



Dossier de presse

- Février 2010 -

Le Baromètre Nutritionnel 2010 de la Restauration Rapide

Contact presse :

Nutritionnellement - Tél. : 01 56 88 16 20 - nutty@nutritionnellement.fr

Le Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide ; un nouvel indicateur de qualité nutritionnelle

**Au Sandwich & Snack Show 2010, Nutritionnellement présente en
exclusivité le 1^{er} Baromètre Nutritionnel
de la Restauration Rapide et en dévoile certains résultats.**

Le 1^{er} Baromètre Nutritionnel de la restauration rapide mis en place par Nutritionnellement, à l'occasion du Sandwich & Snack Show 2010, permet de faire un 1^{er} état des lieux de la place occupée par la nutrition dans l'univers de la restauration rapide, pour ensuite mesurer son évolution chaque année.

Loin d'être une mode, la nutrition est une valeur durable qui est à la croisée des priorités des pouvoirs publics, des réglementations européennes et, surtout, des attentes des consommateurs qui veulent des produits « bons » : bons pour leurs papilles, bons pour leur portefeuille, bons pour la planète, bons pour leur emploi du temps et bons pour leur santé.

Ce Baromètre est la 1^{re} enquête qui s'intéresse à la place de la nutrition en restauration rapide. Réelle cartographie du secteur, le Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide a pour objectif d'étudier le choix qui est offert au consommateur de la restauration rapide et comment le secteur s'investit et innove pour répondre à une attente prioritaire de ses clients qui est de « manger vite mais bien ».

Le Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide étudie un échantillon d'enseignes de restauration rapide, indépendantes pour certaines, organisées en chaînes pour les autres, selon plus de cinquante critères nutritionnels regroupés en 4 thématiques :

- Positionnement
- Offre produits
- Offre menus
- Information et communication

Cette version 2010 du Baromètre présente les résultats d'une enquête observationnelle réalisée dans les enseignes en 2009, et permet d'identifier les initiatives mises en place dans le domaine de la nutrition à l'échelle individuelle des enseignes, et à l'échelle relative au nombre d'établissements de restauration rapide mis à la disposition des consommateurs en France métropolitaine*.

* à partir des chiffres de Gira FoodService

Quelques grands enseignements...

Equilibre alimentaire : les menus pour adultes peuvent mieux faire...

D'après l'échantillon étudié par Nutritionnellement pour ce 1^{er} Baromètre Nutritionnel de la restauration rapide, 83 % des enseignes de restauration rapide proposent au moins une formule menu pour adultes.

Rapporté à l'échelle de la totalité des établissements français de restauration rapide, cela représenterait 91 % des restaurants.

La « formule menu » pour adultes est donc devenue incontournable dans les enseignes de restauration rapide, qu'elles soient indépendantes ou organisées en chaînes, sauf dans certaines enseignes positionnées haut de gamme.

Lorsqu'on s'intéresse à l'équilibre alimentaire de ces formules menus, les chiffres sont très différents : seulement 53 % des enseignes indépendantes de restauration rapide qui proposent au moins une formule menu pour adultes, proposent des formules menus adaptées pour un menu équilibré*. Et ce chiffre tombe à 13 % pour les enseignes organisées en chaînes.

Les formules menus pour adultes ne semblent donc pas répondre à une demande de « manger équilibré », mais plus à une préoccupation économique. Ce qui laisse aux enseignes de restauration rapide de réelles opportunités de développement dans le domaine de la nutrition, avec des formules menus équilibrées, conjuguant équilibre économique et nutritionnel.

... alors que les menus pour enfants font des envieux !

Les enseignes sont encore peu nombreuses à proposer des formules menus pour enfants. Il est vrai que les enfants fréquentent peu la restauration rapide à l'heure du déjeuner, mais plus dans le cadre de leurs loisirs, le week-end, le mercredi ou pendant leurs vacances.

Dans l'enquête, aucune enseigne indépendante de restauration rapide ne propose de formule menu pour enfants. Et concernant les enseignes organisées en chaînes, 30 % d'entre elles en proposent. Ce chiffre ramené à l'échelle de la totalité des établissements français de restauration rapide tomberait à 14 %.

En revanche, sur le plan nutritionnel, 83 % des enseignes de restauration rapide organisées en chaînes qui proposent au moins une formule menu pour enfants, proposent des formules menus équilibrées*. Un enseignement intéressant qui met en évidence les efforts faits sur le sujet par les chaînes, même si ces formules méritent largement d'être développées.

