration collective semble avoir été, entre 2011 et 2016, **plus dynamique au sein des établissements en gestion directe**.



Pour cette étude, la pomme et la poire sont les deux seuls fruits suivis précisément en bio. Entre 2011 et 2016, leur importance relative dans l'ensemble des achats de fruits bio s'est repliée.

De la même manière, en légumes, les achats de tomate et de carotte bio se sont réduits par rapport aux achats globaux de légumes bio.

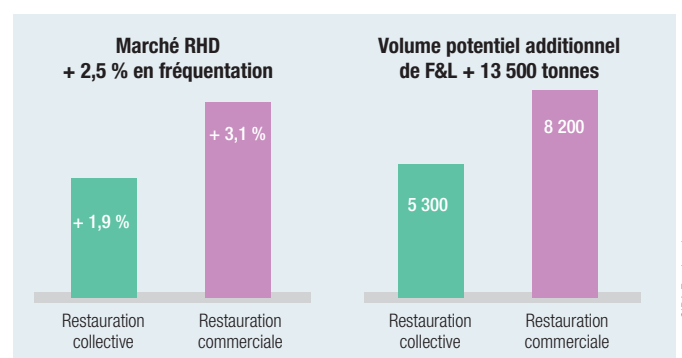
Cette évolution témoigne **d'une plus grande diversité d'espèces de fruits et légumes bio utilisés en restauration collective**.



## PERSPECTIVES À HORIZON 2020

Selon le cabinet GIRA Foodservice, le marché de la restauration collective devrait continuer à afficher une progression régulière. En regard, la reprise de la restauration commerciale s'est confirmée en 2017 et semble se poursuivre en 2018, laissant présager un marché en progression d'ici à 2020.

Cette seule évolution du marché-support **pourrait entraîner une hausse des achats de fruits et légumes frais +13.500 t**. A celle-ci pourrait s'ajouter une progression liée aux tendances d'utilisation, dans la continuité de ce qui a été observé entre 2011 et 2016.



# 4 QUESTIONS À M. LAURENT GRANDIN, VICE-PRÉSIDENT D'INTERFEL ET PRÉSIDENT DU COMITÉ RHD D'INTERFEL



## Quels sont les principaux points clés de l'étude ?

L'étude témoigne d'une vraie dynamique de consommation des fruits frais et, pour la première fois depuis que cette étude est réalisée, des légumes frais. Ce constat est vrai pour le secteur global mais également sur chacun des segments de la restauration analysés spécifiquement.

L'évolution du Bio est spectaculaire avec des progressions de plus de 100 % aussi bien en fruits qu'en légumes, essentiellement en restauration scolaire. Ces chiffres du Bio restent toutefois modestes au regard des objectifs fixés au cours des États Généraux de l'Alimentation et sont sans doute freinés par un différentiel de prix important.

## Quels sont les principaux enseignements que vous, personnellement, vous en retirez ?

La tendance générale à consommer des produits bruts et frais, couplée à une bonne cohésion de la filière au sein de notre interprofession (Restau' Co et le SNRC sont membres d'Interfel respectivement depuis 2015 et 2016) amplifient, dans la restauration collective, les mouvements de fond de la société. Grâce à cette écoute et à des échanges permanents, les attentes sont mieux prises en compte. Ainsi, les innovations qui en découlent apportent des solutions pratiques et adaptées aux besoins exprimés par les restaurateurs. Ceci explique pour l'essentiel ces bons résultats.

## Quels sont, selon vous, les leviers à activer ?

En restauration commerciale, nous avons perçu, de longue date, que des marges de progression existaient au niveau de la consommation en fruits frais. La Fraîche Découpe pourrait apporter un complément de réponse à cette question qui a été insuffisamment traitée à mes yeux par notre filière. D'autre part, nous avons des réserves importantes de croissance en légumes frais dans la restauration collective, où une part significative des achats se fait sur d'autres technologies (appertisé et surgelé). Nous assistons d'ores et déjà à une forte évolution de la demande sur ce secteur, tant en légumes frais qu'en pomme de terre.

## Interfel a remis au gouvernement en décembre dernier un « Plan de filière Fruits et légumes ». Comporte-t-il des éléments spécifiques pour la restauration ?

Un des éléments les plus difficiles à apprécier est le développement très significatif du local en restauration collective mais aussi commerciale. Les ambitions affichées dans la loi « Alimentation » de 50 % de produits « durables » à l'horizon 2022 sont atteignables et indiquées dans notre plan filière. Néanmoins, des moyens nécessaires devront être trouvés pour arriver à ce but. Et les seules économies sur le « gaspillage alimentaire », déjà en grande partie réalisées par les collectivités, ne seront pas suffisantes pour y parvenir.

Une innovation déterminante vient d'être validée par le Conseil d'administration d'Interfel : c'est la possibilité d'utiliser le logo « Fruits et légumes de France » en restauration collective. Ceci répond à une attente des convives et des restaurateurs qui cherchent à mieux identifier l'origine de leur alimentation.

Dans le prolongement des États Généraux de l'Alimentation et des engagements que nous avons pris dans le cadre du plan de filière, remis par Interfel au Président de la République, notre filière professionnelle va s'investir dans les projets alimentaires territoriaux. Nous avons déjà pris part à plusieurs réunions régionales sous l'égide des préfets et nous allons poursuivre cela dans le but de mettre concrètement en œuvre ces projets dans la restauration.

## ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

19 rue de la Pépinière 75008 Paris  
Tél. 01 49 49 15 15

Pour plus d'informations :  
[i.jusserand@interfel.com](mailto:i.jusserand@interfel.com)

[www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com)  
[www.interfel.com](http://www.interfel.com)



@lesfruitsetlegumesfrais



@Interfel / @FruitsLegumesFR

Les résultats détaillés de l'étude et leur analyse  
par le Ctifl sont disponibles sur : [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr)



Étude réalisée avec le cofinancement de

