

**Perspectives sur les consommateurs
dans la restauration commerciale**

Un regard sur l'évolution des tendances de consommation en France



revenuemanage.com





Des informations qui aident à piloter votre marge

Rejoignez plus de 2 000 experts en restauration, franchisés et têtes de réseaux qui reçoivent les dernières données directement par email.

- ✓ Tendances mensuelles des performances de la restauration rapide
- ✓ Mise à jour de mapping des prix
- ✓ Rapports sur les tendances de consommation
- ✓ Blogs
- ✓ Webinaires

S'abonner





Résumé du rapport

Les clients fréquentent moins souvent les restaurants.

Les personnes interrogées ont déclaré fréquenter moins souvent les restaurants, tous segments confondus: restauration rapide, restauration assise, les restaurants fast casual et les cafés et coffee shops.

Davantage de répondants estiment que les prix se stabilisent.

Moins de personnes perçoivent une hausse des prix des restaurants et des supermarchés. Davantage de sondés pensent désormais que les prix se sont stabilisés.

Près d'une personne interrogée sur cinq prévoit de se rendre davantage au restaurant.

Plus précisément, 36 % des répondants de la génération Z ont l'intention d'augmenter leurs visites. Vous trouverez dans notre blog notre expertise sur la façon dont les chaînes peuvent répondre aux besoins de ce groupe démographique.

Les membres de la génération Z se tournent vers commerces de proximité pour leurs repas.

Une personne interrogée sur cinq déclare acheter davantage de repas dans les commerces de proximité, dont près de 40 % de la génération Z. Cela met en évidence la concurrence croissante à laquelle les restaurateurs font face.

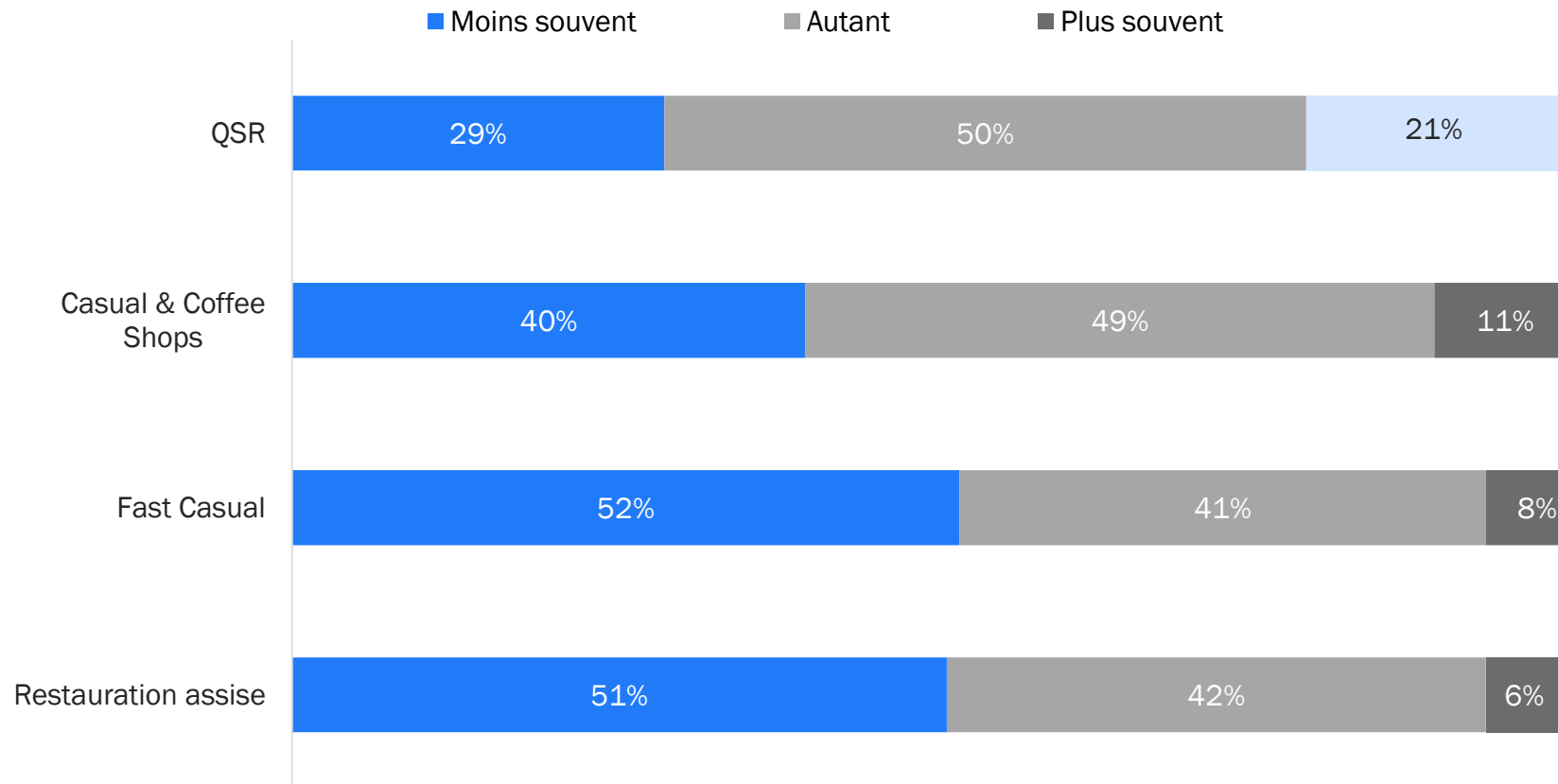




Habitudes de consommation

Les répondants déclarent avoir **fréquenté moins souvent l'ensemble des segments** que le mois précédent

Au cours du mois dernier, avez-vous commandé plus ou moins souvent dans les restaurants suivants ?



La restauration rapide a cependant connu la plus forte augmentation du nombre de visites déclarées, 1 personne interrogée sur 5 s'y rendant plus souvent.