** Un menu équilibré comporte un féculent + une vraie portion de fruits ou de légumes + un VPO (un aliment du groupe viandes-poissons-œufs) + un produit laitier + une boisson (la boisson pouvant en même temps incarner le fruit ou le produit laitier etc.), le tout pour un apport calorique adapté.*

Pour en savoir plus ou pour une interview, n'hésitez pas à contacter Nutritionnellement.

Un outil complet à destination des professionnels de l'alimentation et de la restauration :

Plus de 50 items étudiés : mise en avant d'une charte nutritionnelle/d'engagements nutritionnels, les groupes d'aliments (les légumes, les produits laitiers, les viandes-poissons-oeufs, les boissons, les produits au soja...), les formats des produits, les menus fonctionnels (justification, prix), les repères nutritionnels, les allégations nutritionnelles...

Une analyse de **l'offre et de la communication**

Un audit **d'enseignes indépendantes et de chaînes,**

Des **commentaires spécifiques** de
Nutritionnellement pour chaque item.

Les résultats complets du Baromètre Nutritionnel 2010 de la Restauration Rapide sont en vente pour les professionnels auprès de :

Nutritionnellement
9, avenue de Friedland
75008 Paris
Tél. : 01 56 88 16 20
Fax : 01 46 22 15 33
nutty@nutritionnellement.fr

Nutritionnellement est un cabinet de conseil et de communication qui accompagne depuis 2001 les professionnels de l'alimentation (industriels, collectives, distributeurs, restaurateurs...) dans leurs stratégies, développements et communications en nutrition.

Nutritionnellement s'est particulièrement spécialisée dans la restauration et la vente à emporter, en accompagnant leurs acteurs dans leur positionnement nutritionnel, leur création de produits et menus, et leurs actions de communication.

Nutritionnellement est partenaire nutrition du Sandwich & Snack Show depuis 2003 (où elle anime notamment des nutri-datings, entretiens personnalisés pour répondre aux problématiques nutritionnelles des visiteurs).

En février 2010, l'agence y présente en avant-première la 1^{re} édition du Baromètre Nutritionnel de la restauration rapide.

ANNEXE :

Autres extraits du Baromètre Nutritionnel 2010 de la Restauration Rapide

Concernant le positionnement nutritionnel des enseignes

Les enseignes mettent-elles en avant un concept nutritionnel ?

- Dans l'échantillon, 15 % des enseignes indépendantes mettent en avant un concept nutritionnel (soit 14 % des établissements indépendants), et 10 % des enseignes organisées en chaînes (mais seulement 1 % des établissements organisés en chaînes).
- A l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, 12 % de ces établissements mettraient en avant un concept nutritionnel.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Les enseignes qui mettent en avant un concept nutritionnel sont celles qui, sur leur vitrine ou dans leur communication principale, invitent les consommateurs à venir manger chez elles d'une manière plus saine, plus équilibrée.

Malgré l'idée répandue actuellement que de plus en plus d'enseignes mettent la nutrition au cœur de leur priorité de positionnement, très peu d'enseignes mettent en avant pour l'instant un concept nutritionnel, qu'elles soient indépendantes ou organisées en chaînes. Il existe donc encore un grand potentiel de développement dans ce domaine car la majorité des Français souhaite manger mieux et plus équilibré à l'heure du déjeuner.

Les enseignes mettent-elles en avant une dimension écologique ?

- Dans l'échantillon, 5 % des enseignes indépendantes mettent en avant cette dimension, contre 25 % des enseignes organisées en chaînes (mais seulement 4 % des établissements appartenant à des chaînes).
- En France, cela ne concernerait que 7 % des établissements de restauration rapide.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Même si cela ne concerne pas directement la nutrition, car manger bio par exemple ne signifie pas forcément manger équilibré, et inversement, dans l'esprit des consommateurs, manger plus « écologique » est forcément plus « sain » d'un point de vue nutritionnel (source : Baromètre Agence Bio, 2009). Il était donc intéressant d'observer les enseignes qui mettent en avant une dimension écologique (engagements de développement durable, utilisation de produits issus de l'agriculture biologique, mise en avant d'une charte éthique, adhésion à un organisme de commerce équitable...).

Là aussi, malgré l'idée reçue que la majorité des enseignes prend désormais en compte ce critère, il n'est pas forcément tant que cela mis en avant.

Concernant l'offre produits

L'offre globale des enseignes intègre-t-elle des fruits ou équivalents sans sucres ajoutés ?

