

Le snacking, le repas de demain ?

En 2015, la restauration communément appelée snacking subit une très forte évolution.

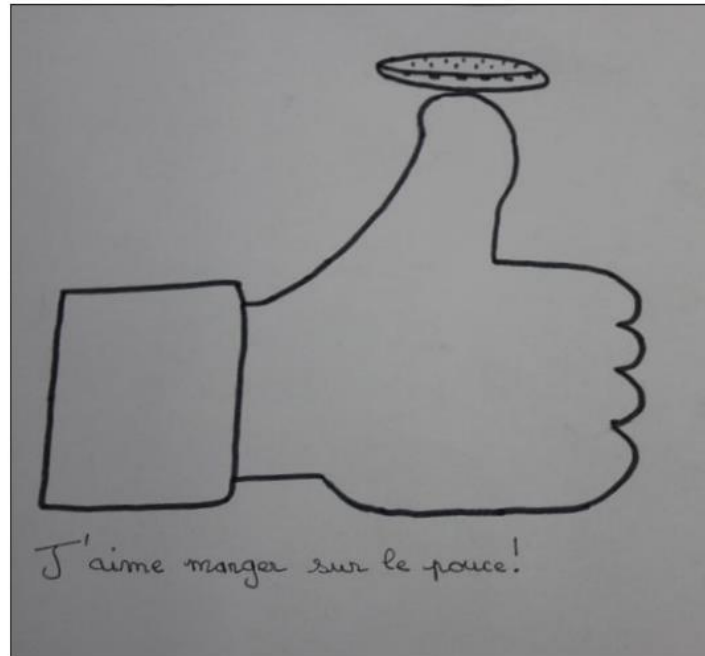
En effet, selon une étude réalisée au mois de mars de cette année par IPSOS, nous constatons que quatre Français sur dix déjeunent sur le pouce au moins une fois par semaine.

D'après cette étude nous voyons précisément que peu importe le lieu, cette tendance trouve preneur avec 52 % des individus qui mangent sur le pouce à leur domicile, 41 % sur leur lieu de travail et 15 % dans la rue.

Manque de temps et rapport qualité-prix

Plusieurs facteurs sont retenus par les Français pour donner plus d'importance au prêt à consommer plutôt qu'à la restauration traditionnelle.

Parmi ces raisons figurent le manque de temps (représenté par 42 % des Français), le besoin de proximité ou la curiosité qui incite à l'achat nouveau et aux découvertes de saveurs.



J'aime manger sur le pouce.

Dessin d'Anthony Bader

Le rapport qualité prix, souvent avantageux, est également cité. L'évolution des nouvelles technologies permet au snacking de s'accroître, notamment par les commandes par internet ou encore par téléphone.

56 % des personnes préfèrent manger sur le pouce uniquement lorsque leur déjeuner est déjà prêt ou cuisiné.

C'est pour cela que les supermarchés et les boulangeries tradition-

nelles sont les deux lieux privilégiés des Français pour s'offrir leur prêt à consommer.

Manger sur le pouce permet le plus souvent de connaître la provenance des produits qui sont frais et locaux.

Le vent en poupe

Les entreprises qui ont investi dans le snacking ont le vent en poupe.

C'est le cas de Poulailion, qui fête cette année ses 42 ans. Implantée dans tout l'Est de la France, elle connaît une très forte croissance.

Employant 540 salariés et détenant 35 points de vente dont quatre franchisés, l'enseigne qui a donné vie à la Moricette se diversifie dans le snacking et même dans l'exportation de produits dans le monde entier, Canada, Espagne, Suisse. Le chiffre d'affaires de la société a représenté 45,5 millions d'euros en 2014 et celui de 2015 subit déjà une évolution de 19,4 % par rapport à l'année précédente.

Anthony Bader et Justine Seltz