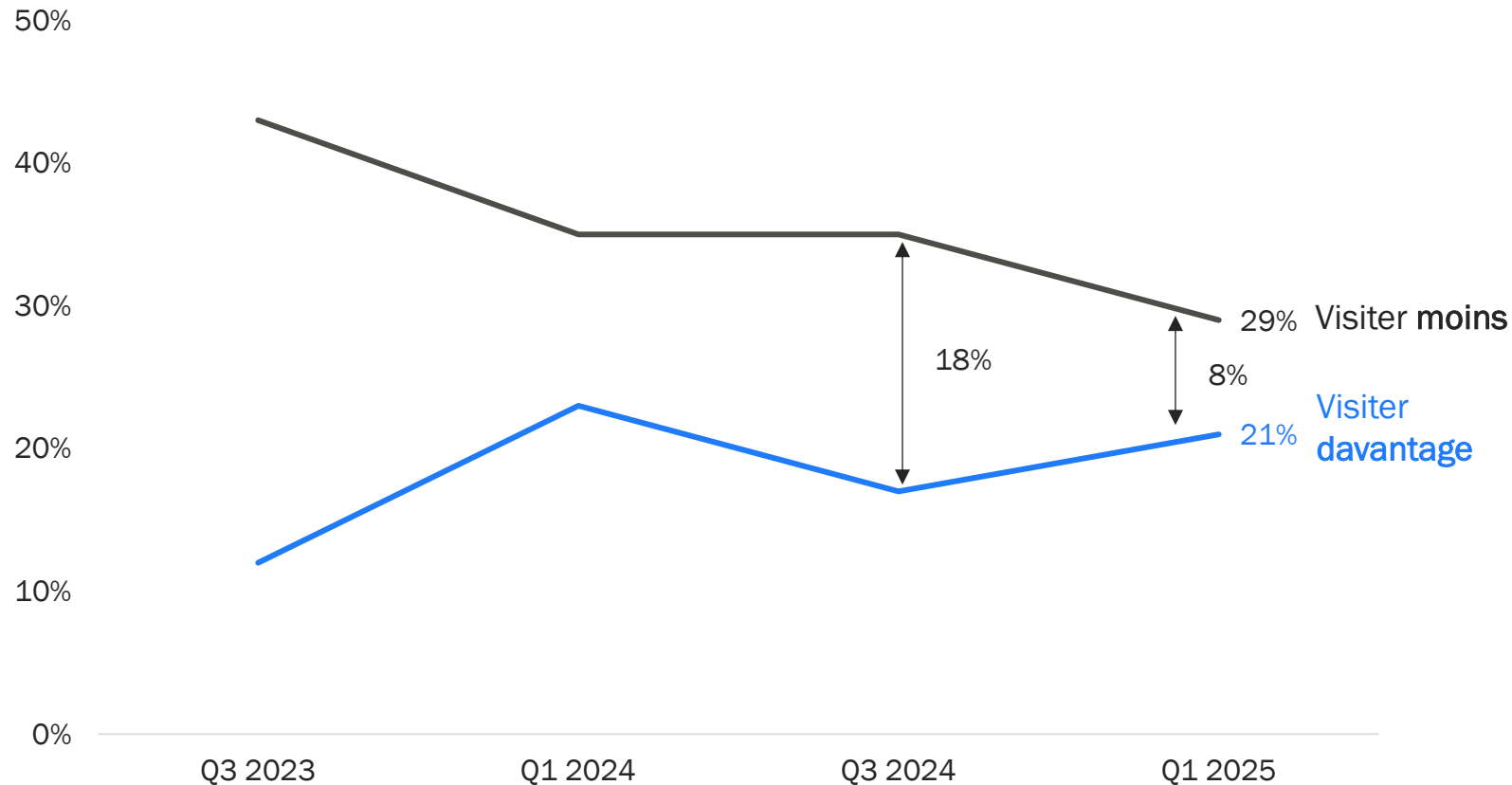
Elle semble bénéficier d'un rapport des segments plus onéreux.

Focus QSR

Par rapport au T3 2024, les répondants sont moins nombreux à réduire leur fréquentation en QSR

Au cours du dernier mois, êtes vous allé plus ou moins souvent en restauration rapide ?

Part des personnes interrogées qui ont déclaré visiter « davantage » contre celles qui ont déclaré visiter "moins".



Maintenir une croissance tout en gérant les augmentations de prix est la clé d'un succès à long terme.

Avec **Price Studio**, vous pouvez optimiser votre tarification de manière stratégique afin d'accroître votre rentabilité sans impacter le trafic. Découvrez comment notre solution peut soutenir votre croissance.

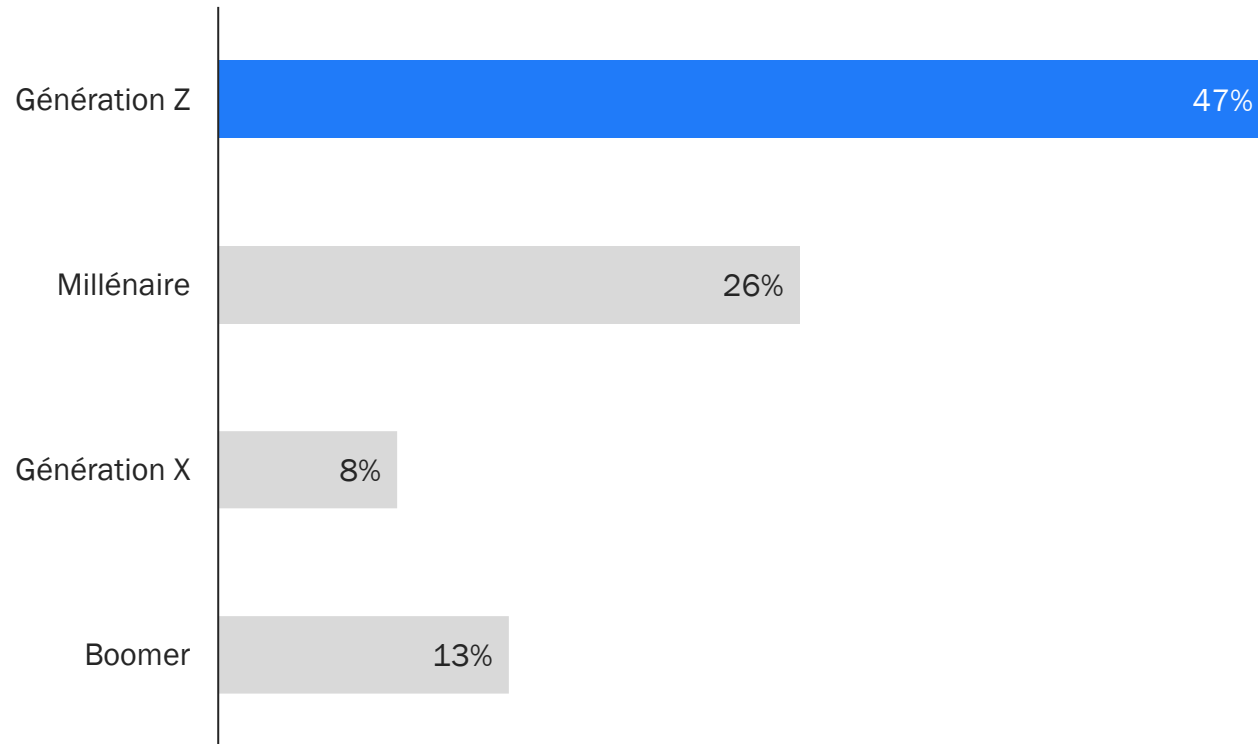
[Découvrez Price Studio](#)

Focus QSR

Près d'un Gen Z sur deux a déclaré se rendre plus souvent dans des QSR au cours du mois écoulé

Au cours du dernier mois, avez-vous fréquenté plus ou moins souvent des restaurants à service rapide ?
Part des répondants ayant répondu “davantage”

