



UNIVERSITÉ DE TOULOUSE – JEAN JAURÈS

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME,  
DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

LICENCE PROFESSIONNELLE  
HÔTELLERIE-RESTAURATION

**PROJET TUTEURÉ**  
**LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE**

Présenté par :

**BRUNET Laura**

**GUILLERM Ségolène**

**LABORIE Lisa**

**PIZZUTTO Emma**

**CHATEAU Anthony**

**CHAUTARD Léo**

Année universitaire :

2016 - 2017

Sous la direction de

**Paul Pichon**

LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION  
RAPIDE

---

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e) ».

---

## Remerciements

Tout d'abord, nous tenons à remercier l'ISTHIA ainsi que l'Université Toulouse II Jean-Jaurès de nous avoir permis de réaliser ce projet tuteuré.

Nos remerciements s'adressent particulièrement à notre professeur référent, Monsieur Paul-Emmanuel PICHON, pour nous avoir apporté son aide et guidé tout au long de ce projet ainsi que tout le corps enseignant.

Mais aussi, aux divers professionnels de la restauration, qui nous ont accordé de leur temps pour mener des entretiens afin d'approfondir nos recherches. Chaque entretien nous a permis d'aller toujours plus loin dans notre réflexion mais également nous apporter de nouveaux horizons pour nos hypothèses.

Nous remercions également toutes les personnes ayant répondu à notre micro-trottoir et aussi, les consommateurs qui ont participé à notre sondage internet. Leurs avis ont été primordiaux pour mener à bien notre étude et évaluer leurs comportements.

Nous avons une pensée pour nos camarades de classe qui nous ont aidés dans nos recherches mais aussi dans nos sondages effectués.

Enfin, merci à nos proches pour leur patience et leur appui.

## SOMMAIRE

Remerciements.....	4
SOMMAIRE.....	5
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PARTIE 1 : EXPLORONS LE SUJET .....	11
CHAPITRE 1 : Welcome to the fast food .....	11
1.1 Définition .....	11
1.2 La genèse.....	14
1.3 Qui sont les principaux acteurs ? .....	15
1.4 Comment va le marché actuel ? .....	16
1.5 Les scandales.....	22
CHAPITRE 2 : Bienvenue dans le monde du bien manger.....	24
2.1 Définition .....	24
2.2 Le phénomène du bien manger .....	24
2.3 Un aspect santé.....	28
2.4 Une idée de subjectivité .....	35
PARTIE 2 : MÉTHODOLOGIE ET ANALYSES DE L'ÉTUDE.....	38
CHAPITRE 1 : Et si on allait faire un tour sur le terrain ? Oui, mais comment ? .....	38
1.1 D'abord, établissons des hypothèses .....	38
1.2 Ensuite, allons à l'exploration de notre société .....	40
CHAPITRE 2 : Mais que veut dire tout ça ? .....	46
2.1 Dissection des micros-trottoirs .....	46
2.2 Analyse qualitative .....	48
2.3 Analyse quantitative du net.....	56
PARTIE 3 : LES RÉSULTATS.....	63
CHAPITRE 1 : Alors ces hypothèses, vraies ou fausses ? .....	63
CHAPITRE 2 : Et si on répondait à notre problématique ?.....	73

CHAPITRE 3 : Y a-t-il des limites ou critiques ? .....	75
CHAPITRE 4 : Nos suggestions pour être au top.....	77
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	79
Bibliographie .....	81
Table des annexes .....	86
Annexes.....	87
Table des tableaux.....	163
Table des figures.....	164
Table des matières .....	165
Résumé.....	167

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

**A**limentation, santé et plaisir : voilà trois concepts qui ne devraient jamais être séparés. Cette tendance *healthy* envahit nos sociétés et notamment la restauration rapide. De ce fait, nous pouvons nous demander si le marché alléchant des restaurants *fast good* est en phase de devenir le nouveau héros de l'anti-malbouffe.

Effectivement, le consommateur souhaite manger rapidement, pour un petit budget et sainement tout en se faisant plaisir. De ce fait, la restauration doit trouver un concept qui permet de répondre au mieux aux besoins de ses clients.

D'après un cabinet d'études de marché<sup>1</sup>, les comportements des consommateurs relèvent aujourd'hui que les visites des restaurants *fast casual* ont progressé de plus de 12 % depuis 2014 et cela dans un contexte de crise alors que la restauration commerciale est en baisse de trois points.

Selon le NPD Group, le *fast casual* correspond au segment de la restauration moderne qui intègre la rapidité du service, une décoration chaleureuse et conviviale, la fraîcheur et la qualité des produits pour un prix positionné entre la restauration rapide et la restauration à table. Avec plus de 15 millions de visites ces dernières années, ces restaurants deviennent de plus en plus prisés et répondent davantage aux demandes des consommateurs ainsi qu'à l'évolution de la société.

L'idée de départ portait sur le bien manger en restauration commerciale. L'arrivée de cette expression du bien manger dans nos sociétés a fait émerger dans notre quotidien une nouvelle manière de consommer.

---

<sup>1</sup> The NPD Group

Au cours de nos recherches et discussions au sein du groupe, nous avons pu voir que ce phénomène s'étendait particulièrement dans la restauration rapide. Nous avons donc choisi de nous orienter sur le bien manger en restauration rapide afin d'essayer de faire évoluer l'étiquette de malbouffe qui colle à ce secteur.

L'intérêt pour nous d'avoir choisi ce sujet est d'aborder un thème actuel, qui prend de plus en plus d'ampleur. En outre, nous souhaitons à travers ce sujet améliorer l'image de la restauration rapide auprès des consommateurs et professionnels. Le marché du *fast good* est en pleine émergence, en conséquence nous voulions faire connaître ce concept qui, comme nous le verrons au sein de notre étude, n'est pas si connu que cela.

La restauration rapide connaît un nouveau souffle dû à une prise de conscience du bien manger au sein de la population. De ce fait, elle souhaite répondre au mieux aux nouveaux besoins des consommateurs. Cela nous a emmené à traiter la problématique suivante :

**En quoi la restauration rapide adapte-t-elle son offre ou ses prestations face à la demande du bien manger du consommateur ?**

Ce travail de recherche nous a donc permis de mettre en avant les transformations mais aussi l'évolution du secteur de la restauration rapide.

Afin de structurer notre travail, nous avons émis les hypothèses ci-dessous :

1. Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément payer cher ;
2. Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré ;
3. Bien manger en restauration rapide ce n'est pas uniquement lié au produit ;
4. Le bien manger est un effet de mode ;
5. Les professionnels de restauration rapide se préoccupent du bien manger dans leur stratégie commerciale.

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

Pour répondre à ces interrogations, notre travail de recherche s'articule en trois parties. Dans une première partie, nous étudierons la restauration rapide et le bien manger. Nous les définirons puis remonterons à leurs origines et, nous ferons un bilan sur le marché actuel de la restauration rapide.

La seconde partie de notre étude portera sur l'analyse de notre travail auprès des professionnels et des consommateurs.

La troisième partie nous permettra de répondre à nos hypothèses ainsi qu'à notre problématique, puis faire quelques préconisations auprès des professionnels.

PARTIE 1  
EXPLORONS LE SUJET

## PARTIE 1 : EXPLORONS LE SUJET

**D**ans cette première partie nous allons explorer l'histoire de la restauration rapide et la définir. Il est évident que nous allons parler des acteurs principaux de ce secteur, qui ont le plus de parts de marché et qui réalisent le plus gros chiffre d'affaires. De plus, nous allons découvrir les tendances de la restauration rapide et revenir aux scandales alimentaires qu'il y a eu ces dernières années, ce qui va nous emmener au phénomène du bien manger sous différentes formes. Enfin, nous terminerons cette partie en faisant un point santé.

### CHAPITRE 1 : Welcome to the fast food

#### 1.1 Définition

Il est vrai que dans notre société nous avons un acteur majeur au sein de la restauration commerciale, un acteur qui depuis quelques années est en plein essor, ne cesse d'évoluer et innove en permanence afin de séduire de plus en plus de consommateurs : la restauration rapide.

Effectivement en l'espace de 25 ans, la restauration rapide a su s'imposer comme un élément majeur de notre société. L'absence de service à table et l'utilisation de conditionnements jetables ont bouleversé nos mœurs. De plus, l'éventail de ce marché est large. Effectivement, il propose au consommateur hamburgers, sandwiches, viennoiseries, pizzas, sushis... entre autres.

La restauration rapide a su s'imposer en *leader* de la restauration commerciale. Aussi, selon Bernard Boutboul, président du cabinet de conseil GIRA "Tous les acteurs de ce marché ne bénéficient cependant pas de cette croissance. Le secteur le plus dynamique reste celui de la restauration rapide, largement au-dessus du marché global, tandis que le secteur de la restauration à table de moyenne gamme, dit plus hybride, sans identité selon les consommateurs, est le plus affecté avec une baisse pouvant atteindre 15 %."

Cette restauration est aussi appelée : restauration-minute, resto-rapide, prêt-à-manger, restaupouce ou restovite.

Alors quelle est la définition de la restauration rapide ? Nous avons tenté de répondre à cette question au travers d'un tableau récapitulant les différentes définitions que nous avons pu répertorier.

<b>Définition du site l'internaute</b>	La restauration rapide désigne généralement des commerces de type <i>fast food</i> , vendant principalement des sandwiches. La restauration rapide a la particularité de vendre des produits de base et bon marché, pouvant être mangés sur place ou à emporter.
--	--

**Définition issue des interviews micros-trottoirs**

Figure 1 - Nuage de mots sur la restauration rapide issu des micros-trottoirs



Nous avons pu remarquer que la définition de la restauration rapide évolue selon la génération, le sexe, la catégorie socioprofessionnelle et le mode de vie des personnes interrogées.

Génération Y et Z : la restauration rapide permet de manger vite et ne se cache pas d'aimer ça.

Génération X, double vision sur ce marché :

- Les produits ne sont pas de qualité, mauvais pour la santé : ils ne vont pas dans ce type de restauration ;
- La praticité, changer du quotidien et faire plaisir à leurs enfants : certains savent que c'est mauvais pour la santé mais y vont quand même.

Boomers et seniors : très peu y vont. L'image de la restauration rapide est très mauvaise. Effectivement, ils considèrent cela comme de la malbouffe, mauvaise qualité des produits et beaucoup d'entre eux disent que ce n'est pas de leur âge.

La définition que nous avons dégagée de ces micros-trottoirs est la suivante :

Une restauration qui comme l'indique son nom est rapide mais aussi pratique, facile d'utilisation et efficace. Cependant, ils évoquent un manque de qualité dans les produits, qu'ils trouvent gras avec un mauvais rapport qualité/prix.

