

LES PRATIQUES DES ENSEIGNES DE RESTAURATION RAPIDE TRADITIONNELLES ET HEALTHY FOOD EN MATIÈRE D'OFFRE SAIN ET/OU DURABLE



Master Marketing et Vente - Franchise & Commerce en Réseau
Projet coordonné par Dr. Rozenn Perrigot et Corentin Le Bot et soutenu par l'Agence Régionale de Santé Bretagne

Étude qualitative réalisée à partir de 83 entretiens semi-directifs

48 Franchisés
35 Franchiseurs

MÉTHODOLOGIE



NOTIONS

Junk food

La junk food désigne la nourriture malsaine, généralement riche en calories, en matières grasses, en sucre et en sel, mais pauvre en nutriments essentiels tels que les vitamines, les minéraux et les fibres.

Healthy food

La healthy food est une alimentation qui favorise la consommation d'aliments nutritifs et sains tels que les fruits, les légumes, les grains entiers et les protéines maigres, tout en limitant les aliments transformés, riches en calories, en sucre et en sel.

OFFRE : RESTAURATION TRADITIONNELLE

Les enseignes traditionnelles proposent des offres variées, basées sur la gourmandise.

- Burgers
- Pizzas
- Kebabs
- Tacos...

Les enseignes traditionnelles proposent également des alternatives saines depuis de nombreuses années, sans que cela ne vise leur cœur de cible, ou que la notion de durable ne soit communiquée et/ou prise en compte.

- Produits bio
- Produits moins gras, moins sucrés moins salés
- Produits moins transformés
- Salades
- Alternatives végétariennes

OFFRE : RESTAURATION HEALTHY FOOD

Le "healthy food" peut s'illustrer par différents segments d'offres et de produits.

- Açaï Bowl : un mélange de baies et de granola d'origine brésilienne.
- Pitas : un pain rond traditionnel de Méditerranée.
- Pokés : un plat traditionnel hawaïen composé de poisson cru.
- Salades à composées dans les "bars à salade".
- Sandwichs à composer, en choisissant son pain et sa garniture.

Les raisons de l'orientation de ces enseignes vers une offre saine et/ou durable sont diverses.

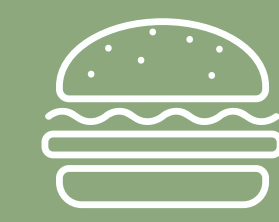
- Les enseignes sont soucieuses des problématiques environnementales.

"[...] Le but c'est de sensibiliser et de montrer que notre enseigne est très soucieuse des questions environnementales." (Franchiseur)

- En plus de partager ces engagements en matière d'impact environnemental, les enseignes de restauration healthy food souhaitent engager leurs clients dans ces démarches.

"Soit je les jette [aliments], soit je fais des cadeaux aux clients. Et si vraiment il m'en reste beaucoup à la fin de la journée, je donne tout au Too Good To Go, ou alors, je partage avec mes équipes." (Franchisé)

"J'aimerais bien que, dans la finalité, ils sortent du resto en ayant pris conscience qu'effectivement, il fallait trier pour ceux qui débarrassent leur plateau, car il y a encore une majorité qui ne le font pas." (Franchisé)



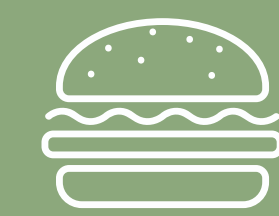
PRATIQUES DES ENSEIGNES TRADITIONNELLES

- Les enseignes traditionnelles font beaucoup d'efforts sur l'aspect durable et sont de plus en plus attentives au conditionnement et au transport des produits.

"Notamment, on n'utilise que du carton, on n'a pas un impact plastique... On utilise très peu de plastique aujourd'hui. Même le plastique de nos livraisons, c'est du plastique recyclable, biodégradable. Les boîtes à pizza, les boîtes à carton, c'est ce qui part le plus. Notamment, pour tout ce qui est finger foods, les nuggets, c'est des boîtes en carton évidemment. C'est passé de boîtes en aluminium à boîtes en carton recyclé. Plus écologique pour la planète. On privilégie le recyclable." (Franchisé)

- Les enseignes traditionnelles ressentent la nécessité d'adapter leur offre, au regard des nouvelles tendances de consommation : manger des produits de meilleure qualité et respectueux de l'environnement, limiter sa consommation de viande, composer son menu...

"Je m'adapte également, on peut refaire des recettes au client et il crée sa propre [recette] [...] On peut facilement modifier légèrement la recette [...] remplacer par exemple le poisson, la viande par de l'avocat ou autre chose." (Fé)



ADAPTATION DES FRANCHISEURS DES ENSEIGNES TRADITIONNELLES

Les franchiseurs des enseignes traditionnelles proposent des offres qui tendent vers le sain et le durable.

- En fonction de leurs offres de base, ils s'adaptent à la clientèle et à la demande.

"Mes collègues sont très créatifs pour un concept, recettes, nouveautés, proposer des choses un petit peu décalées et nouvelles. On est obligé d'écouter le consommateur et de suivre un peu ce que ce dernier veut." (Franchiseur)

- Ils ont la volonté de conserver une offre qualitative, tout en proposant des alternatives plus saines.

"Alors, on n'est pas forcément sur du produit frais, on est sur du 100 % surgelé, mais on n'est pas sur du surgelé [...] bas de gamme." (Franchiseur)

- Ils essayent de trouver des compromis dans une dynamique d'amélioration constante (coûts, logistique, adaptation de leur offre).