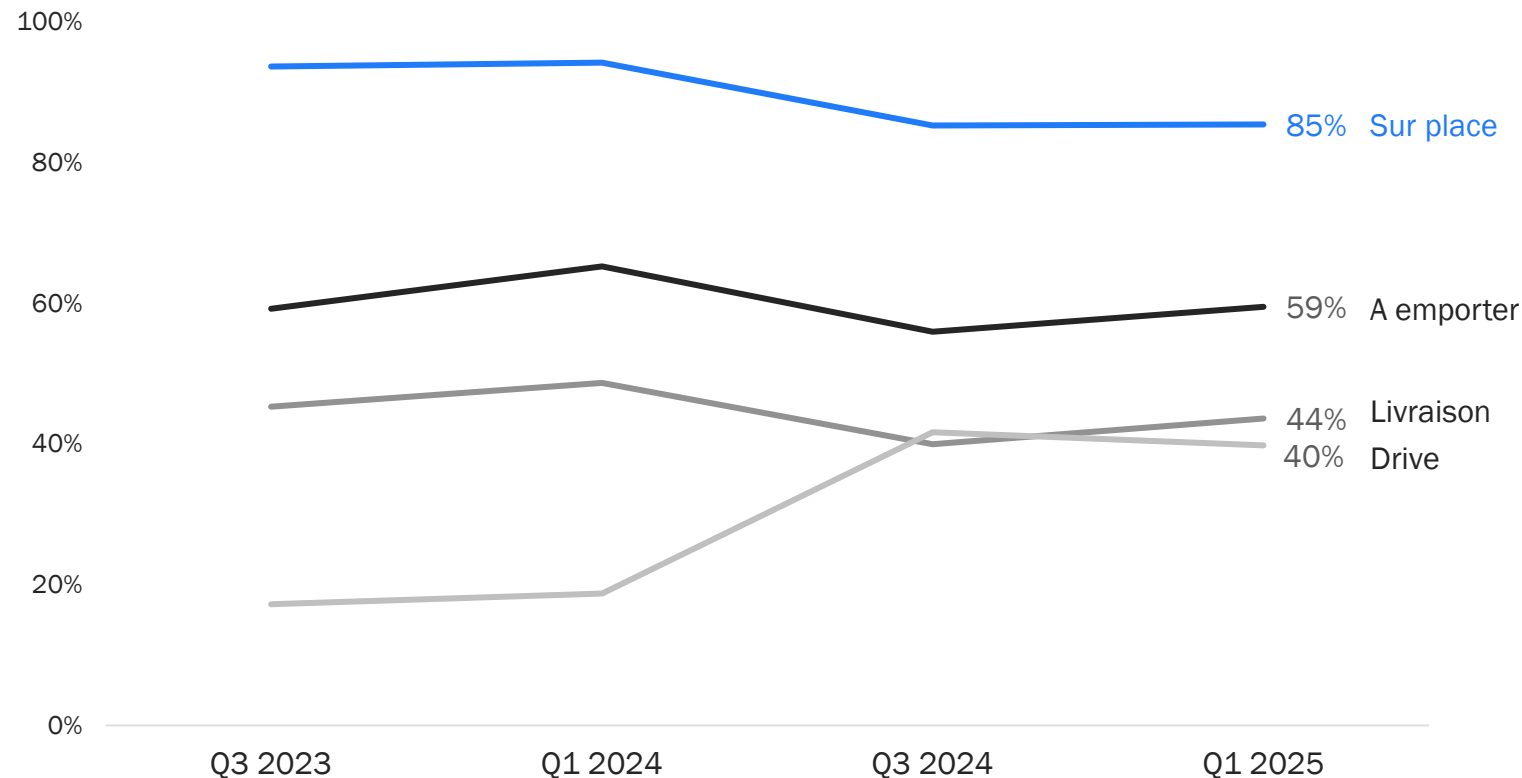
Fréquenter davantage les QSR



Canaux de vente

La fréquentation hebdomadaire reste élevée, plus de 4 personnes sur 5 indiquant se rendre **au moins une fois** par semaine **au restaurant**

Part des personnes interrogées déclarant se rendre au moins une fois par semaine dans un restaurant, par canal de vente



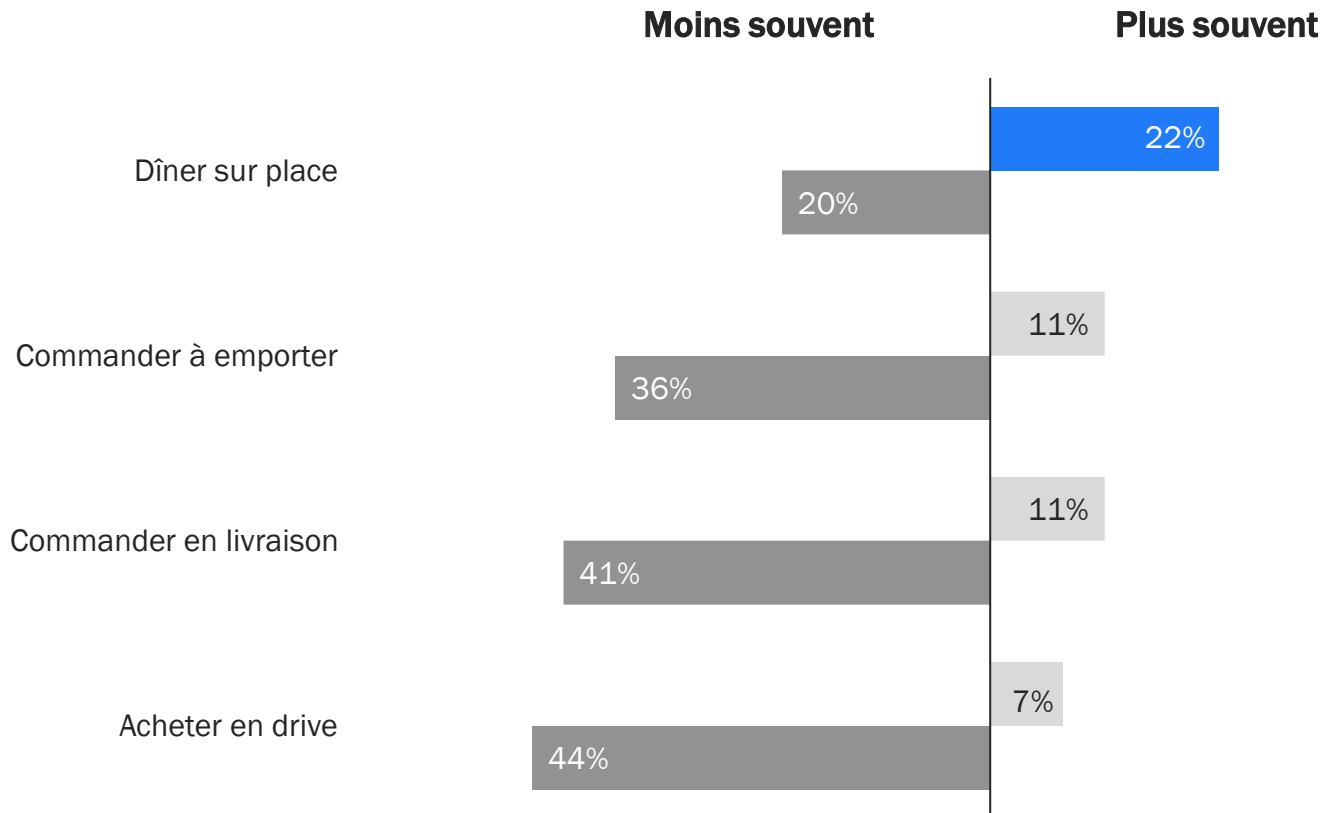
La consommation sur place reste le canal de vente le plus prisé.

Toutefois, la consommation hebdomadaire de chaque canal est restée stable.

Futures intentions

À l'avenir, près d'une personne interrogée sur quatre a l'intention d'augmenter sa fréquentation des restaurants

À l'avenir, dans quelle mesure prévoyez-vous de faire les choses suivantes ?
Part des personnes interrogées ayant répondu "plus souvent" et "moins souvent".