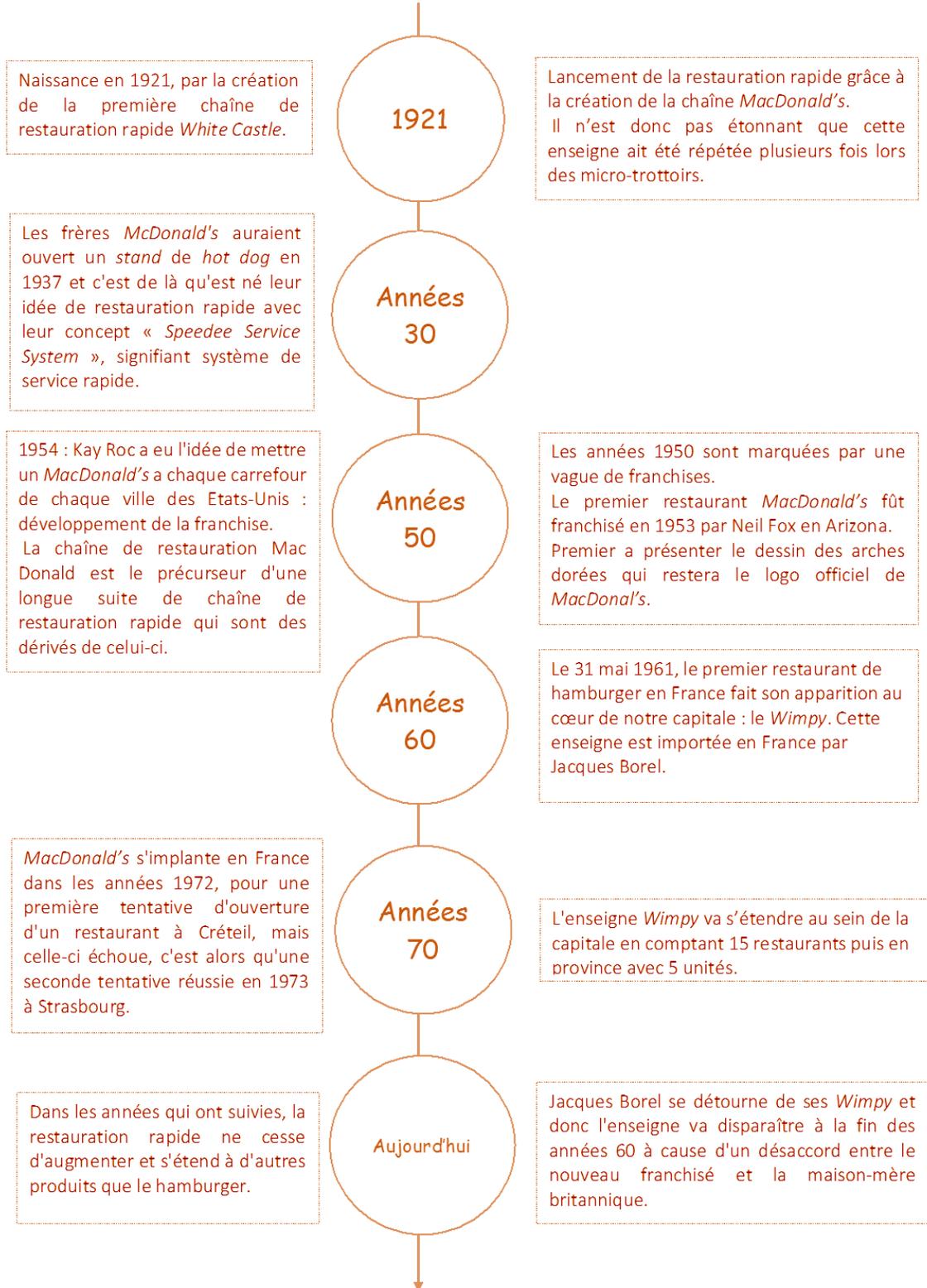
**Définition des restaurateurs**

C'est une forme de restauration qui n'a pas une très bonne image. La restauration rapide propose des produits de mauvaise qualité, nuisible à la santé et qui contient des produits chimiques. Les personnes qui s'y rendent y vont pour la praticité.

**Notre définition**

La restauration rapide désigne le fait de manger rapidement sur place ou à emporter, des produits généralement de mauvaise qualité, à un prix accessible pour tous.

## 1.2 La genèse



### 1.3 Qui sont les principaux acteurs ?

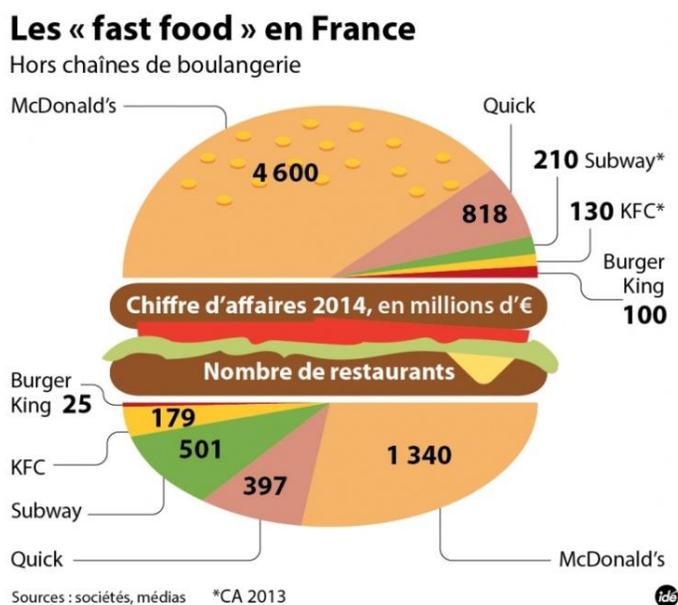
On distingue sept principaux acteurs au sein de ce marché :

- Les *fast food* ;
- La restauration alternative ;
- Les spécialités locales ;
- Les boulangeries ;
- Les *coffee shop* ;
- La restauration ethnique ;
- Les pizzerias ;
- Les grandes et moyennes surfaces.

Le marché de la restauration rapide est composé en majorité de petits indépendants (40 % des établissements de restauration rapide n'ont pas de salariés).

C'est un marché très concurrentiel, avec un *turn-over* important des petites entreprises qui sont très nombreuses et doivent en plus faire face à la concurrence des grands groupes du secteur (*MacDonalds, Pizza Hut...*) et des grandes surfaces qui proposent désormais de la vente au comptoir (*Daily Monop*).

Figure 2 - Schéma représentant les fast food en France



Nous pouvons retrouver ci-dessous, les principaux acteurs du marché des chaînes en restauration rapide :

Tableau 1 - Les leaders de la restauration rapide en France.

2014	Chiffre d'affaires (M€)	Parts de marché
<b>MacDonald's</b>	4 600 €	79 %
<b>Quick</b>	818 €	14 %
<b>Subway</b>	210 €	4 %
<b>KFC</b>	130 €	2 %
<b>Burger King</b>	100 €	2 %
<b>Total</b>	<b>5 858 €</b>	<b>100 %</b>

Nous pouvons constater que *MacDonald's* détient la majorité des restaurants sur le marché des *fast food* français avec 1 340 unités. Ceci nous confirme le poids de la franchise *MacDonald's* au sein de la restauration rapide en France. Il représente 79 % des parts de marché sur le nombre total des restaurants *leaders* de la restauration rapide. *MacDonald's* est donc le géant de ce secteur qui sera difficile à détrôner.

#### 1.4 Comment va le marché actuel ?

La restauration rapide s'est largement imposée dans le panorama de la restauration commerciale ces dernières années. Nous avons pu voir les principaux acteurs de la restauration mais qu'en est-il du marché en général ? Ainsi, nous allons le constater au travers de quelques chiffres puis nous allons découvrir les nouvelles tendances qui se dégagent.

## 1.4.1 Une petite constatation

D'après l'Insee, entre 2009 et 2012, le nombre d'entreprises a progressé de 3 % dans la restauration. La croissance est très vive dans la restauration rapide : + 15 % en seulement trois ans, contre une augmentation de 2 % dans la restauration traditionnelle.

Tableau 2 - Démographie des entreprises de la restauration entre 2009 et 2012.

	Évolution 2009-2012 du nombre d'unités légales	Part des entreprises pérennes en 2012		
		En unités légales	En effectif salarié en équivalent temps plein	En valeur ajoutée
<b>Restauration</b>	<b>3</b>	<b>65</b>	<b>75</b>	<b>78</b>
Restauration traditionnelle	2	68	75	78
Restauration rapide	15	54	76	78
Débites de boisson	-6	71	75	77

Aujourd'hui, plus d'un consommateur sur deux fréquente un établissement de restauration rapide le midi. En 2013, ce marché pesait 45,86 milliards d'euros de chiffre d'affaires, en progression de 2,56 % par rapport à l'année précédente. Selon la FFF <sup>2</sup>, en 2014, les enseignes franchisées de restauration rapide ont réalisé un chiffre d'affaires de 4,21 milliards d'euros. Mais toujours selon NPD, l'année 2015 devrait être stable sur le marché de la restauration hors domicile. Le groupe d'études marketing anticipe même une progression de 0,6 % pour 2016 et de 1,4 % pour 2017. La fréquentation, de son côté, devrait être en retrait en 2015 et 2016, pour repartir à la hausse en 2017 (+ 0,3 %).

<sup>2</sup> Fédération Française de la Franchise

### 1.4.2 Les tendances à la mode

Avec un marché en constante évolution depuis quelques années, nous avons pu constater le développement de nouvelles tendances. En effet, le marché de la restauration rapide ces dernières années a vu apparaître de nouveaux acteurs, de nouveaux modes de consommation, de nouveaux concepts, etc. Mais aussi et surtout de nouvelles exigences de la part des consommateurs. En effet aujourd'hui, ils veulent désormais :

- **Des produits de qualités, frais et faits maison** : on assiste à un retour d'une cuisine du terroir.
- **Des menus adaptés à leurs besoins** : de plus en plus de restaurants prennent en compte les régimes (végétarien, végan, sans gluten, sans sel) pour satisfaire le plus grand nombre de clients.
- **Vivre une expérience unique** : le restaurant n'est plus seulement une histoire de cuisine, mais aussi d'environnement et d'expérience. La décoration tient autant de place que la cuisine et la convivialité est mise en avant au même titre que les plats.
- **Une cuisine qui respecte l'environnement.**

Figure 3 - Les attentes des consommateurs en restauration rapide



Ainsi, toutes ces nouvelles exigences ont permis de développer de nouvelles tendances :

- Le succès des burgers

Les burgers connaissent une croissance fulgurante. D'après l'article « Les dernières tendances de la restauration *rapide* »<sup>3</sup> en 2000, ils représentaient un sandwich sur dix vendus. En 2014, 1,07 milliard de burgers se sont vendus. Et désormais en France, près d'un sandwich vendu sur deux est un burger.

*Five guys, Big Fernand, Mythic Buger, Mamie Burger, Ouest express* ... on peut aujourd'hui citer une multitude de *street food* positionnée sur ce marché.

Un succès que l'on peut illustrer au travers des restaurants *Big Fernand*. En effet, l'enseigne connaît aujourd'hui un succès fulgurant et compte à ce jour 23 restaurants en France dont un situé à Toulouse. Aujourd'hui, il est presque impensable de ne pas proposer un burger à la carte lorsqu'on ouvre un restaurant de type rapide.

- Les bagels ont le vent en poupe

Après les burgers nous pouvons aussi parler des bagels qui ont eux aussi le vent en poupe. Importé d'outre-Atlantique avec les différentes vagues d'immigration juive, il est devenu un symbole culinaire des États-Unis. « On prévoit 200 millions à 250 millions de bagels vendus en 2015 en France contre 100 millions en 2013, ça peut paraître peu mais il y a cinq ans le bagel était quasiment inexistant », rapporte le directeur de Gira Conseil.

Quatre chaînes sont actuellement présentes en France. Il s'agit de *Bagelstein*, de *Bagel Corner, Factory & Co* et de *Bruegger's*. Et ces enseignes connaissent des croissances fortes. À titre d'exemple, *Bagelstein* prévoit d'ouvrir 107 restaurants en 2017, soit une quarantaine de plus qu'actuellement. Fraîcheur, variété des produits, choix du pain et des ingrédients au moment de la commande expliquent le succès des bagels.

---

<sup>3</sup> Article publié sur le site [agromedia.fr](http://agromedia.fr)

- Le développement du *fast casual*

Le *fast casual* connaît un très fort développement de nos jours. Cette forme de restauration combine un service rapide, une décoration soignée, la fraîcheur et la qualité des produits, et un prix un peu plus élevé qu'en restauration rapide classique. « Quatre axes sous-tendant l'ensemble du marché américain de la restauration rapide expliquent l'émergence du *fast casual* », rappelle Nicolas Nouchi de l'institut CHD Expert.

La question est la suivante : pourquoi les *fast casual* se sont développés et connaissent aujourd'hui un grand succès ? La réponse est simple : les clients aujourd'hui en ont marre ! Ceux qu'ils veulent, c'est manger de bons produits. Plus de produits industriels, sans goût, sans qualité, etc. Ainsi, ces clients préfèrent payer plus cher mais manger des produits de qualité supérieure, avec une traçabilité, qui respectent l'environnement, qui viennent de producteurs locaux, etc. On assiste à une réelle mutation des comportements.

Tout l'intérêt du *fast casual* selon NPD Group, réside dans le fait que « ce segment représente les avantages d'accessibilité et de rapidité des *fast food* tout en maintenant une qualité de produit et une expérience proche de la restauration à table ».



## CUISINE DE RUE

Les plus grands cuisiniers se sont aujourd'hui intéressés au *fast casual*. Le jeune chef doublement étoilé Yannick Delpech s'est en effet beaucoup penché sur ce sujet. Il a ouvert en 2015 « Cuisine de rue », un concept de restauration rapide qui propose burgers, paninis, sandwiches... réalisés à base de produits frais et de saison. Ses priorités : la qualité, le goût et la générosité. Il souhaite « rendre la gastronomie accessible à tous et se baser sur les codes de la *street food* pour créer son nouveau concept ».

- Les *food trucks*

Le concept des *food trucks* est né à Los Angeles il y a trois ans. Depuis son arrivée en France, on ne cesse de voir ces camions sillonner nos rues. Alors, qu'est-ce qu'un *food truck* ? C'est le fait de transformer un camion en cuisine mobile. Au volant de leurs véhicules, ils proposent aux passants sandwiches, hamburgers, salades et boissons pour un repas rapide et peu cher. On en retrouve une dizaine dans la ville de Toulouse, dont l'Épicurieux, un *food truck* qui propose tous les midis une *street food* gourmande et de qualité aux étudiants de l'université Jean Jaurès.