- Dans l'échantillon, 83 % des enseignes proposent des fruits ou des équivalents sans sucres ajoutés (75 % des enseignes indépendantes et 90 % des enseignes de chaînes).
- À l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, 84 % de ces établissements proposeraient au moins un fruit ou un équivalent sans sucres ajoutés dans leur offre.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Il s'agit ici, d'évaluer la présence de véritables portions de fruits ou équivalents au sein de l'offre de restauration rapide et de comprendre comment l'offre en restauration rapide peut répondre à l'objectif nutritionnel de santé publique de consommer au moins 5 portions de fruits et légumes par jour. Les compotes sans sucres ajoutés, les morceaux de fruits, les purs jus ou les smoothies sans sucres ajoutés sont considérés comme des équivalents de fruits. Par contre, les fruits incorporés dans des recettes comme les coulis de fruits, les fruits sur des tartes etc. ne sont pas comptabilisés car ils apportent généralement des sucres ajoutés et représentent rarement une portion de fruit significative.

Pour rappel, une portion de fruits ou équivalents correspond à un minimum de 80 g.

La présence quasi systématique de fruits ou équivalents sans sucres ajoutés dans l'offre de restauration rapide représente une réelle nouveauté. Il semble que les campagnes de sensibilisation sur la consommation des fruits et légumes aient été entendues par les professionnels de la restauration rapide. Il est tout de même à noter que l'offre reste souvent peu variée (souvent une seule variété de fruit ou de compote), sauf pour les nouveaux concepts de restauration rapide comme Qualité & Co ou Cojean qui proposent des solutions plus attractives (morceaux d'ananas, de noix de coco, de mangue etc.).

Les enseignes proposent-elles au moins 30 % de desserts à base de fruits ?

- Dans l'échantillon, seuls 18 % des enseignes proposent au moins 30 % de desserts à base de fruits. Les enseignes indépendantes sont plus créatives à ce sujet que les enseignes organisées en chaînes. En effet, 30 % des enseignes indépendantes et seulement 5 % des enseignes en chaînes (soit 1 % des établissements des chaînes étudiées) proposent au moins 30 % de desserts à base de fruits.
- À l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, grâce aux initiatives des enseignes indépendantes, le consommateur pourrait trouver une offre de desserts composée d'au moins 30 % de fruits dans 26 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Il ne s'agit pas ici de se positionner dans une démarche « 100 % sans sucres ajoutés » mais d'évaluer si de vraies portions de fruits sont disponibles dans les desserts proposés par les enseignes de restauration rapide (les pâtisseries aux fruits n'étant par exemple pas considérées comme des desserts à base de fruits car leur portion de fruit est rarement significative et car elles contiennent généralement du sucre ajouté et de la matière grasse ajoutée, pour un apport calorique globale très éloigné de celui d'un vrai dessert à base de fruits).

Bien que l'intégration des fruits dans l'offre de desserts est de plus en plus généralisée, le nombre de références et la diversité ne sont pas encore au rendez-vous. Il reste souvent difficile de privilégier des fruits ou équivalents en dessert et de les varier dans le cadre d'une consommation quotidienne en restauration rapide. Les initiatives de diversification et d'augmentation de cette catégorie de desserts (vs pâtisseries, crèmes etc.) commencent à émerger en concrétisant l'alliance de la gourmandise et de la nutrition, et ce particulièrement dans les nouveaux concepts d'enseignes indépendantes.

Les enseignes qui proposent des sandwiches les préparent-elles sur mesure à la commande ?

- Dans l'échantillon, 33 % des enseignes de restauration rapide qui proposent des sandwiches les préparent sur demande.
- À l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide proposant des sandwiches en France, cela ne représenterait que 29 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Laisser la liberté de pouvoir composer son sandwich ou du moins de faire varier un ou plusieurs ingrédients, tels que la sauce ou les corps gras, pourrait permettre à la restauration rapide de mieux s'adapter aux attentes des consommateurs, notamment à ceux qui souhaitent maîtriser leurs apports caloriques. A contrario, cette liberté peut malheureusement également permettre aux consommateurs d'exclure certaines familles de produits qu'ils n'ont pas l'habitude ou l'envie de consommer, comme c'est souvent le cas des légumes par exemple.

Cette stratégie constitue un transfert de responsabilité du restaurateur vers le consommateur, qui peut aller dans le bon sens si elle est accompagnée d'une communication nutritionnelle adéquate.

En revanche, il est évidemment difficile pour une enseigne de communiquer sur les valeurs nutritionnelles de ses produits si ces derniers sont des recettes sur mesure, donc qui varient sans cesse.

Les enseignes qui proposent des sandwiches intègrent-elles du pain complet ou aux céréales, au son, noir... dans certains sandwiches ?