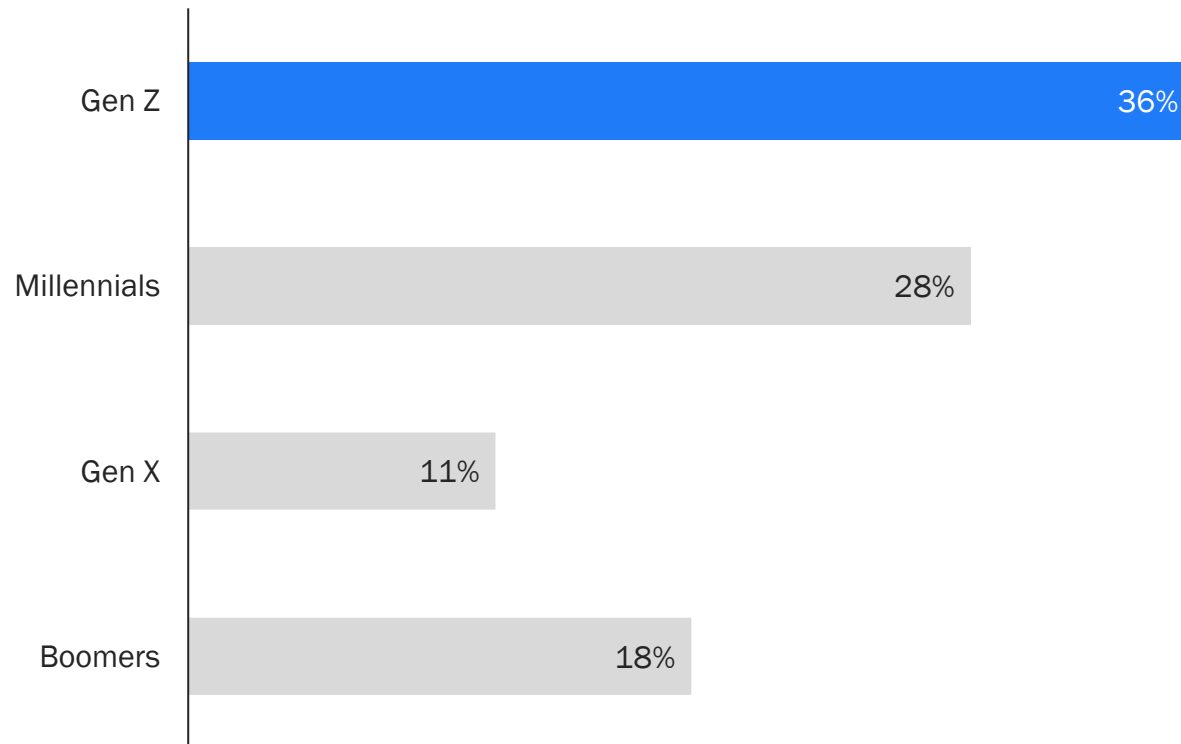


Focus: futures intentions sur place

La gen Z est la plus optimiste, avec plus d'une personne sur trois envisageant de **dîner davantage sur place** à l'avenir

À l'avenir, combien de fois prévoyez-vous de manger au restaurant ?
Part des répondants ayant répondu "plus"

A l'avenir, les repas sur place seront plus fréquents

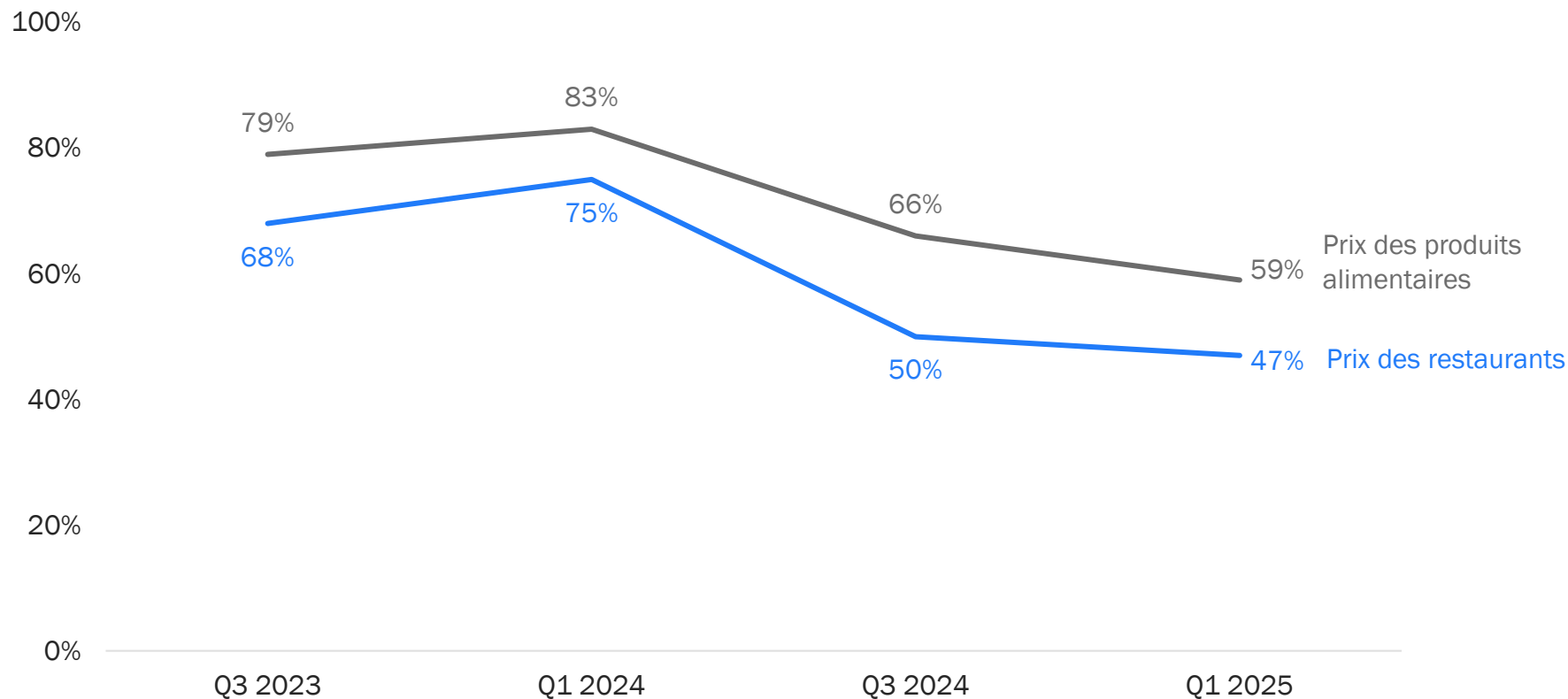


Prix et rapport qualité-prix

Perception de l'inflation

Près d'un répondant sur deux estime payer des prix plus élevés dans les restaurants