- L'arrivée de nouveaux acteurs



De nouveaux acteurs sont arrivés sur le marché de la restauration rapide en France en repensant la manière de consommer les produits issus de la vente à emporter.

C'est le cas de *Chipotle*. L'entreprise américaine est une chaîne de restauration mexicaine qui propose différents menus à base de produits frais, issus de l'agriculture raisonnée avec un assemblage sur place et à la demande. Cet acteur américain a su s'imposer en France. Il ne compte aujourd'hui pas moins de six établissements dans la région parisienne et il a pour objectif de se développer en province : « on se concentre sur Paris et la région parisienne mais on travaille déjà sur la province avec des ouvertures envisagées en 2017-2018 », indique Jérôme Tafani, directeur exécutif Europe.

Autre concept novateur que l'on peut citer pour la ville de Toulouse est celui de *Duck Me*. C'est le premier concept de restauration rapide qui propose des produits de qualité réinterprétés autour de la viande de canard. Ses trois établissements rencontrent un franc succès auprès de la clientèle toulousaine. Arthur Artlet nous a même confié, lors d'une conférence, son projet d'ouverture d'un nouvel établissement à Paris pour l'année 2017.

On assiste au développement de nouvelles tendances dû à un changement des manières et façons de consommer. Mais qu'en est-il de l'impact médiatique de la consommation de la population ?

### 1.5 Les scandales

Ces dernières années, nous avons fait face à de nombreux scandales alimentaires à travers les médias d'informations qui ont véritablement impacté la consommation des Français. Scandales de la vache folle, de la viande de cheval, de la grippe aviaire, etc. La multiplicité des polémiques a sérieusement entamé la confiance des consommateurs.

Alors à quels types de crises a-t-on à faire ?

- Les crises qui touchent les industriels ;
- Les crises alimentaires dues à une maladie (vache folle, grippe aviaire, etc.) ;
- Les crises dues à des produits chimiques ;
- Les crises qui dénoncent les abattoirs et les conditions d'élevage des animaux.

- Les crises alimentaires

Peu à peu la confiance des consommateurs à cause de différents scandales s'est effondrée pour laisser place à une crainte envers les produits industriels. La première grande polémique alimentaire qui est apparue est celle de la vache folle dans les années 1990. Puis, en 2013 le scandale des plats préparés à la viande de cheval a fait son apparition. Cette affaire a eu un impact sur les ventes, puisque selon l'institut Kantar, les achats de plats cuisinés à base de viande ont baissé de 7 % pendant cette période, par rapport à la moyenne des trois années précédentes. Conséquence principale : la traçabilité et la neutralité font désormais partie des principaux critères d'achats de produits alimentaires par les consommateurs. Ils veulent un maximum d'informations sur la composition et l'origine des aliments. De plus, depuis le début de l'année 2017 on assiste à une nouvelle crise alimentaire : celle de la grippe aviaire qui touche les canards. Des milliers de canards ont été abattus.

Aussi, nous assistons depuis quelques années à la diffusion de vidéos d'abattoirs ou encore d'élevage sur les réseaux sociaux qui n'est pas sans conséquences sur la consommation des individus. De plus, diverses émissions télévisées ont consacré divers reportages sur ce sujet. À titre d'exemple, on peut citer l'émission d'enquête exclusive, diffusée en 2016, intitulée « Abattoirs, élevages, braconnage : les nouveaux scandales de la maltraitance animale ».

## CASH INVESTIGATION

Les émissions qui dénoncent l'utilisation des pesticides par les industriels ont elles aussi impacté la consommation. Le reportage de Cash Investigation « Produits chimiques : nos enfants en danger » en est un bon exemple. L'émission a en effet dénoncé les *big six* (Sygenta, Bayer, Monsanto, Dow, Basf, Dupont). Ils correspondent aux six plus grands industriels utilisant des pesticides. Même si l'utilisation des pesticides est très réglementée en France<sup>4</sup>, « plus de 97 % des aliments contiennent des résidus de pesticides dans les limites légales. Mais le problème est que l'utilisation de ces pesticides entraîne des maladies telles que la leucémie ou encore des tumeurs cérébrales. Ainsi, les personnes interrogées dans cette émission ont confié leurs peurs sur l'utilisation de ces pesticides et l'impact que cela peut avoir sur leur manière de consommer.

- Les crises alimentaires ont-elles un impact dans les restaurants ?

La réponse est oui et, d'autant plus que le consommateur s'y sent encore moins informé, puisque les plats servis aux restaurants n'arborent pas d'étiquettes indiquant l'origine et la composition des aliments. La restauration hors foyer se montre également attentive aux attentes des consommateurs en matière de traçabilité et neutralité. De plus, certains n'hésitent plus à informer en temps réel le client en détaillant l'origine des produits sur leur menu. À titre d'exemple, Hippopotamus affiche son partenariat avec les éleveurs AOC Maine-Anjou sur sa nouvelle carte, datant d'octobre 2013.

---

<sup>4</sup> D'après EFSA

## CHAPITRE 2 : Bienvenue dans le monde du bien manger

### 2.1 Définition

Le terme bien manger est relativement vaste, il englobe de nombreuses facettes, à la fois différentes et, parfois contradictoires selon le point de vue où l'on se place, selon la culture et le mode de vie, mais aussi l'âge et le sexe de l'individu. En effet, d'après une enquête du CREDOC<sup>5</sup>, on remarque que le bien manger est source d'une grande subjectivité. À titre d'exemple, on constate une réelle différence entre les femmes, qui globalement, ont un penchant pour l'aspect diététique et, les hommes, pour qui, bien manger est avant tout synonyme de plaisir et de gourmandise.

Malgré les multiples facettes du bien manger, on remarque tout de même la prépondérance de quatre thèmes. De manière générale, bien manger a une relation directe avec la qualité des produits, le plaisir de manger, la diététique et la convivialité du repas. Par conséquent, étant difficile de donner une définition exhaustive du bien manger, nous allons développer par la suite chacun des quatre thèmes précédemment cités, afin de comprendre aux mieux les rapports qu'ont les consommateurs au bien manger.

### 2.2 Le phénomène du bien manger

#### 1.1.1 Une idée de qualité des produits

Notre société ne se nourrit plus comme auparavant, les modes de consommation évoluent constamment. L'arrivée de nouvelles technologies, la diversité culturelle, l'influence du marketing sont autant de paramètres qui ont impacté nos habitudes alimentaires au cours des dernières décennies. Et entre vraies crises sanitaires et crises de confiance alimentaire, les

---

<sup>5</sup> Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie

français s'interrogent de plus en plus sur la qualité et la réelle traçabilité des produits qu'ils retrouvent dans leurs assiettes. Ils ne savent plus ce qu'ils mangent alors même qu'ils sont de plus en plus informés. Il y a désormais une inquiétude constante au sujet des produits alimentaires proposés dans l'agroalimentaire mais aussi dans la restauration, dû à une perte de confiance dans notre alimentation.

Aujourd'hui en France, plus de 80 % des restaurants élaborent les plats de leurs cartes à partir de produits industriels. Des entrées jusqu'aux desserts, les plats proposés dans ces restaurants sont à base de produits surgelés ou appertisés, parfois devant être retravaillés et d'autres fois, prêts à consommer ou juste à réchauffer. Autrement dit, ces produits utilisés ne sont généralement pas de saison, perdent leur qualité gustative et nutritive de par leur mode de conservation et cela se ressent dans les plats. De plus, ces plats et denrées industriels ne sont pas exempts de produits chimiques, on y retrouve tous types de conservateurs, additifs, colorants et bien d'autres, ce qui déplaît bien évidemment aux consommateurs.

Pour faire face aux inquiétudes et à l'évolution des modes de consommation, certains professionnels de la restauration proposent désormais sur leurs cartes de plus en plus de produits de saison, des produits frais, bios et si possible locaux. Pour le faire savoir, ils jouent la transparence sur l'origine de leurs produits et leurs méthodes de conception. Aujourd'hui dans la restauration, on retrouve fréquemment une communication sur les fournisseurs et la qualité des produits, avec notamment la notification de nouveaux labels et certifications sur les supports de vente, comme le « fait maison », « label rouge », « agriculture biologique », ou « appellation d'origine contrôlée » entre autres.

### 2.2.1 Une idée de plaisir

Le fait de manger est avant toute chose un acte vital, mais en France, la nourriture n'est plus une préoccupation depuis plusieurs décennies, à l'exception de cas extrêmes. Certes, on se nourrit toujours par nécessité, mais nous avons désormais le choix et la possibilité de nous

nourrir en fonction de nos envies et de nos goûts alimentaires, ce qui est un point essentiel pour l'exaltation de nos papilles.

En effet, manger peut procurer une sensation de bien-être. Lorsque l'on apprécie ce que l'on mange, notre corps libère des hormones de plaisir et de stimulation d'humeur (la sérotonine, la dopamine et la somatotrophine) qui vont permettre de se sentir bien. Dans un même temps, le corps va diminuer la sécrétion d'autres hormones de stress (la cortisone et l'adrénaline), qui vont également contribuer à cet état de bien-être. Le plaisir de manger c'est donc manger des plats savoureux, mais pas seulement, car dans l'alimentation, d'autres critères que le goût interviennent dans la perception du plaisir. La texture, la cuisson, la température, l'assaisonnement ou encore la présentation des mets, sont autant de critères qui jouent un rôle fondamental dans la perception gustative et aromatique des aliments.

Se faire plaisir est généralement associé à des plats gourmands, riches en graisses et en sucres, les exhausteurs de goûts par excellence. Mais la prévention liée à l'alimentation a pris une ampleur considérable au cours de ces dernières années. On retrouve désormais de nombreuses campagnes préventives pour lutter contre l'obésité ou autres maladies alimentaires, on voit notamment le slogan « pour votre santé évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé » dans toutes les publicités alimentaires. Les acteurs de la restauration ont donc de plus en plus tendance à mettre en œuvre une approche diététique dans leurs offres, pour s'adapter au mode de consommation qui découle de cette prévention. Subway par exemple, la plus grande chaîne de sandwicherie au monde, a mis en avant la composition de ses huit sandwiches les moins caloriques avec une estampille verte « moins de six grammes de lipide ».

Néanmoins, malgré cette forte remise en question sur l'alimentation, les restaurateurs persistent à proposer des plats gourmands et savoureux car la majorité des consommateurs recherche avant tout à prendre du plaisir à manger. Le goût est et restera

toujours un des critères de choix indispensables et indissociable de l'alimentation au pays de la gastronomie.

### 2.2.2 Une idée d'ambiance

D'après Christian LATOUR<sup>6</sup>, « L'ambiance est l'énergie que l'on réussit à créer dans un restaurant en agissant de façon systématique et structurée sur un certain nombre de variables. Cette énergie est souvent la différence qui permet d'attirer et de garder les clients dans nos restaurants. »

Il est vrai que la qualité des produits ainsi que prendre du plaisir lorsque l'on mange dans un restaurant font partie des choses importantes pour le consommateur. Cependant, le bien manger ne fait pas référence uniquement à la qualité des produits, ni à la notion de plaisir, mais il est également une histoire d'ambiance. Les consommateurs ont besoin d'une qualité de service professionnelle et chaleureuse, avec une décoration qui permet de faire évader sa clientèle lors d'un court instant : le temps d'un repas. De plus, un fond musical peut y être ajouté, afin de créer cette atmosphère qui permettra d'apprécier un peu plus ce que l'on a dans l'assiette.

Certes, l'ambiance est différente en fonction des restaurants, mais cela intervient dans le phénomène du bien manger car elle doit permettre d'attirer une clientèle, sans négliger l'importance de la qualité, de la nourriture et du service.

D'après Philip KOTLER<sup>7</sup>, l'ambiance se définit en quatre dimensions :

- Dimension visuelle (couleur, luminosité, taille du mobilier et forme) ;
- Dimension auditive (le volume sonore de la musique et le choix musical) ;
- Dimension olfactive (odeur, fraîcheur) ;
- Dimension tactile.

---

<sup>6</sup> Professeur en techniques de gestion de services alimentaires et président du groupe Sherpa International

<sup>7</sup> Professeur de marketing

De plus, l'ambiance n'est pas seulement créée par le restaurateur, mais aussi par les clients. Si le restaurant est régulièrement fréquenté par des couples, l'ambiance sera plus romantique et, a contrario, si le restaurant reçoit plus de groupes ou de familles, l'ambiance sera plus festive.

Enfin, un bon nombre de personnes considèrent que l'ambiance fait partie du bien manger car pour eux il est important de partager un moment convivial entre amis ou en famille.

L'ambiance est donc non négligeable dans un restaurant mais qu'en est-il de l'aspect santé et diététique ?

### 2.3 Un aspect santé

Impossible de parler d'alimentation sans aborder un aspect santé, primordial pour certaines personnes et, comme le disait Hippocrate : « Que ton aliment soit ta première médecine »<sup>8</sup>. On retrouve ainsi deux notions principales que sont la diététique et les maladies provoquées par de mauvaises habitudes alimentaires.