"Si on revient à la partie purement alimentaire, [...] les formules notamment pour les menus enfants qui sont le plus mis en avant aujourd'hui, ce sont les formules les plus équilibrées pour les enfants, on a beaucoup changé la composition du [Menu Enfant]. Quand j'ai commencé il y a 35 ans le [Menu enfant], c'était hamburger frites coca avec gâteaux en dessert. Aujourd'hui [...], vous pouvez substituer, remplacer vos frites par des légumes, [...] vous pouvez prendre des fruits en dessert, remplacer le coca par des jus de fruits y compris des jus de fruits bio ou de l'eau." (Feur)



PRATIQUES DES ENSEIGNES HEALTHY FOOD

Les franchiseurs :

- Privilégient les achats de produits français et locaux pour améliorer le côté durable de leurs offres.

"On essaye le circuit court, on produit notre lait en France, nos fromages aussi par des producteurs français, donc on essaye de faire le maximum de produits qui sont français, donc pour moi, c'est aussi plutôt ça la durabilité." (Feur)

- Proposent plus de produits sains que de produits durables, notamment à cause de la complexité de proposer une offre entièrement durable.

"Il faudrait peut-être élargir la gamme salade. [...] Le durable me gêne un peu. Je pense que vu l'empreinte carbone, c'est quand même compliqué". (Franchiseur)

- Tendent vers des offres de plus en plus saines et durables.

"Alors durable, on va dire à 100% parce que tout est bio et sourcé localement [...]" (Franchiseur)

- Essayent également de mettre en avant le caractère sain et équilibré de leur offre se différenciant ainsi des enseignes traditionnelles.

"De plus en plus de jeunes viennent chez moi, comme ils disent : 'nous on ne va pas chez McDo, puisque le manger sain, ça n'y est pas.' Ils vont chercher ce côté plutôt sain où on sait ce qu'il y a exactement dans le produit, c'est ça qui les intéresse." (Franchiseur)

EFFORTS



IMPLICATION DES FRANCHISÉS DANS LA MISE EN PLACE D'UNE OFFRE PLUS SAIN ET/OU DURABLE

Les franchisés des deux types d'enseigne :

- Sont exigeants sur le conditionnement des produits et sur les efforts de leur franchiseur en matière de livraison, même au détriment du prix final :

"[...] On fait très attention également aux emballages, comment sont livrés nos produits, que ce soit des emballages biodégradables ou compostables. Et donc [...] forcément mécaniquement, tout ça, c'est bien beau de le dire, par exemple, on a aussi l'électricité verte issue [...] d'énergie renouvelable, tout ça, ça a un coût forcément, donc après ça se ressent sur le [prix du] produit." (Franchisé)

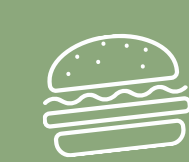
- Font attention au tri et au recyclage des déchets de leurs restaurants, dans une démarche d'alimentation durable :

"On est très sensibles à ça, s'il y a un sac qui nous sert à livrer quelque chose, on va le réutiliser comme sac-poubelle." (Franchisé)

- Sont très impliqués dans l'évolution de l'offre proposée par la tête de réseau. Les efforts à effectuer peuvent donc venir d'une impulsion commune de la part de tous les franchisés :

"On est une quarantaine de franchisés derrière l'enseigne pour l'instant et tout le monde apporte sa pierre à l'édifice, donc chacun dit ce qu'il peut apporter pour améliorer toujours les choses, on est en constante évolution." (Fé)

CONCLUSION



ENSEIGNES TRADITIONNELLES

Les enseignes traditionnelles souhaitent pour la plupart tendre vers des offres plus saines et durables tout en conservant une offre gourmande.

" On avance petit à petit. C'est un peu notre slogan, on n'est pas parfait, mais on se bouge." (Franchiseur)

Étant donné que ces enseignes ont un positionnement totalement différent, celles-ci cherchent à s'adapter, sans pour autant proposer autant de diversité que dans les enseignes healthy.

"Pour moi, vu qu'on y met des bons produits de terroir, des fromages AOP, de la viande labellisée, ce genre de choses, ça rentre un peu plus dans le sain, même si ça reste une pizza et que c'est quand même globalement un peu gras." (Franchisé)



HEALTHY FOOD

En matière d'offre saine et durable, ces enseignes sont appréciées par des clients soucieux des problématiques environnementales qui sont sensibles aux efforts consentis en la matière.

Les franchiseurs de ce type d'enseignes accordent de l'attention à la provenance des produits (français, local), mais aussi à des emballages respectueux de l'environnement.

Les enseignes sont elles-mêmes engagées dans ces transitions et veulent transmettre ces valeurs à leurs clients.

La problématique de manger durable semble prépondérante, et au cœur des problématiques actuelles des enseignes de restauration rapide. La problématique de l'alimentation saine est, quant à elle, déjà prise en compte depuis plusieurs années.



EFFORTS FRANCHISÉS ET FRANCHISEURS

Les franchisés des enseignes de restauration rapide font des efforts sur la manière dont ils conditionnent leurs produits et sont attentifs sur les efforts pratiqués par leur franchiseur en matière de développement durable.

Ils font également des efforts sur leurs approvisionnements : une attention particulière est portée sur la provenance et la qualité des produits qu'ils utilisent dans la préparation de leurs plats, et ils s'investissent dans le tri et le recyclage des déchets générés dans leurs restaurants.

Les franchisés sont impliqués dans l'évolution de l'offre proposée par la tête de réseau et peuvent contribuer à mettre en place des pratiques en lien avec le manger sain et/ou durable. L'effort et/ou l'évolution de l'offre peut donc venir d'une impulsion de la part des franchisés.