Part des personnes interrogées qui déclarent payer des prix plus élevés



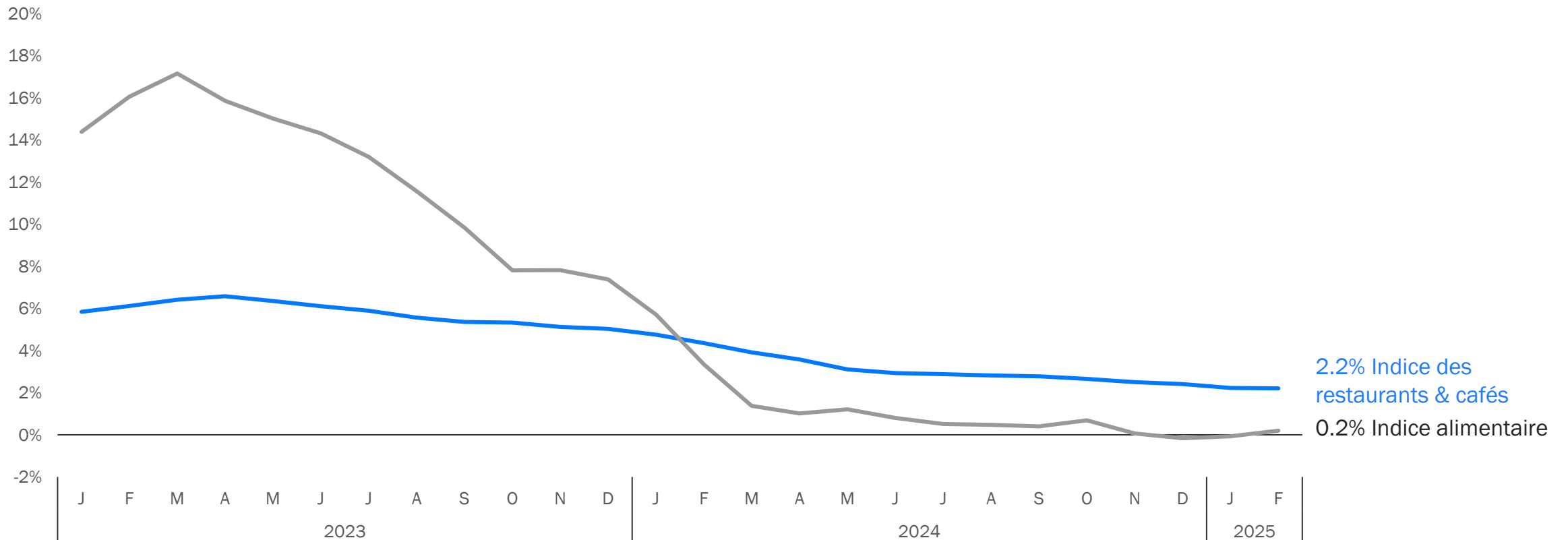
Si les personnes interrogées continuent de penser majoritairement que les prix sont plus élevés, cette proportion diminue cours des derniers trimestres.

Ils sont plus nombreux à penser que les prix se sont stabilisés, et beaucoup déclarent qu'ils sont « similaires ».

Plus en detail...

En réalité, les hausses de prix dans les restaurants et les cafés sont supérieures à celles de la grande distribution

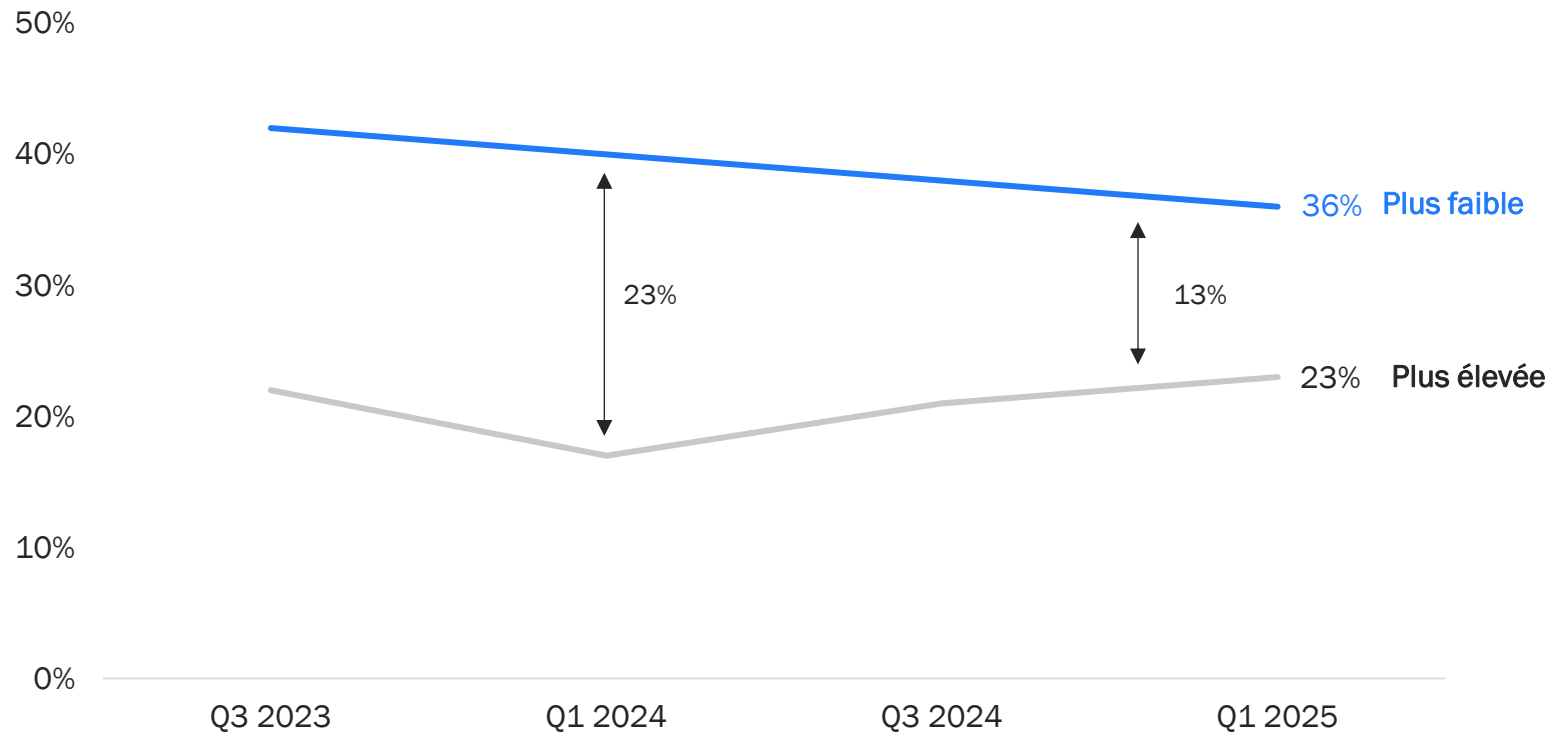
Variations des prix de l'indice des produits alimentaires et de l'indice des restaurants et cafés, en glissement annuel



Habitudes de consommation

Plus d'une personne sur trois déclare **dépenser moins en restaurant** par rapport à l'année dernière

“Par rapport à l'année dernière, la part du revenu disponible que je consacre aux restaurants est ...”