Le graphique ci-après est issu d'une étude<sup>9</sup> CREDOC, il montre qu'il existe un réel lien en France entre l'alimentation et la santé. En effet, comme nous pouvons le voir sur ce schéma, 75 % des Français estimaient en 1997 que la manière de manger avait une influence sur leur santé. Ce taux est passé à 89 % en 2007. Cette forte augmentation de 14 % en 10 ans montre donc une réelle prise en compte de ce facteur par la population sur leur façon de manger.

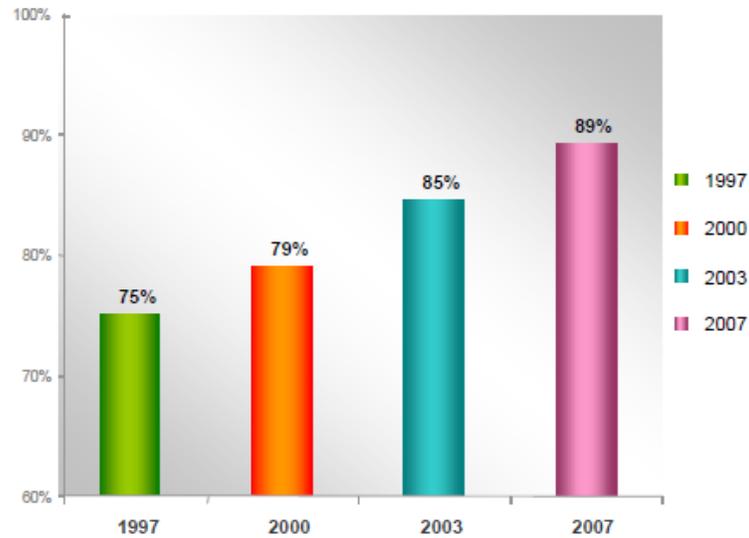
---

<sup>8</sup> Hippocrate, 460-356 avant J.-C.

<sup>9</sup> Discours nutritionnel aux représentations de l'alimentation par Thierry Mathé, Thomas Pilorin, Pascale Hébel et Mirrdyn Denizeau publié en 2008

Figure 4 - Graphique du CREDOC

**Graphique 12 : « Pensez-vous que la manière dont les personnes de votre foyer (y compris vous-même) mangent a une influence sur leur état de santé ? »**



### 2.3.1 Une idée de diététique

L'aspect diététique revêt une importance particulière dans l'alimentation. En effet, « le plaisir de bien manger, c'est respecter une norme diététique qui n'entre pas en dissonance avec ses propres habitudes alimentaires »<sup>10</sup>. C'est pourquoi, il est important de mettre en place de bonnes habitudes alimentaires permettant un certain équilibre.

Cependant aujourd'hui, le marché de la restauration rapide offre rarement la possibilité de créer un menu équilibré et on y retrouve souvent la pire des associations lipides/glucides comme le montre le document issu de France 5 sur la « restauration rapide : manger vite, manger mieux ? ».

<sup>10</sup> Karen montagne, la cuisine des magazines, op.cit., p.134

Par exemple un menu de *fast food* (type *Macdonald's*) comprendra : 500 kcal pour un hamburger ; 340 kcal pour les frites ; 170 kcal pour le soda ; 350 kcal pour une glace, soit un total de 1 360 kcal sur les 2 000 conseillées par jour pour un adulte. Mais les *fast food* ne sont pas les seuls à proposer des produits aussi caloriques, on peut citer une quiche au saumon qui est deux fois plus grasse qu'un sandwich au jambon. Les nutritionnistes ne conseillent pas forcément de prendre une salade qui manque souvent de protéines et qui n'est donc pas équilibrée, mais plutôt de privilégier un sandwich poulet-crudité avec un dessert à base de fruits. La règle numéro un pour bien manger est de s'informer sur les produits, de bien lire la composition des ingrédients et des pourcentages.

De manière globale, on a longtemps reproché à la gastronomie française de ne pas prendre en compte l'aspect nutritionnel, diététique, avec un vrai équilibre alimentaire. Ce premier appel fût entendu dans les années 1970 par Henri Gault et Christian Millau, les fondateurs du guide Gault et Millau qui mirent en place les dix commandements de la « Nouvelle Cuisine » qui demandent aux chefs de trouver des manières d'alléger les plats en proposant des variantes, mais tout en gardant la saveur propre des aliments.

### « Les dix commandements de la « Nouvelle cuisine »<sup>11</sup>

Tu ne cuiras pas trop,  
Tu utiliseras des produits frais et de qualité,  
Tu allègeras ta carte,  
Tu ne seras pas systématiquement moderniste,  
Tu rechercheras cependant ce que t'apportent les nouvelles techniques,  
Tu éviteras marinade, faisandages, fermentations...,  
Tu élimineras sauces brunes et blanches,  
Tu n'ignoreras pas la diététique,  
Tu ne truqueras pas tes présentations,  
Tu seras inventif. »

---

<sup>11</sup> Henri Gault et Christian Millau, « Article fondateur de la *Nouvelle cuisine* », dans *Guide Gault et Millau*, 1973.

Depuis, de nombreux chefs et restaurants se sont adaptés en proposant une cuisine plus diététique, d'autres au contraire revendiquent une notion de bonne chère. Il faut alors s'interroger si cette dernière est contraire à l'équilibre et demande donc de renoncer à une certaine forme de bonne santé.

Quoi qu'il en soit, prôner le bien manger mène aussi vers une notion marketing en employant le terme d'aliments qui « font du bien » comme Huilor pour qui « bien manger : s'alimenter sainement, c'est se soigner sans remède »<sup>12</sup>.

Les tendances en matière de diététique ont donc évoluées au cours des siècles pour aujourd'hui mettre en avant la minceur et l'apparence du corps en privilégiant une alimentation saine. Il n'y a pourtant pas si longtemps, « l'obésité du bien portant » était considérée comme un signe de luxe et de richesse due à l'abondance culinaire comme l'a souligné Kilien Stengel<sup>13</sup>. Actuellement, cette obésité représente la malnutrition, la pauvreté et est souvent signe de malbouffe.

### 2.3.2 Les maladies

Les maladies provoquées par de mauvaises habitudes alimentaires sont nombreuses et peuvent causer d'importants problèmes de santé. Les premiers acteurs visés sont les *fast food*, nous l'avons vu précédemment, un menu classique apporte près de 1 200 calories, soit 50 % des apports journaliers recommandés pour une femme et 38 % pour un homme. Les menus XXL, quant à eux, amènent 1 500 calories et donc encore plus de graisses et de sucres. Ces apports ont une incidence catastrophique sur la santé des consommateurs réguliers et peuvent provoquer sur le court terme : léthargie ; lourdeur d'esprit ; avidité.

---

<sup>12</sup> Slogan publicitaire de 1955 de la marque *Huilor*, production de l'huilerie de la croix verte, Bordeaux.

<sup>13</sup> Dans son livre sur *Bien manger et manger bon* publié en 2016

En outre, les produits utilisés dans les *fast food* contiennent de nombreux produits chimiques tels que l'aspartame (édulcorant au fort pouvoir sucrant qui n'a cessé de faire polémique depuis sa mise en place sur le marché), des additifs chimiques dans les légumes, ainsi que des OGM<sup>14</sup>. On retrouve essentiellement des acides gras saturés provenant en majorité de la graisse animale et qui provoquent sur le long terme du mauvais cholestérol. Enfin, il a été mis en avant que la viande est responsable d'environ 70 % des intoxications alimentaires rattachées au *fast food*.

En soit, la nourriture issue de la restauration rapide est beaucoup trop grasse ; trop riche en sucres et en sel ; remplie de produits chimiques et ne couvre pas les besoins en lipides et vitamines. Selon un rapport de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS, 2003)<sup>15</sup>, les maladies chroniques engendrées par l'alimentation sont les suivantes : l'obésité, le diabète sucré, les maladies cardio-vasculaires, l'hypertension, les accidents vasculaires cérébraux et certains types de cancers.

Figure 5 - Nuage de mots sur les maladies alimentaires



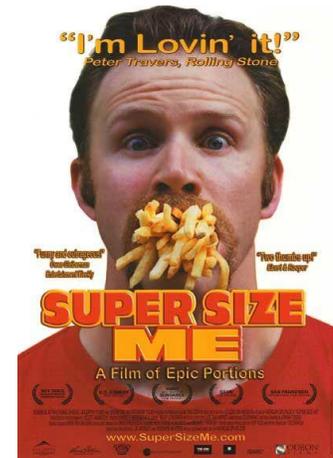
<sup>14</sup> Organisme Génétiquement Modifié

<sup>15</sup> Informations reprises par le site : [http://www.vcharite.univ-mrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport\\_hypertexte\\_les\\_pathologies\\_liees\\_a\\_l\\_alimentation.pdf](http://www.vcharite.univ-mrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport_hypertexte_les_pathologies_liees_a_l_alimentation.pdf)

Sur le long terme, cette consommation de nourriture a diverses conséquences<sup>16</sup> :

- Cancers ;
- Diabète (surtout de type 2) ;
- Surpoids, voire obésité (IMC supérieur à 30) ;
- Maladies cardio-vasculaires / accidents cardio-vasculaires ;
- Troubles de conduites alimentaires (boulimie ...) ;
- Mauvais cholestérol ;
- Hypertension artérielle ;
- Troubles de la vésicule biliaire ;
- Vieillesse tissulaire dû à l'augmentation des radicaux libres ;
- Dépendance ;
- Dépression.

Quelques-uns de ces effets ont été mis en avant avec le film documentaire *Super size me* réalisé par Morgan Spurlock. Ce dernier a décidé de ne consommer que des produits de *Macdonald's* pendant un mois (et accepter le menu *Super Size me* lorsqu'on lui proposait), de ne pas faire de sport et marcher un nombre de pas maximal de 5 000 par jour correspondant à la moyenne américaine. Au terme de cette expérience, Morgan a pris plus de 11 kg, a endommagé son foie et a augmenté son cholestérol. Une vraie catastrophe pour les médecins l'encadrant qui lui avaient conseillé d'arrêter avant la fin.



De plus, il a mis plus d'un an à revenir à son poids de forme.

Ce film a fait beaucoup de bruits à sa sortie et a provoqué de nombreuses réactions, notamment le retrait du menu *SuperSize* par *Macdonald's*. Ce fût une vraie prise de conscience mondiale sur les effets néfastes de la mauvaise qualité des *fast food* qui proposent des produits gras ayant de graves répercussions sur la santé.

---

<sup>16</sup> Informations reprises par les sites internet

[http://www.vcharite.univmrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport\\_hypertexte\\_les\\_pathologies\\_liees\\_a\\_l\\_alimentation.pdf](http://www.vcharite.univmrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport_hypertexte_les_pathologies_liees_a_l_alimentation.pdf) et

<http://marie-et-pauline-tpfastfood.e-monsite.com/pages/dangers-risques-et-effets-sur-la-sante.html>



Un autre exemple que nous pouvons citer est celui du magazine Marianne. En effet, la Une de Marianne avait pour sujet principal la malbouffe.

En Europe, plus de la moitié des adultes est en surpoids et 30 % d'entre eux souffrent d'obésité. Et ce constat pourrait s'aggraver dans les années à venir, en effet, le site internet de Normandie actu<sup>17</sup> prévoit qu' « en 2030 la malbouffe causerait plus de morts que le tabac, l'alcool et le sexe réunis ». Ainsi, le nombre de personnes en surpoids qui était de 1.33 milliards en 2005, pourrait passer à 3.28 milliards en 2030.

Il s'agit d'une vraie lutte contre le surpoids car cela touche plus d'un tiers des français. De nombreuses mesures de santé publiques sont mises en place par le biais du PNNS<sup>18</sup> mais cela représente un coût financier important, chiffré par le Trésor Public à hauteur de 20 milliards d'euros par an.

Il existe de nos jours un vrai paradoxe avec les *fast food*. Tout le monde a connaissance des répercussions sur l'organisme de la consommation de ces produits, pourtant, le secteur de la restauration rapide réalise toujours plus de chiffres que dans la restauration traditionnelle comme nous l'avons vu précédemment. Cela reflète donc le style de vie d'une population pressée, qui ne prend plus le temps de manger et qui préfère un aspect pratique plutôt que qualitatif.

---

<sup>17</sup>[http://www.normandie-actu.fr/sante-la-malbouffe-cause-plus-de-morts-que-le-tabac-l-alcool-et-le-sexe-reunis\\_234774/](http://www.normandie-actu.fr/sante-la-malbouffe-cause-plus-de-morts-que-le-tabac-l-alcool-et-le-sexe-reunis_234774/)

<sup>18</sup> Lancé en 2001, le Programme national nutrition santé (PNNS) est un plan de santé publique visant à améliorer l'état de santé de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs : la nutrition. Pour le PNNS, la nutrition s'entend comme l'équilibre entre les apports liés à l'alimentation et les dépenses occasionnées par l'activité physique.