- Dans l'échantillon, 43 % des enseignes de restauration rapide qui proposent des sandwiches en préparent avec du pain complet ou aux céréales, au son, noir...
- À l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide proposant des sandwiches en France, cela représenterait 54 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Il semble que la recommandation de santé publique d'augmenter la consommation de fibres, notamment en variant les pains, commence à être bien entendue par les acteurs de la restauration rapide. L'introduction de pain aux céréales, au son, noir... est à la fois une opportunité de diversifier l'offre et d'aider les consommateurs à augmenter la densité nutritionnelle de leurs repas.

Concernant la communication et l'information nutritionnelles

Dans les restaurants et sur leurs différents supports de communication hors site internet (emballages des produits, sets de tables, affiches, brochures...), les enseignes indiquent-elles les valeurs nutritionnelles de leurs produits aux 100 g ?

- Dans l'échantillon, aucune enseigne indépendante de restauration rapide ne propose les valeurs nutritionnelles des produits aux 100 g. Cependant, 10 % des enseignes organisées en chaînes les proposent, ce qui représente tout de même 40 % des établissements de restauration rapide appartenant à des chaînes.
- A l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, cela ne représenterait que 8 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Communiquer sur les valeurs nutritionnelles aux 100 g des produits de restauration rapide, au sein même du restaurant, est peu fréquent. Dans un objectif de transparence vis-à-vis des consommateurs, les restaurateurs devraient améliorer cette communication.

Dans les restaurants et sur leurs différents supports de communication hors site internet (emballages des produits, sets de tables, affiches, brochures...), les enseignes indiquent-elles les valeurs nutritionnelles de leurs produits à la portion ?

- Dans l'échantillon, aucune enseigne indépendante de restauration rapide ne propose les valeurs nutritionnelles à la portion. Cependant, 20 % des enseignes organisées en chaînes les proposent, ce qui représente tout de même 53 % des établissements de restauration rapide appartenant à des chaînes.
- A l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, cela représenterait 10 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Peu d'établissements de restauration rapide communiquent les valeurs nutritionnelles de leurs produits à la portion. Cette information est pourtant très importante pour le consommateur puisqu'elle lui indique les apports nutritionnels de ce qu'il va réellement manger. Il est bon de voir qu'il y a un peu plus d'enseignes organisées en chaînes qui communiquent en restaurant sur la composition des produits à la portion, qu'aux 100 g. Toutefois cela reste encore trop confidentiel, voire inexistant pour les enseignes indépendantes.

A noter qu'il est évidemment difficile pour une enseigne de communiquer sur les valeurs nutritionnelles de ses produits si ces derniers sont des recettes sur mesure, car elles varient alors sans cesse en fonction du client.

Sur la carte des enseignes, y a-t-il des indications pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel ?

- Dans l'échantillon, aucune enseigne indépendante de restauration rapide ne propose d'indications sur sa carte pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel. En revanche, 20 % des chaînes de restauration rapide sont concernées.
- A l'échelle de la totalité des établissements de restauration rapide en France, cela représenterait 4 % des établissements.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Certaines enseignes guident sur leur carte les consommateurs qui veulent manger moins gras (ex. : Subway), ou plus équilibré (ex. : Bert's, Brioche Dorée) etc.

Ces initiatives sont pertinentes et méritent d'être développées, si elles sont compréhensibles par les consommateurs, si elles correspondent à des cahiers des charges nutritionnels précis et si elles ne diabolisent pas certains produits par rapport à d'autres.

Chez les enseignes qui proposent sur leur carte des indications pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel, ces indications sont-elles présentes sous forme de pictogrammes visuels ?

- Dans l'échantillon, 100 % des chaînes qui donnent des indications sur leur carte pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel le font sous forme de pictogrammes visuels.

• Le commentaire de Nutritionnellement :

Il est effectivement généralement plus pertinent d'utiliser des pictogrammes visuels plutôt que du texte pour aider à repérer facilement des produits sur une carte.

Chez les enseignes qui proposent des pictogrammes visuels sur leur carte pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel, ces pictogrammes sont-ils pertinents (selon l'avis de Nutritionnellement) ?

- Dans l'échantillon, seuls 25 % des pictogrammes visuels proposés par les chaînes qui donnent des indications sur leur carte pour guider les consommateurs dans leurs choix sur le plan nutritionnel sont pertinents.

- Le commentaire de Nutritionnellement :

L'utilisation de pictogrammes peut être judicieuse, mais encore faut-il que ceux-ci soient explicites.

Par exemple, le pictogramme de Brioche Dorée est plutôt pertinent car il s'agit de la lettre « e » posée sur une balance.

A l'inverse, le pictogramme de Bert's incarnant l'équilibre n'est pas très explicite car il s'agit de la reprise de l'apostrophe du nom « Bert's ».

**Source à citer pour toute utilisation :
Nutritionnellement - Baromètre Nutritionnel 2010 de la restauration rapide**