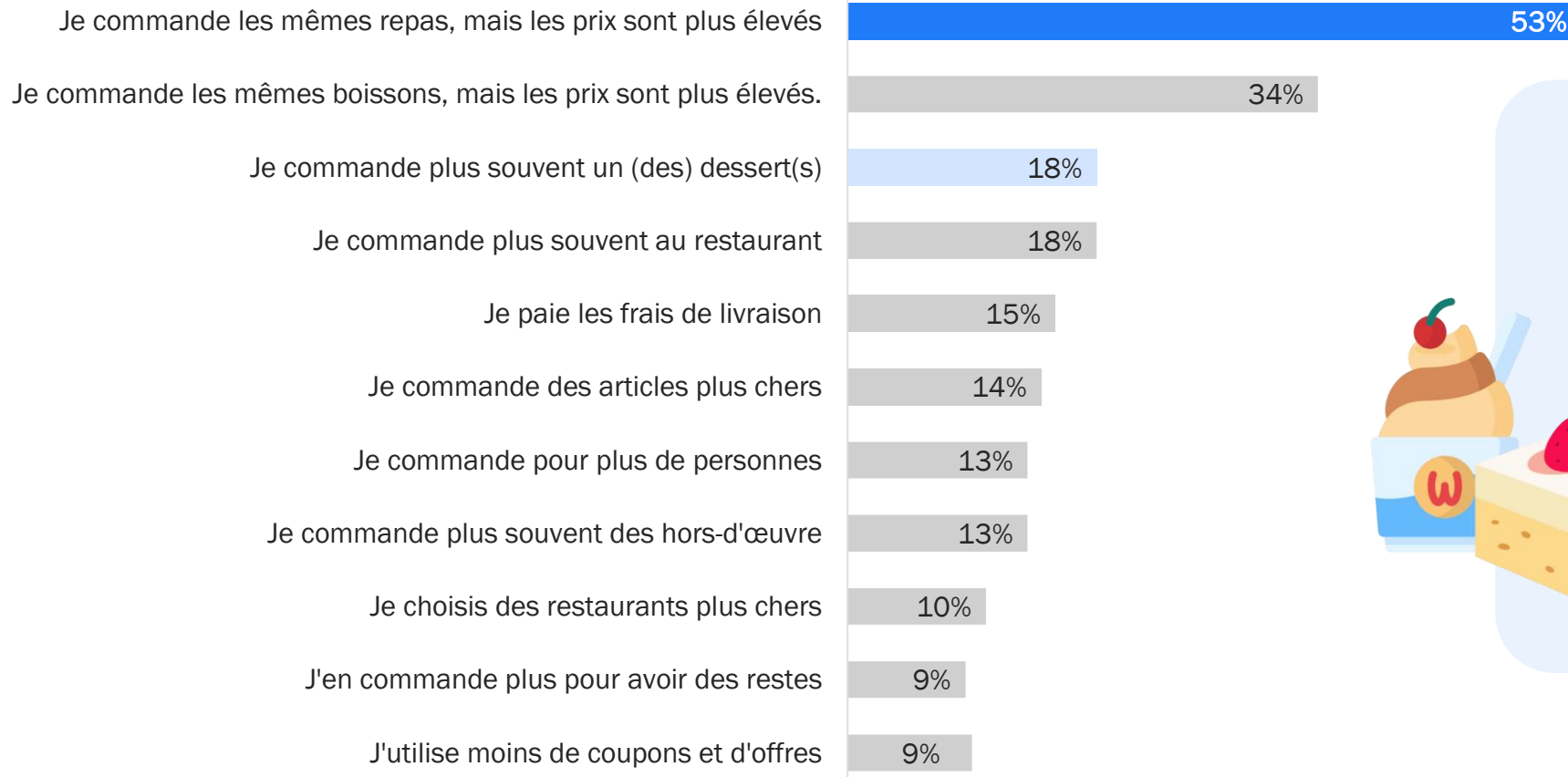


Au premier trimestre 2025, un pourcentage plus élevé de répondants déclarent dépenser davantage au restaurant par rapport au premier trimestre 2024, réduisant l'écart entre ceux qui limitent leurs dépenses et ceux qui se font plaisir.

Dépenser plus

Les clients **déclarant dépenser davantage** attribuent cela à **l'inflation**

Pourquoi **dépensez-vous plus** au restaurant ?



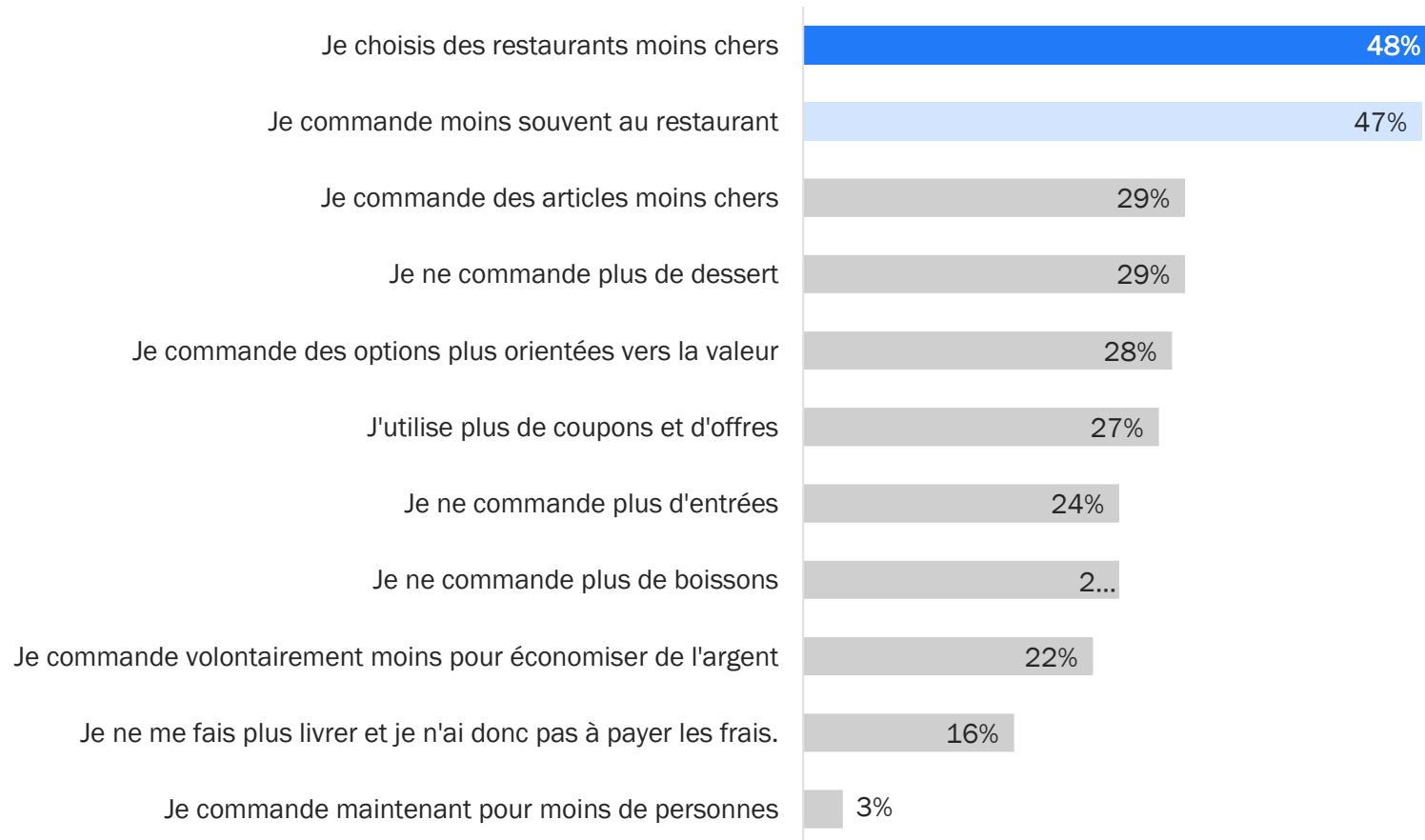
Près d'une personne interrogée sur cinq attribue l'augmentation de ses dépenses au fait qu'elle commande plus souvent des desserts.

Faites la promotion de votre carte des desserts avec des options saisonnières ou originales afin d'augmenter les ventes.

Dépenser moins

Les répondants qui ont déclaré avoir **dépensé moins** ont opté pour des **restaurants plus abordables**

Pourquoi **dépensez-vous** moins au restaurant ?