## 2.4 Une idée de subjectivité

Le bien manger est une notion très subjective car chacun a sa propre définition et ses propres valeurs comme nous pouvons le voir dans les deux définitions suivantes :

« Le bon renvoi d'abord au goût. Dans un réflexe marketing, on se dit « bon pour le consommateur », au-delà de la dimension sensorielle et de la qualité intrinsèque. [...] Est-ce que c'est bon ou meilleur pour la santé ? [...] Bon pour l'environnement ? [...] Bon pour le marché ? [...] bon pour la rémunération du producteur ? »<sup>19</sup>

« Bien manger, cela signifie non seulement manger à sa faim, être rassasié, mais également manger des bonnes et belles choses, des aliments de qualité en toute convivialité. [...] Bien manger c'est adopter une alimentation variée et équilibrée, c'est-à-dire manger de tout mais en quantités adaptées. Cela consiste à privilégier les aliments bénéfiques à notre santé (fruits, légumes, féculents, poissons...) et à limiter la consommation de produits sucrés (confiseries, boissons sucrées...), salés (gâteaux apéritifs, chips...) et gras (charcuterie, beurre, crème...)»<sup>20</sup>.

En outre, on ressent de vraies différences culturelles sur la définition du bien manger d'un pays à un autre, ou même selon des modèles régionaux. Ainsi, un habitant de la campagne et de la ville n'aspirera pas aux mêmes valeurs.

Ces différences sont renforcées par les nombreuses crises alimentaires qui eurent lieu ces dernières années, qui avec l'influence des médias sont restées dans la mémoire des français. Aujourd'hui plus que jamais, les français surveillent leur alimentation.

De plus, notre perception du bien manger a un caractère héréditaire qui passe par l'éducation de nos parents, en fonction de leurs goûts et de leurs préférences, nous aurons tendance à

---

19 Hervé Hannin, « Le bio et le bon », dans Le vin est-il bon ?, université de la vigne et du vin, 2009, p.124

20 Site internet du Programme National Nutrition Santé (PNNS) : <http://www.mangerbouger.fr/Manger-Mieux/Que-veut-dire-bien-manger>

adopter les mêmes comportements. Cependant, chaque individu a ses propres saveurs selon sa perception des goûts : sucré, salé, amer, acide et umami. L'entourage joue également un rôle important, car en fonction de lui, l'individu s'adapte pour convenir au plus grand nombre selon les différences culturelles, religieuses, etc.

L'industrialisation du monde alimentaire a également participé à redéfinir le modèle du bon et du bien manger. En effet, un des critères du « bon » de nos jours est celui d'un produit « propre », voire aseptisé qui aura subi une transformation industrielle afin de le rendre qualitatif. Cette perception n'est évidemment pas celle de tout le monde, pour certains, les produits bruts, bios, qui ne sont pas passés par l'industrie, représentent la qualité.

Enfin, il a été difficile de donner une définition du modèle du bien manger. Comme nous l'avons vu, chacun a sa propre définition et sa vision des choses.

Lors du micro-trottoir effectué à Toulouse, nous avons demandé sous forme de question ouverte aux passants leur définition du bien manger et les réponses ont été très différentes d'un individu à l'autre.

Pour conclure cette première partie : au gré des scandales alimentaires qui ont éclaté depuis les années 1990, une nouvelle tendance s'est développée en faveur d'une consommation plus saine. Ainsi, les industriels devront s'adapter, d'autant plus que seule une minorité de consommateurs leur font confiance. Pour reconquérir le cœur des français, ces opérateurs devront effectivement communiquer davantage sur la traçabilité et la naturalité des produits.

## PARTIE 2

# MÉTHODOLOGIE ET ANALYSES DE L'ÉTUDE

## PARTIE 2 : MÉTHODOLOGIE ET ANALYSES DE L'ÉTUDE

**D**ans cette deuxième partie nous allons expliquer nos hypothèses, également les méthodes et les outils (guide d'entretien, focus group, micro-trottoir etc...) que nous avons utilisés pour pouvoir analyser nos résultats obtenus. Par la suite, nous allons pouvoir analyser les réponses du guide d'entretien, des micros-trottoirs et des sondages réalisés auprès des consommateurs et des professionnels en effectuant des analyses qualitatives et quantitatives.

### CHAPITRE 1 : Et si on allait faire un tour sur le terrain ? Oui, mais comment ?

#### 1.1 D'abord, établissons des hypothèses

Notre société est en constante évolution en tout point : politique, social, économique, environnemental... notre façon de s'alimenter suit également ces changements, c'est pourquoi, depuis quelques années nous avons vu apparaître une réelle tendance du bien manger qui ne cesse d'accroître. Comme le dit si bien Isabelle Gagné<sup>21</sup> : « bien manger est une récompense pour votre corps ».

On comprend ici les différents enjeux qui rentrent dans cette définition du bien manger comme nous avons pu le voir précédemment. Il s'agit donc d'un vrai sujet d'actualité qui a été fort intéressant à traiter car il parle à tout le monde, aussi bien aux restaurateurs, qu'aux consommateurs. De plus, dans le groupe, nous sommes tous issus d'une filière d'hôtellerie et restauration et, nous aimons bien manger ! À travers nos recherches documentaires, ainsi qu'avec les différentes interviews réalisées, nous avons pu approfondir ce sujet et ainsi compléter nos connaissances personnelles.

---

<sup>21</sup> « Blogueuse » et coach sportive

La frise ci-dessous permet de voir quelle a été notre démarche de recherche au cours de cette année pour traiter ce sujet.



Nous nous sommes penchés sur la problématique suivante :

**En quoi la restauration rapide adapte-t-elle son offre ou ses prestations face à la demande du bien manger du consommateur ?**

Afin d'y répondre, nous avons proposé les cinq hypothèses ci-après :

**Hypothèse n° 1 : Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément payer cher.**

Nous nous sommes rapidement orienté vers cette hypothèse, car lors des micros-trottoirs, la question du prix est souvent apparue, notamment pour signifier que le rapport qualité/prix en restauration rapide n'est pas forcément au rendez-vous et qu'au contraire, « c'est cher pour ce que c'est ». Après analyse, nous pourrons donc voir si cette affirmation est vraie, ou pas.

**Hypothèse n° 2 : Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré.**

Dans ce cas-là, nous mettons en avant la notion de plaisir à manger et non pas seulement le fait de se nourrir. En général, les personnes qui décident d'aller manger dans des restaurants de type *fast food*, ont connaissance de l'apport nutritionnel très déséquilibré des produits proposés (trop gras et trop sucrés), nous allons donc essayer de comprendre ce que bien manger en restauration rapide signifie pour ces personnes.

**Hypothèse n° 3 : Bien manger en restauration rapide, ce n'est pas uniquement lié au produit.**

On pense alors ici à l'atmosphère, au côté convivial de partager un repas qui procurera à l'ensemble des invités une notion de plaisir. Dans cette hypothèse, on suppose donc que les produits utilisés ne définissent pas le bien manger, mais qu'ils y participent.

**Hypothèse n° 4 : Le bien manger est un effet de mode.**

Il s'agit ici de savoir si ce phénomène du bien manger, depuis qu'il est apparu, n'est qu'un effet de mode et sera remplacé par de nouvelles tendances, ou si au contraire, il s'agit d'un effet durable, que les consommateurs, ainsi que les restaurateurs, l'ont bien pris en compte dans leur façon de considérer l'alimentation.

**Hypothèse n° 5 : Les professionnels de la restauration rapide se préoccupent du bien manger dans leur stratégie commerciale.**

Cette hypothèse trouvera sa réponse dans l'analyse des interviews réalisées auprès des professionnels. Nous nous sommes posés cette question par rapport à toutes les campagnes publicitaires issues du PNNS qui, depuis de nombreuses années affichent des messages comme « manger, bouger », ou « manger cinq fruits et légumes par jour ». On peut alors se demander si les professionnels de la restauration rapide prennent en compte ces notions d'un point de vue nutritionnel ou plus dans un aspect plaisir.

Notre but, lors de cette analyse est de confirmer ou infirmer nos hypothèses afin de mieux comprendre et expliquer notre sujet. C'est pourquoi, nous avons mis en place différentes méthodes, que nous avons essentiellement appliquées dans la région toulousaine.

## 1.2 Ensuite, allons à l'exploration de notre société

Afin de réaliser notre étude, nous avons commencé par effectuer des recherches documentaires avec de multiples supports. Ces recherches sont primordiales car elles permettent de mieux cibler notre sujet et ainsi, de pouvoir dégager des informations

pertinentes pour justifier nos propos. Après s'être appuyés sur des livres, études, reportages, sites internet... nous avons pu récupérer de nombreuses informations pour étoffer notre projet, en prenant soin cependant de vérifier nos sources.

### 1.2.1 Rencontre sur un micro-trottoir

Afin de débiter notre étude et pour bien définir notre sujet, nous avons décidé de faire un sondage dans la rue pour interroger des toulousains et avoir leur vision du bien manger dans la restauration rapide. Ainsi, ce n'est pas moins de 70 personnes qui ont eu la gentillesse de nous consacrer un peu de temps et répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce qu'est pour vous la restauration rapide ?
- Qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?
- D'après vous, bien manger et restauration rapide sont-ils compatibles ?
- Combien de fois par semaine/mois allez-vous manger dans un *fast food* ?

Les résultats de ces micros-trottoirs ont été analysés pour faire ressortir les mots-clés et ainsi, parvenir à une première définition du bien manger en restauration rapide d'un point de vue des consommateurs.

### 1.2.2 Rencontre dans un restaurant

Dans un second temps, nous avons réalisé des études qualitatives<sup>22</sup> dans le but d'expliquer notre sujet, contrairement aux études quantitatives qui elles, mesurent des faits. L'objectif était donc d'interroger des professionnels en rapport avec la restauration sur leur vision des choses, en posant des questions précises sur notre sujet, sans cependant essayer d'orienter les réponses des interviewés. Ces études qualitatives reposent sur quatre points :

- ✓ Les interviews sont de nature exploratoires ;
- ✓ L'interviewer ne doit pas être directif ;
- ✓ Le résultat de l'interview doit permettre de donner un sens et non pas une preuve ;
- ✓ Les résultats ne peuvent pas être généralisables, car individuels.

---

<sup>22</sup> Cours de Marketing de Monsieur Pichon (année 2016/2017)

Afin d'interroger des professionnels de la restauration, nous avons choisi de procéder à des entretiens individuels semi-directif en concevant un guide d'entretien (en annexe).

Ce guide d'entretien se structure en quatre phases essentielles autour desquelles nous avons formulé des questions en rapport avec notre sujet et selon les thèmes suivants :

*Tableau 3 - Phases principales d'un entretien professionnel*

Phases	Questions
Phase d'introduction	Présentation de l'interviewé, de son parcours professionnel et de son entreprise.
Phase de recentrage autour du sujet	L'avenir de la restauration rapide et du bien manger.
Phase d'approfondissement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relation entre restauration rapide et bien manger ;</li> <li>- Aspect santé, diététique ;</li> <li>- Aspect communication.</li> </ul>
Phase de conclusion	L'avenir du bien manger dans la restauration rapide.

Les rendez-vous avec les professionnels ont toujours pris place sur leur lieu de travail, généralement pendant la coupure de l'après-midi, ce qui permettait d'avoir un certain laps de temps pour prendre le temps de répondre à toutes les questions.

Nous avons enregistré les personnes interrogées à l'aide de nos téléphones portables afin de retranscrire ultérieurement les interviews sous forme écrite.

Nous avons été très surpris de l'accueil des professionnels qui malgré leur emploi du temps souvent chargé, ont pris le temps de répondre avec plaisir à nos questions.

Dans le tableau suivant, nous avons résumé les caractéristiques des différents professionnels interrogés lors de notre étude avec le type de restauration qu'ils proposent, la date des interviews, ainsi que la durée des entretiens.

À noter qu'à plusieurs reprises, nous avons contacté en vain différents *fast food* de chaînes relativement connues.

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

Tableau 4 - Descriptif des entretiens professionnels

Entretiens	Type de professionnel	Type de restauration	Date	Durée
<b>Interview n° 1</b>	Restaurateurs	Uniquement pour le déjeuner avec utilisation de produits frais et plats faits maison.	9.12.2016	45 min
<b>Interview n° 2</b>	Propriétaire/gérant de deux <i>food truck</i>	Restauration rapide de qualité avec des produits locaux (recettes réalisées par un diététicien).	13.12.2016	17 min
<b>Interview n° 3</b>	Propriétaire de trois restaurants dans Toulouse	Restauration rapide de qualité avec un concept basé autour du canard du sud-ouest.	16.12.2016	1h20
<b>Interview n° 4</b>	Propriétaire d'un restaurant à Toulouse	Restauration rapide de qualité, concept de viande mijotée avec production déportée.	10.01.2017	43 min
<b>Interview n° 5</b>	Agence de communication et d'événements	Tout ce qui touche de près ou de loin à l'alimentation, notamment pour les professionnels indépendants.	05.01.2017	45 min
<b>Interview n° 6</b>	Diététicienne	Travaille en collaboration dans une cuisine centrale qui propose de la restauration scolaire	26.01.2017	38 min
<b>Interview n° 7</b>	Propriétaire de son restaurant	Restauration rapide et de brasserie ; cuisine de qualité avec des produits frais.	2.03.2017	38 min

Une fois les entretiens enregistrés, une longue tâche fastidieuse s'est offerte à nous : la retranscription. Elle a été fort utile pour se replonger dans le sujet et noter des détails et informations que nous n'avions pas réellement relevés lors de l'interview.

En outre, lorsque tous les entretiens ont été retranscrits, nous avons analysé les données pour mettre en perspective les différents points de vue des professionnels et ainsi les comparer pour en extraire le plus pertinent.

Ce travail d'analyse de notre projet s'est déroulé de la manière suivante :

- 1- Retranscription des entretiens ;
- 2- Définition de l'unité d'analyse ;
- 3- Construction de la grille et remplissage ;
- 4- Analyse thématique ;
- 5- Quantifications, rapport de l'étude.

Pour analyser ces entretiens, nous avons effectué deux types d'analyse :

- Analyse verticale : c'est une analyse intra-interview qui permet de mettre en avant l'ordre d'apparition des thèmes abordés, ainsi que les catégories les plus souvent évoquées par le répondant ;
- Analyse horizontale : c'est une analyse plus précise où l'on peut voir rapidement les catégories les plus fréquentes pour l'ensemble des répondants, et qui compare les mots utilisés par les différents interviewés.

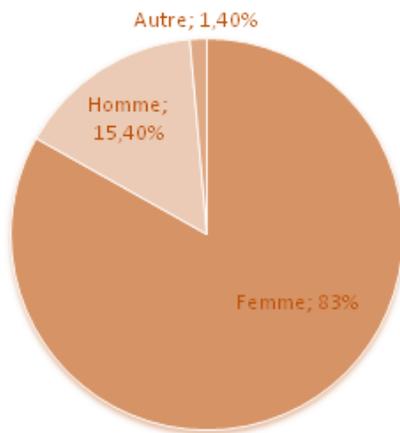
### 1.2.3 Rencontre autour d'une table

Afin d'étoffer notre étude qualitative, nous avons également réalisé un entretien de groupe le 02.03.2017, d'une durée de 30 minutes. Nous avons fait appel à des volontaires souhaitant répondre à nos questions, suivit d'une analyse.

Ce *focus group* a été très intéressant car il nous a permis d'avoir le point de vue de personnes hétéroclites, avec différents parcours et des réponses parfois opposées.

### 1.2.4 Rencontre sur le net

Nous avons créé une étude qualitative afin d'approfondir notre étude sur le bien manger en restauration rapide. Cette étude nous a permis d'acquérir des informations sur un panel de consommateurs plus large que l'on a pu commenter et analyser.



Comment avons-nous mis en place cette étude ?

Nous avons décidé de créer un questionnaire par le biais d'un site internet en nous inspirant de notre guide d'entretien.

Afin de toucher un maximum de consommateur nous avons utilisé les réseaux sociaux pour diffuser notre questionnaire.

Le questionnaire a été assimilé à 212 consommateurs âgés entre 15 ans et 70 ans

Pour conclure sur cette partie méthodologie, nous avons mis en évidence différentes méthodes, aussi bien quantitatives que qualitatives, pour analyser notre sujet et ainsi répondre à notre problématique. Dans la partie suivante, nous allons décortiquer les différents entretiens pour mettre en avant les points essentiels répondant à notre sujet. Puis, nous effectuerons une comparaison entre les hypothèses formulées au début de notre étude et les résultats obtenus, afin de les confirmer, ou non.

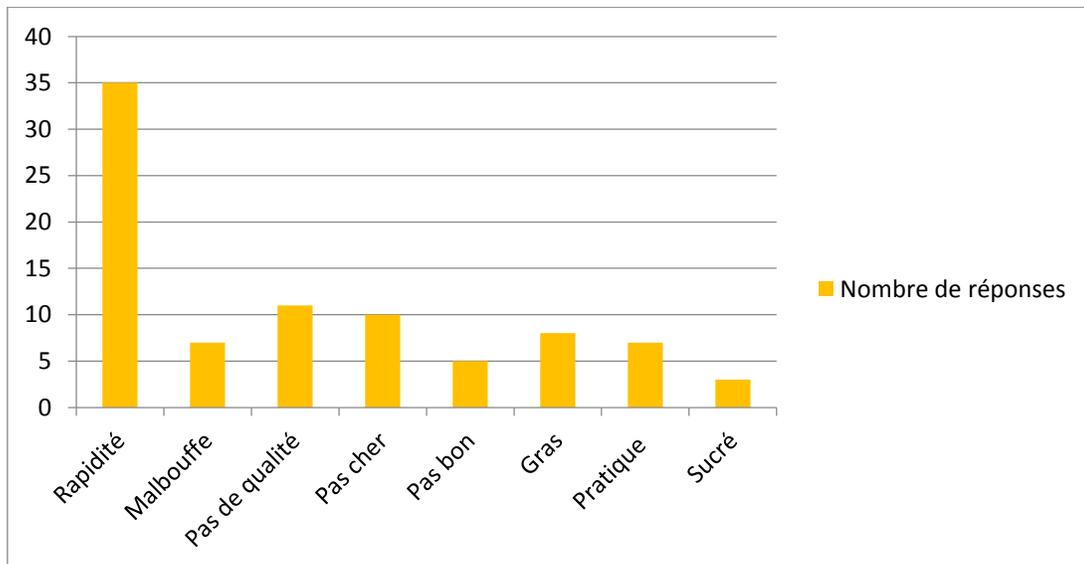
## CHAPITRE 2 : Mais que veut dire tout ça ?

### 2.1 Dissection des micros-trottoirs

Nous avons présenté le questionnaire à 70 personnes, dont 52,86 % de femmes et 47,14 % d'hommes. Les personnes interrogées avaient entre 17 et 90 ans et la moyenne d'âge était de 39 ans.

Lorsque nous avons demandé aux personnes de définir la restauration rapide, les réponses les plus courantes ont été les suivantes :

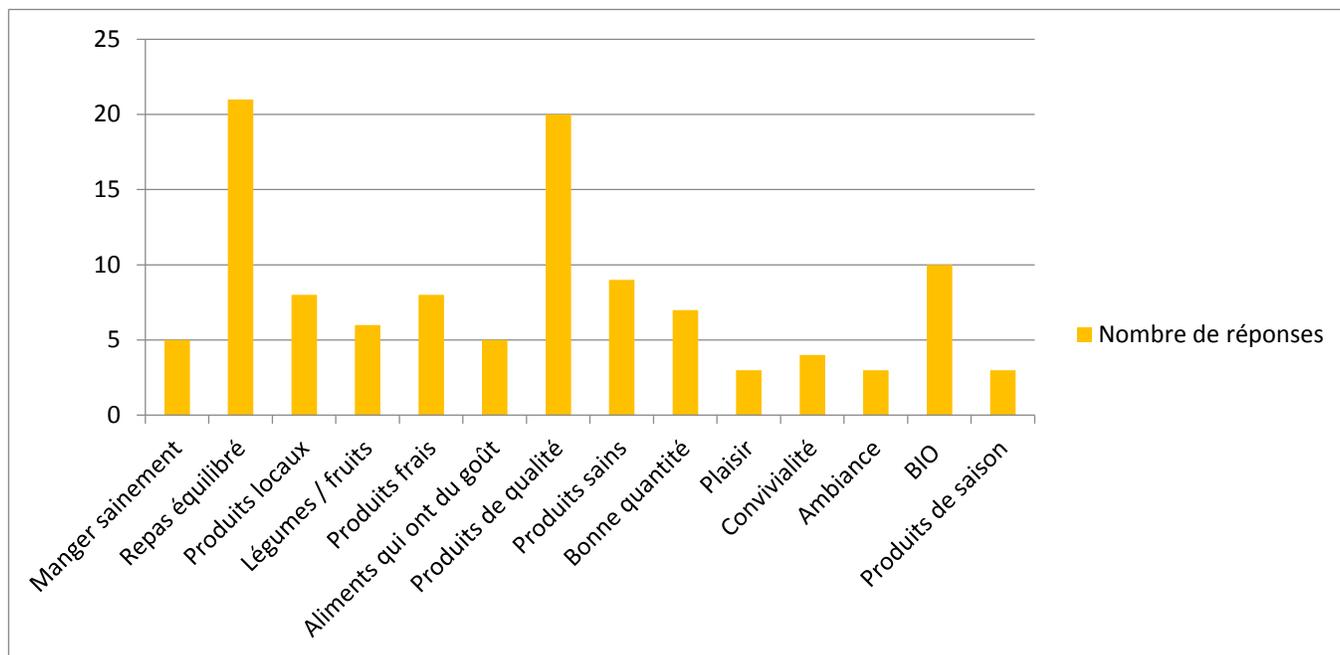
Figure 6 - Réponses à la question 1 : qu'est-ce que pour vous la restauration rapide ?



Dans l'esprit de la plupart des sondés, la restauration rapide est donc un moyen efficace de manger rapidement à bas prix. Mais selon eux, les produits proposés en restauration rapide restent cependant très gras et de mauvaise qualité.

Selon les personnes interrogées, la notion de bien manger fait référence à :

Figure 7- Réponses à la question 2 : qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?



Bien manger signifie avoir une alimentation équilibrée, basée sur des produits sains, frais, locaux et de saison. Elle comprend parfois une agriculture biologique. La quantité est très importante, il ne faut plus avoir faim après avoir mangé, sans toutefois manger trop lourdement.

Figure 8- La restauration rapide est-elle compatible avec le bien manger ?

En grande partie, la population interrogée a estimé que la restauration rapide était compatible avec la notion de bien manger (49 %). À l'inverse, 39 % estiment que ces deux notions ne sont pas compatibles et seulement 12 % ont un avis mitigé. On peut donc constater que la population n'a pas un avis tranché sur cette question, sûrement par manque de connaissance sur le sujet.

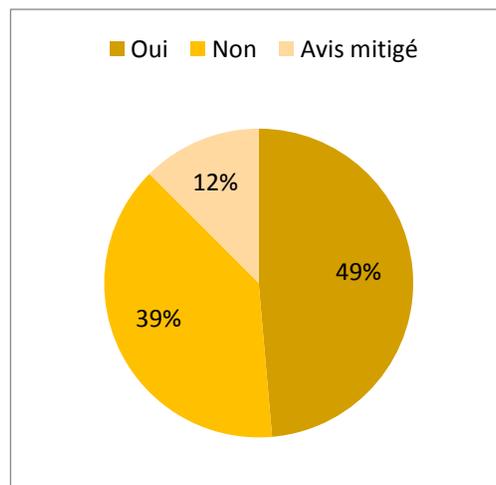
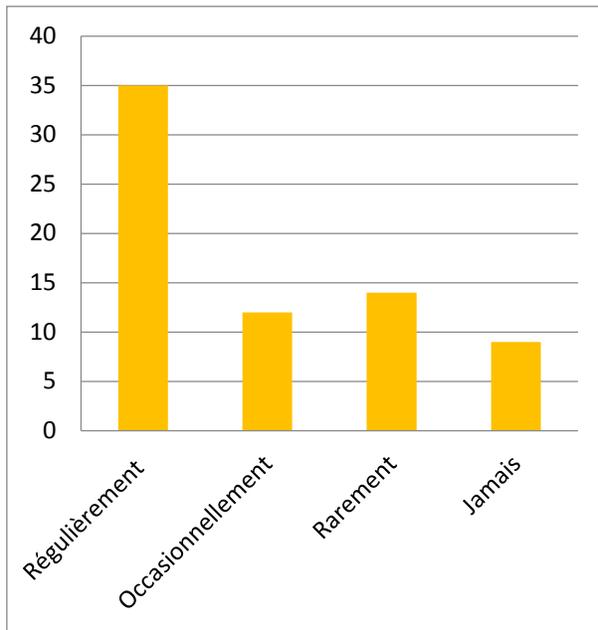


Figure 9 - Fréquence de repas dans les fast food



Parmi les personnes interrogées, 35 d'entre elles ont avoué se rendre régulièrement dans les *fast food*, 12 s'y rendent de manière occasionnelle, 14 rarement et seulement 9 n'y vont jamais. On constate alors que malgré d'importantes critiques négatives concernant la restauration rapide, la moitié des personnes interrogées mangent dans ce type de restaurant de manière régulière. Il semble donc y avoir un décalage entre les paroles et les actes.