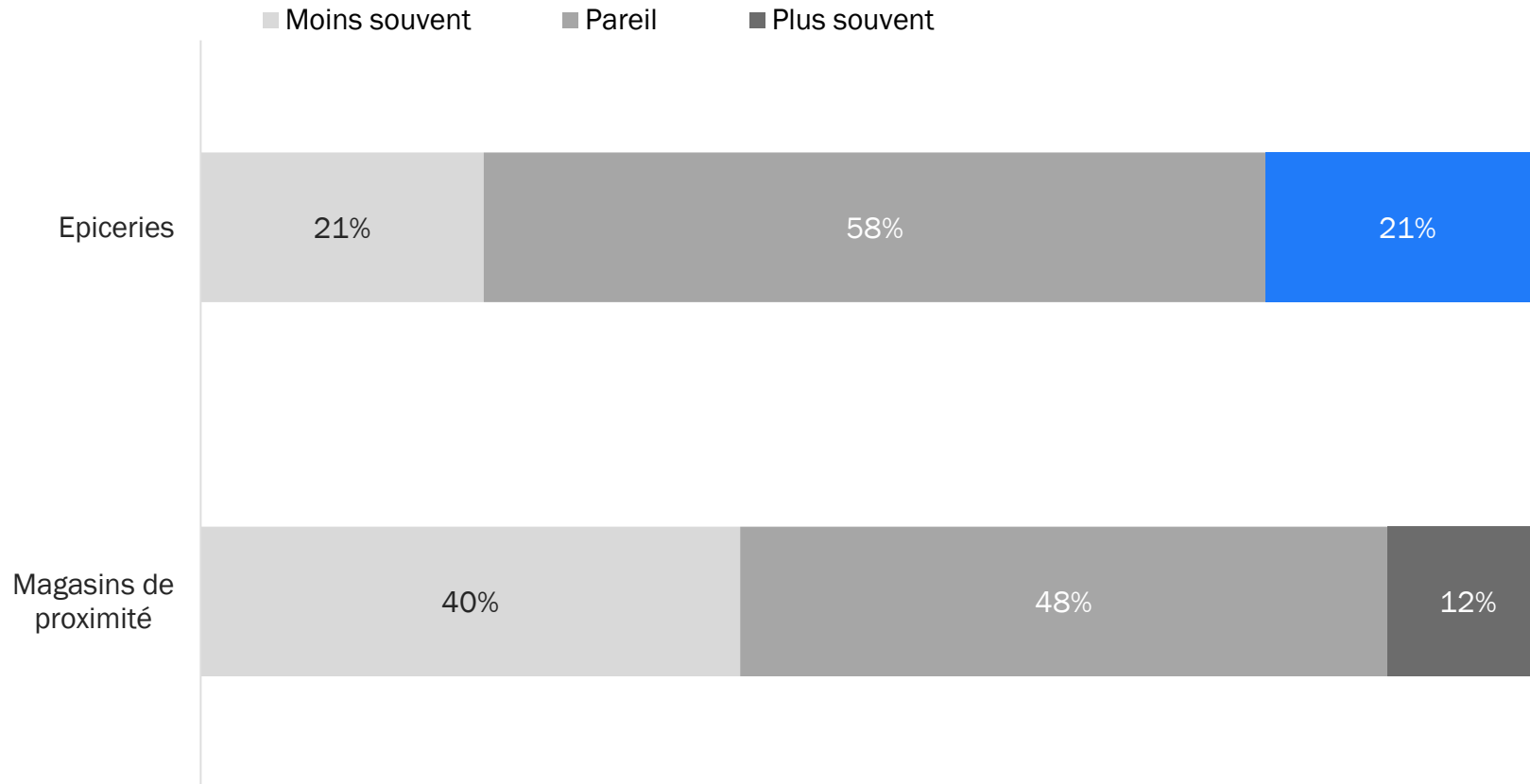
Près d'un client sur deux commande intentionnellement moins souvent au restaurant pour dépenser moins.

Commerces de proximité

Fréquentation

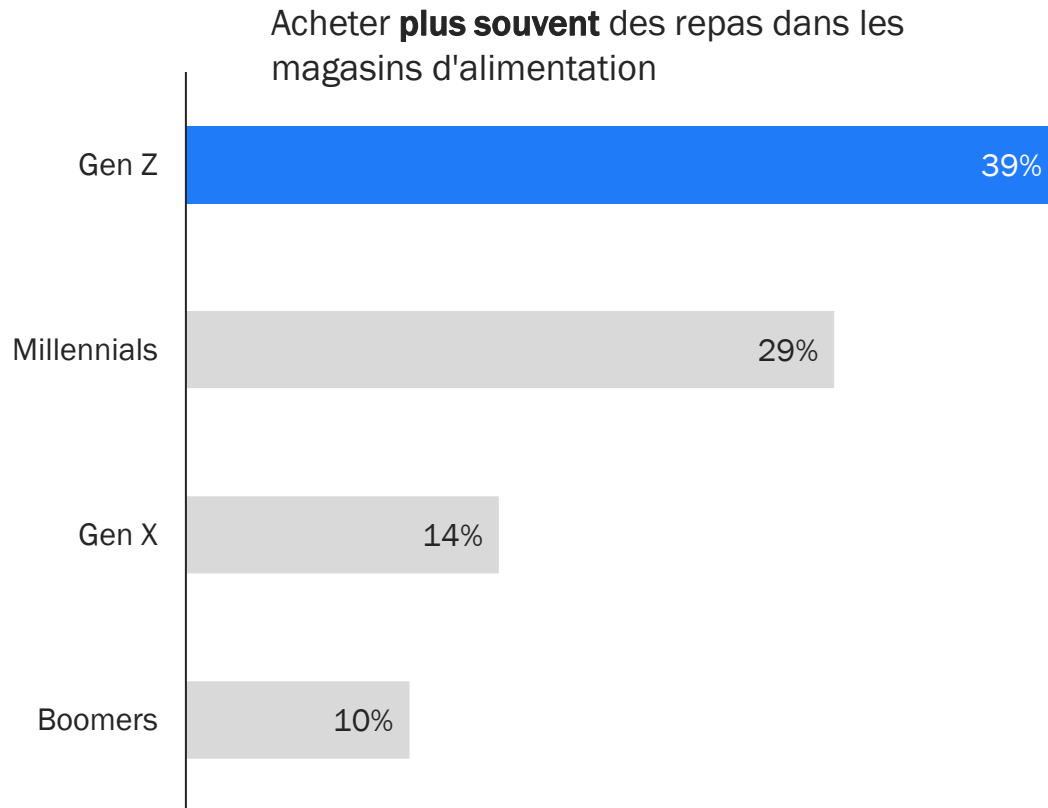
1 personne interrogée sur 5 a augmenté ses achats de repas dans les magasins d'alimentation au cours du dernier mois

Au cours du dernier mois, avez-vous commandé plus ou moins souvent dans les magasins suivants ?



Près de 2 personnes sur 5 de la gen Z font des épiceries leur lieu de prédilection pour l'achat de repas