## 2.2 Analyse qualitative

### 2.2.1 Profils des professionnels

Tableau 5 - Profils des professionnels interviewés

Interviews	Personnes interviewées	Lieux
N° 1 : Restaurant	Fondateur/gérant du restaurant	Toulouse
N° 2 : Food Truck	Un des deux fondateurs	Labège
N° 3 : Restaurant de chaîne	Fondateur de la chaîne	Toulouse
N° 4 : Agence de communication en restauration	Directeur de l'agence	Toulouse
N° 5 : Restaurant	Chef du restaurant	Toulouse
N° 6 : Cabinet diététique	Diététicienne	Plaisance-du-Touch
N° 7 : Restaurant brasserie/ à emporter	Propriétaire du restaurant	Toulouse

2.2.2 Tableau d'analyses qualitatives des professionnels

Tableau 6 - Analyses qualitatives des professionnels

	Restaurateurs	Food Truck	Agence de communication en restauration	Cabinet diététique	Synthèse horizontale
Définition de la restauration rapide	« pas de service à table », « contenant jetable, pas de vaisselle en dur », « rapide et économique », « gras et sucré »		« côté consommateur je trouve ça génial », « pour le midi je dirais elle est obligatoire », « rapide, convivialité », « point de vue commerçant, très compliqué de gagner sa vie »	« c'est manger quelque chose facile et rapide à manger », « avec ses doigts », « manger comme dans les <i>fast food</i> »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pas de service à table</li> <li>• contenant jetable</li> <li>• sur place ou à emporter</li> <li>• facile et rapide</li> </ul>
	« usine à fric », « <i>Macdonald</i> »				
	« restauration sur place ou à emporter, souvent au comptoir », « servi en moins de 5 minutes »				
	« les gens mangent pas sur place », « ils prennent et ils s'en vont »				
Définition du bien manger	« bien manger ça peut être gras et copieux », « plaisir et origine des produits », « gourmand... Pas forcément équilibré »	« c'est savoir se faire plaisir, avec des produits de première fraîcheur et de qualité », « c'est bien se	« c'est manger cuisiner », « ne pas manger du prêt à l'emploi », « équilibré », « faire travailler les locaux »	« c'est une notion de manger équilibré », « 3 repas par jour », « tout ce que l'organisme a besoin, donc protéines, légumes,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• se faire plaisir</li> <li>• gourmandise</li> <li>• manger varié</li> <li>• produits frais</li> </ul>

	<p>« manger varié », « des produits frais », « pas de boîtes, ni de surgelés »</p> <p>« prendre du plaisir », « gourmandise », « l'important c'est le goût »</p> <p>« produits de qualités », « produits frais », « faits maison »</p>	nourrir »		féculents »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produits de qualités</li> <li>• plats faits maison</li> <li>• l'important c'est le goût</li> <li>• manger équilibré</li> <li>• utiliser des produits locaux</li> </ul>
Définition de la malbouffe	<p>« c'est <i>Macdo</i> », « une nourriture qui a été transformée et transformée en cette merde industrielle »</p> <p>« manger n'importe quoi, n'importe quand », « les <i>fast food</i> »</p> <p>« <i>Macdo</i> », « produits non identifiés », « plus de chimie que de cuisine », « produits plein d'additifs »</p> <p>« produits industriels », « produits qu'on trouve partout »</p>	« mal se nourrir », « pas de produits frais », « produits congelés, moins nutritifs pour la santé », « produits plus chers »	« manger des choses toutes prêtes », « manger du prêt à l'emploi mais du mauvais prêt à l'emploi », « bas de gamme qui ne met pas en avant les produits », « pas équilibré »	« c'est manger que des produits gras, sucrés, ne pas manger équilibré », « manger des choses faciles, tout prêt », « manger pas mal en restauration rapide, dans les <i>fast food</i> »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produits non identifiés</li> <li>• produits industriels</li> <li>• produits plein d'additifs</li> <li>• produits prêts à l'emploi</li> <li>• produits bas de gamme</li> <li>• pas équilibré</li> <li>• plats gras et sucrés</li> <li>• <i>fast food</i></li> </ul>
Compatibilité entre restauration rapide et bien manger	<p>« c'est ce qu'on essaie de faire, nous c'est la base, restauration rapide à la française », « le <i>fast casual</i> c'est en train d'émerger, c'est la nouvelle tendance de la restauration rapide », « il me semble que ouais », « oui bien-sûr »</p>	« oui », « avec des produits frais et de qualité », « il y a d'autres entreprises qui essayent de proposer des produits frais et de qualité, avec un service rapide »	« oui, oui c'est compatible », « c'est plus du <i>fast food</i> mais du <i>fast good</i> », « quand on aime la restauration rapide et qu'on aime faire plaisir aux gens avec des bons produits, c'est possible »	« oui c'est compatible », « comme la salade au <i>Macdo</i> », « c'est difficile à associer dans la tête des gens, la restauration rapide avec le bien manger »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• émergence du <i>fast casual</i></li> <li>• nouvelle tendance de la restauration rapide</li> <li>• c'est compatible</li> <li>• on passe du <i>fast food</i> au <i>fast good</i></li> <li>• difficile à associer dans la tête des gens</li> </ul>

	« oui tout à fait », « ça marche plutôt bien »				
Santé, diététique	« les <i>fast food</i> américains, ça flingue un peu la santé des français oui, mais pas les <i>fast good</i> »	« nous on fait partie de la restauration rapide mais après on n'a pas l'impression d'avoir un impact négatif sur la santé car on fait intervenir une diététicienne pour réaliser nos sandwiches ou nos menus »	« restauration rapide, oui elle a un impact sur la santé, type américaine », « pour l'obésité elle fait mal », « mais je pense que les français font attention à ça », « il ne faut pas abuser de la restauration trop grasse »	« important de manger équilibré même une fois par jour surtout quand on est jeune, pour le développement du corps », « Oui la restauration rapide a un impact sur la santé », « ce n'est pas le pain ou le <i>steack</i> haché qui pose problème mais surtout la sauce et l'accompagnement, notamment les frites », « on peut manger des burgers, des sandwiches mais sans trop de mayonnaise ou de beurre »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les <i>fast good</i> ne sont pas mauvais pour la santé</li> <li>• manger tous les jours dans les <i>fast food</i> n'est pas sain</li> <li>• la restauration rapide a un impact sur la santé</li> <li>• les français font attention à ce qu'ils mangent</li> <li>• c'est important de manger équilibré</li> <li>• les produits industriels ainsi que les plats trop gras et trop sucrés sont mauvais pour la santé</li> </ul>
	« les gens s'interrogent de plus en plus sur leur santé », « la prise de conscience est liée à l'âge, les jeunes sont moins sensibles », « tout dépend à quelle dose on la mange »				
	« nous on est sur la gourmandise donc fait pas trop attention à la diététique »				
	« la restauration rapide peut avoir un impact sur la santé si y a trop de gras et trop de sucre », « on ne peut pas manger tous les jours dans la restauration rapide »				
En un ça		« je sais pas », « je ne	« la publicité elle a peut-	« oui, je pense que la télé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les campagnes</li> </ul>

	<p>« les campagnes publicitaires sont axées sur les jeunes », « les gens entendent 5 fruits et légumes par jour depuis 20 ans, c'est rentré dans les mœurs mais ils en font ce qu'ils veulent »</p>	<p>regarde pas trop la télé » « je ne fais pas vraiment attention aux publicités mais je pense que c'est plutôt le bouche à oreille qui fonctionne le mieux encore aujourd'hui »</p>	<p>être une influence mais quand je vais au <i>Macdo</i>, je ne mange pas de la salade, les gens qui répondent ça c'est de l'hypocrisie », « forcément la publicité a un impact mais moi je pense que tout le monde fait attention à la beauté de son corps ou du moins ils y pensent », « mais bon les gens ils adorent la bouffe, on le voit sur les réseaux sociaux, ils mettent des photos de ce qu'ils mangent »</p>	<p>nous met beaucoup de pubs sur les <i>fast food</i> avec toujours la petite phrase en dessous « ne pas manger trop gras, trop sucré, trop salé », « la radio aussi fait des rappels sur la consommation », « je ne sais pas s'il y a beaucoup d'affiche sur l'alimentation équilibrée »</p>	<p><b>publicitaires influencent les modes de consommation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les consommateurs sont plus informés qu'auparavant</li> <li>• les <i>fast good</i> jouent la transparence sur l'origine de leurs produits</li> <li>• le bouche-à-oreille fonctionne toujours mieux que la publicité</li> </ul>
<p><b>L'avenir du bien manger en restauration rapide</b></p>	<p>« je sais pas si c'est l'avenir mais c'est une tendance forte, on a passé le cap de l'effet de mode », « ça peut bouleverser le marché de la restauration rapide, mais il y aura toujours besoin de concepts pas cher avec de la bouffe de merde, il y aura toujours besoin de ça »</p>	<p>« oui je pense, y a de plus en plus de concept comme le nôtre », « on peut manger vite et bien », « on peut le voir, les <i>fast good</i> se développent », « je pense que la restauration rapide peut devenir une restauration de santé »</p>	<p>« oui, c'est une tendance, je pense qu'on va arriver dans deux trois ans ça sera le pic », « avant c'était les produits locaux maintenant c'est le bien manger mais les deux se rapprochent », « je pense aussi que c'est une très bonne époque »</p>	<p>« non », « ils vont peut-être mettre en place de nouveaux repas/produits dits sains mais pas plus »</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• le <i>fast casual</i> est une tendance forte qui a dépassé le cap de l'effet de mode</li> <li>• on ne fera pas de retour en arrière sur la malbouffe</li> <li>• les <i>fast good</i> vont connaître un développement accru ces prochaines années mais les <i>fast food</i> seront toujours prépondérants en</li> </ul>
	<p>« je ne sais pas, je n'ai pas d'avis sur ce sujet »</p>				

	« je pense que c'est une tendance », « on ne fera pas de retour en arrière, c'est parti trop loin »				raison de prix plus attractifs
	« oui, la preuve nous on le fait bien »				

### 2.2.3 Analyse verticale des entretiens :

- Restaurateurs

Pour les restaurateurs, la restauration rapide correspond à une prestation où il n'y a pas de service à table. Cette offre de restauration nous propose un service sur place ou à emporter mais elle reste trop grasse et trop sucrée. La malbouffe est régulièrement associée aux *fast food* ou au *Macdonald's*, les produits utilisés sont des « produits transformés ». De plus, le bien manger c'est aussi pour eux l'utilisation de produits frais et de qualité et, selon leur point de vue, le plus important c'est le goût et la gourmandise. Pour eux, la restauration rapide est compatible avec le bien manger, c'est une nouvelle tendance qu'ils appellent eux aussi *fast casual*. Ils mettent en avant que la restauration rapide « flingue la santé des français » notamment à cause des *fast food* américains. Ils considèrent que la communication sur le bien manger est principalement « axée sur les jeunes » alors qu'eux jouent la transparence sur la provenance des produits. Enfin, selon eux, le bien manger a de l'avenir dans la restauration rapide car c'est « une tendance forte » et « cela va bouleverser le marché de la restauration rapide ».

- Propriétaire de deux *food truck*

Pour ce professionnel, le fait de bien manger c'est avant tout un plaisir avec des produits frais et de qualité. A contrario, il pense que la malbouffe, c'est d'utiliser des produits pas frais, congelés, pas chers et non qualitatifs. Il ajoute que la restauration rapide est compatible avec le bien manger en précisant que « d'autres entreprises proposent des produits frais et de qualité avec un service rapide ». Il considère que sa cuisine n'a pas d'impact sur la santé, même en pratiquant une restauration rapide, il fait intervenir une diététicienne pour réaliser leurs menus et leurs sandwiches. Au niveau de la communication, il est évident que pour lui, c'est le bouche à oreille qui fonctionne le mieux. Enfin, selon lui, le bien manger a de l'avenir dans la restauration rapide, il pense qu'on peut « manger vite et bien », il en conclut que « la restauration rapide peut devenir une restauration de santé ».