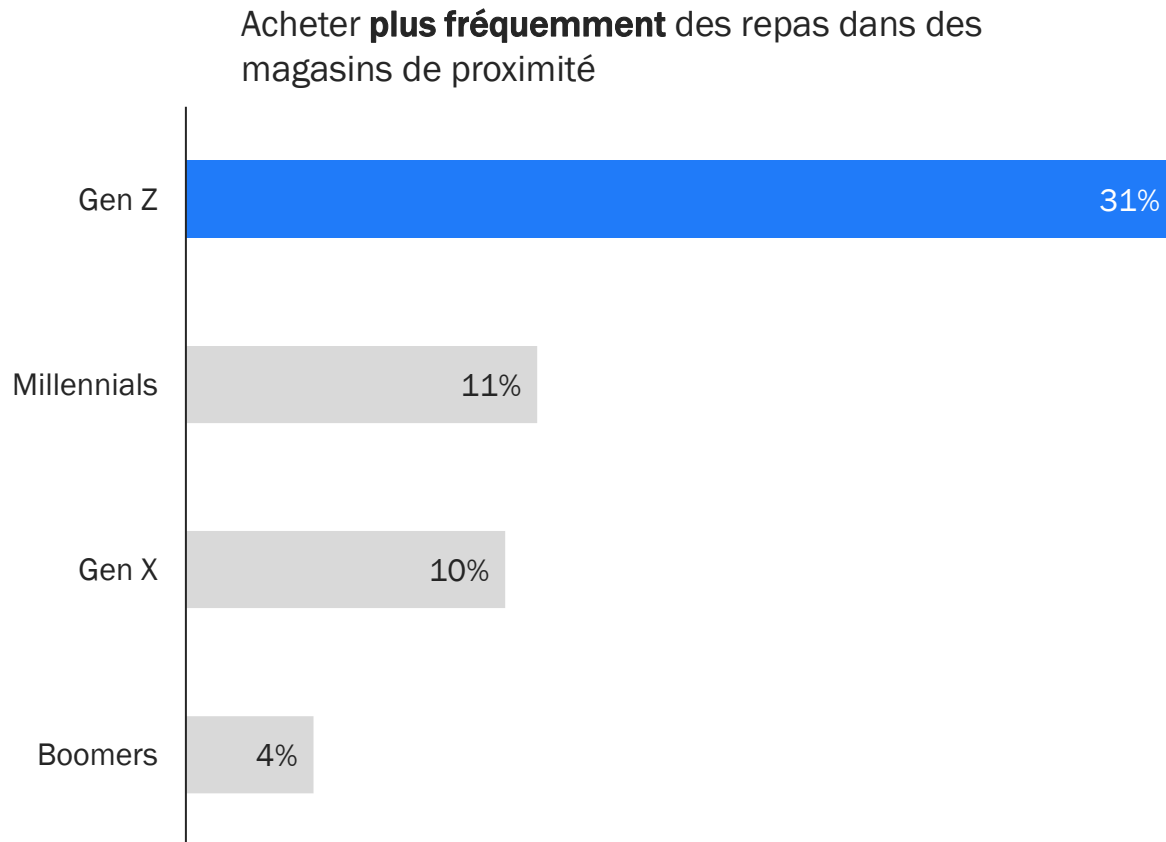
Au cours du dernier mois, avez-vous commandé plus ou moins souvent dans des épiceries ?
Part des personnes interrogées ayant répondu "**plus**", par **génération**



Magasins de proximité

De même, près d'un répondant Gen Z sur trois a déclaré acheter plus souvent des repas dans des magasins de proximité

Au cours du dernier mois, avez-vous commandé plus ou moins souvent dans des magasins de proximité ?
Part des personnes interrogées ayant répondu "plus", par génération



Les jeunes générations sont plus enclines à prendre un repas dans un magasin de proximité.

Les restaurants peuvent attirer les gen Z en leur offrant confort, un environnement décontracté et une nourriture de qualité.

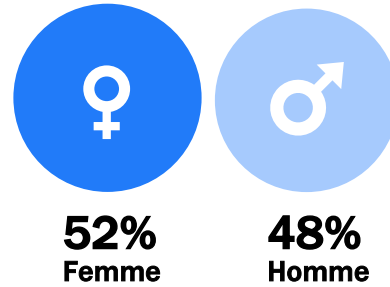


À propos de l'enquête

À propos de l'enquête

RMS a interrogé 397 personnes en France du 4 au 5 mars 2025.

Genre



Génération



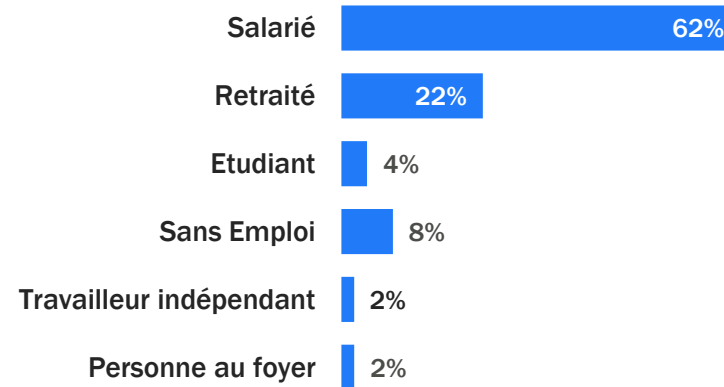
Fréquentation des restaurants



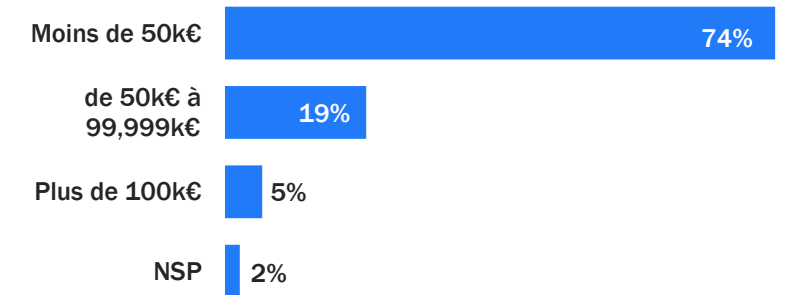
Ventilation des répondants

RMS a interrogé 397 personnes en France du 4 au 5 mars 2025.

Situation professionnelle

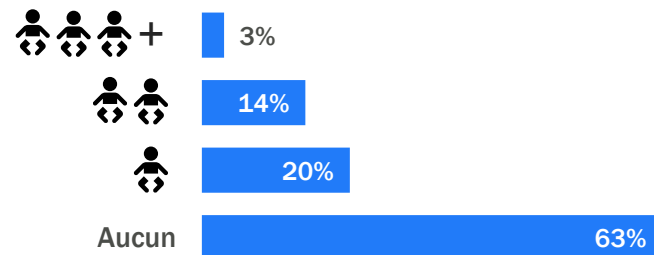


Revenu des ménages

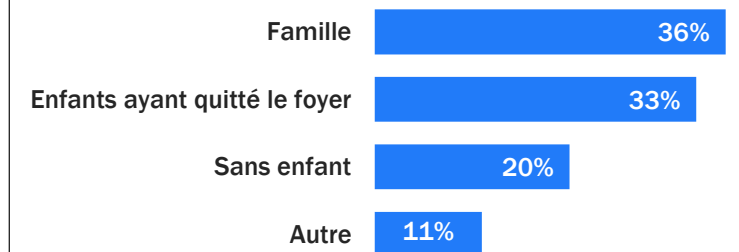


Les enfants

Moins de 16 ans dans le ménage



Type de ménage



Solutions basées sur les données pour les marques de restaurants

Depuis 30 ans, RMS aide les chaînes de restaurants à augmenter leurs ventes, rationaliser leurs coûts et maximiser leur rentabilité grâce à des informations exploitables et des solutions d'analyse de données alimentées par l'IA. Plus de 100 000 établissements dans plus de 40 pays font confiance à RMS pour les aider à piloter les hausses de coûts d'opération.

- + **Etudes tarifaires basées sur l'IA** : Créez et évaluez des scénarios de tarification avec des informations instantanées sur l'impact.
- + **Renseignements sur les prix des concurrents** : Surveillez facilement les prix des menus du secteur et des concurrents.
- + **metiRi®** : Rationalisez les rapports financiers et découvrez des opportunités de croissance.
- + **Analyse conjointe** : Découvrez les préférences des clients, la sensibilité au prix et les préférences en matière d'habitudes de consommation.
- + **Ingénierie des menus** : Améliorez la rentabilité grâce à des stratégies sur mesure et des études d'« eye-tracking ».

Prêt à en faire plus avec vos données ?

Planifier une démo

✉ info@revenuemanage.com

🌐 www.revenuemanage.com