- Directeur d'une agence de communication en restauration

Pour ce fondateur d'agence de communication, la restauration rapide est géniale pour les consommateurs, mais pour les restaurateurs en revanche, il pense qu'il est compliqué de gagner sa vie. La restauration rapide est pour lui la restauration du déjeuner, elle est idéale pour partager un moment de convivialité entre amis. Pour lui, le bien manger c'est « manger cuisiner, équilibré avec des produits locaux ». Au contraire il pense que la malbouffe c'est « manger des choses toutes prêtes » et « manger pas équilibré ». Il ajoute que la restauration rapide a un impact sur la santé, surtout la restauration rapide américaine qui, pour lui, est inéluctablement un facteur de l'obésité. Pour lui, la publicité a une influence sur le bien manger, il pense que « tout le monde fait attention à la beauté de son corps » et donc à ce qu'il mange. Enfin, pour lui, le bien manger a de l'avenir dans la restauration rapide mais peut-être pas sur le long terme, cela reste « une tendance qui va durer deux ou trois ans », mais ensuite « on arrivera à terme ».

- Diététicienne

Pour cette professionnelle de la santé, la restauration rapide c'est « quelque chose de facile et rapide à manger comme dans les *fast food* ». Selon elle, le bien manger c'est avant tout manger équilibré, elle met en avant qu'il faut « trois repas par jour ». Elle pense que la malbouffe, c'est « manger trop gras et trop sucré » et que c'est aussi « manger des choses toutes prêtes ». Elle ajoute que la restauration rapide est compatible avec le bien manger mais qu'il est « difficile de les associer dans la tête des gens ». Pour elle, il est important de manger équilibré, elle pense que la restauration rapide a un impact sur la santé, notamment à cause des accompagnements et des sauces qui sont trop gras. Concernant la communication elle pense que « la télé influence beaucoup les jeunes » avec toutes ces campagnes publicitaires qui à chaque fois n'oublent pas de nous préciser de « ne pas manger trop gras, trop sucré, trop salé ». Enfin, selon elle, le bien manger n'a pas d'avenir en restauration rapide même si elle pense qu'il va y avoir une amélioration de la qualité des plats proposés par les restaurateurs.

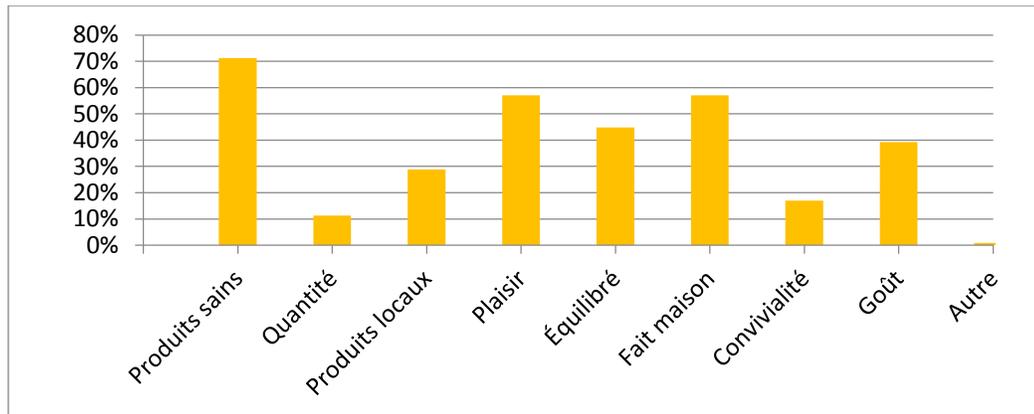
### 2.3 Analyse quantitative du net

Voici ci-dessous les résultats obtenus à la suite de notre sondage sur internet :

#### 🚦 Qu'est-ce-que pour vous le bien manger ?

Suite au nuage de mots que nous avons ressorti des micros-trottoirs, nous avons choisi les mots les plus utilisés par les consommateurs c'est-à-dire : produits sains ; quantité ; produits locaux ; plaisir ; équilibré ; fait maison ; convivialité.

Figure 10 - Sondage internet sur le bien manger



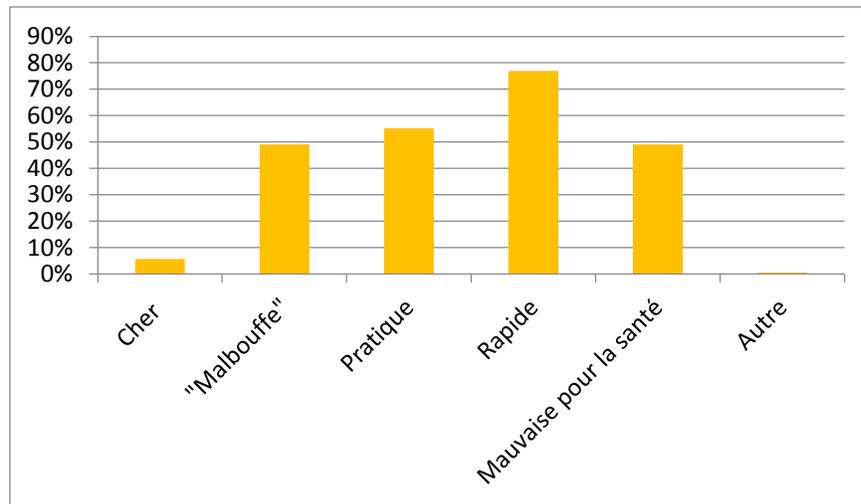
Nous pouvons constater que les mots principaux qui déterminent la notion de bien manger sont : produits sains, plaisir, fait maison et équilibré. Par conséquent, la notion de bien manger a quand même un aspect diététique et d'équilibre pour les consommateurs.

Cependant, les mots « plaisir », « fait maison » et « goût » viennent contredire cette vision de diététique. En outre, le bien manger correspond pour le consommateur à utiliser des produits sains, avoir une alimentation équilibrée tout en cuisinant ses produits et en prenant plaisir à les déguster. Aussi, par le biais de ce sondage, nous pouvons constater que le consommateur est prêt à mieux consommer tout en se faisant plaisir.

🚦 Qu'est-ce-que la restauration rapide ?

Comme précédemment, voici les mots les plus employés lors des micros-trottoirs au sujet de la restauration rapide : cher ; malbouffe ; pratique ; rapide ; mauvaise pour la santé.

Figure 11 - Sondage internet restauration rapide

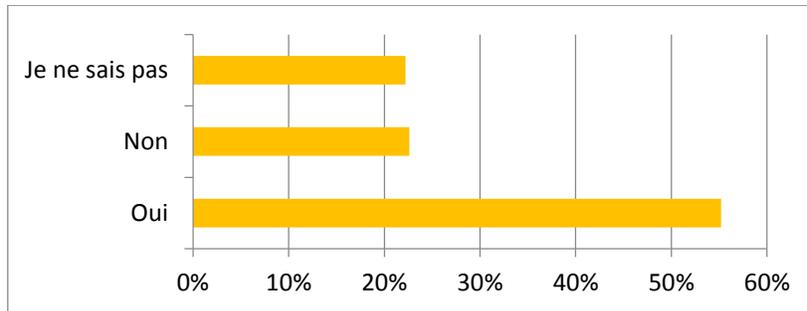


Les principaux mots choisis par les consommateurs sont « rapide », « pratique », « mauvaise pour la santé » et « malbouffe ». De ce fait, les consommateurs savent que la nourriture issue de la restauration rapide est mauvaise pour la santé ou est considérée comme de la malbouffe. Cependant cette forme de restauration reste comme l'indique son nom : rapide et pratique à consommer sur le pouce.

En résumé, la restauration rapide pour le consommateur est pratique et rapide, cependant l'image étiquetée à ce secteur reste la malbouffe et l'impact négatif sur la santé.

**📊 Pensez-vous que la restauration rapide est compatible avec le bien manger ?**

Figure 12 - Sondage internet sur la compatibilité entre bien manger et restauration rapide

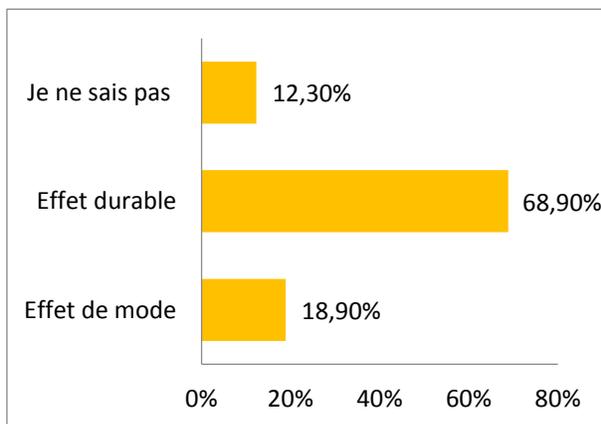


Pour 55 % des consommateurs le bien manger est compatible avec la restauration rapide. Or, environ 23 % des consommateurs interrogés ne sont pas convaincus que le bien manger s'associe avec la restauration rapide et 22 % n'ont pas d'opinion.

Le bien manger est pour la majorité des consommateurs compatible avec la restauration rapide mais ce marché est en pleine émergence. De plus, il n'est pas développé dans toutes les régions, d'où probablement ce fort pourcentage de consommateurs qui ne sont pas convaincus ou n'ont pas d'opinion.

**📊 Le phénomène du bien manger :**

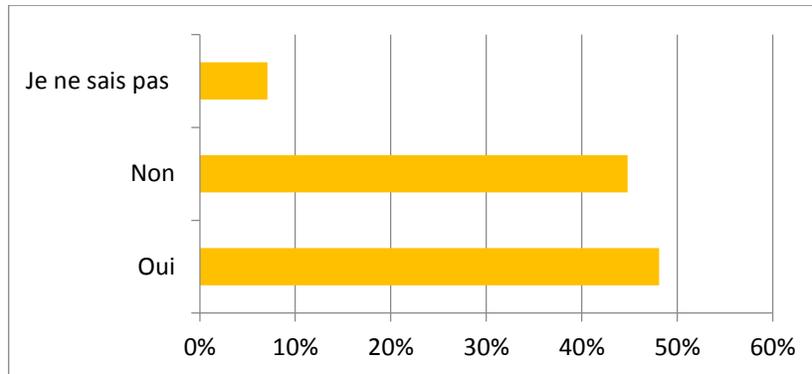
Figure 13 - Phénomène du bien manger, effet de mode ou durable ?



Environ 70 % des consommateurs pensent que le phénomène du bien manger est un effet durable, 20 % pensent que c'est un effet de mode et 10 % n'ont pas d'opinion. Nous pouvons dire que la notion de bien manger est majoritairement un effet durable, ce qui nous montre que notre société souhaite continuer dans cet axe de mieux consommer.

### Les campagnes de publicité influencent-elles votre manière de consommer ?

Figure 14 - Influence de la publicité sur la consommation



Nous pouvons constater que les deux résultats sont quasiment similaires. Par conséquent, nous pensons que l'effet escompté des campagnes publicitaires diffère selon les générations. Il n'y a pas vraiment d'avis tranché sur la question. De ce fait, il est difficile pour nous d'analyser cette question avec ce sondage.

### Qu'est-ce que pour vous le *fast casual* / *fast good* (restauration rapide de qualité) ?

Nous avons laissé la possibilité aux consommateurs de répondre ce qu'ils souhaitaient.

Tableau 7- Définition du *fast casual* / *fast good*

Réponses	Pourcentages
Aucune idée	29,68 %
Produits de qualité, faits maison, frais	16,44 %
Manger rapidement des produits sains	26,48 %
Très onéreux	3,20 %
Mix entre restauration traditionnelle et <i>fast food</i>	2,28 %
Nouveau concept	5,02 %
Effet de mode	2,74 %
Restauration rapide/ pratique	3,20 %
Autres	10,96 %

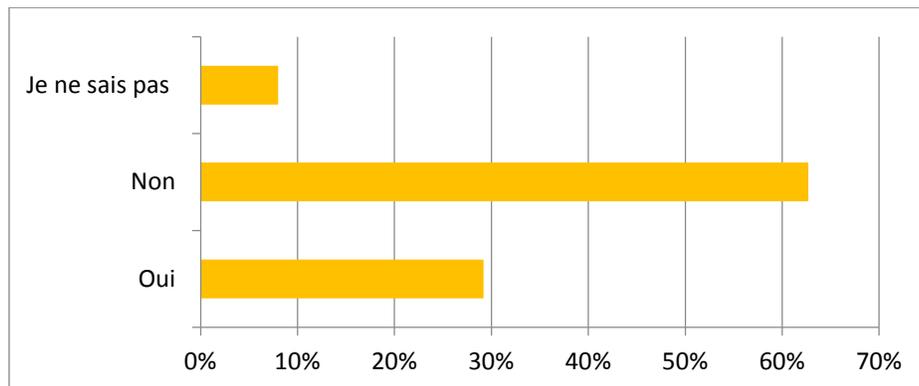
Nous pouvons constater que près de 30 % des consommateurs n'ont pas d'idée sur ce sujet. De ce fait, cela nous montre que c'est un marché qui est en émergence car il est plus ou moins développé selon la région.

Cependant, pour 42 % des consommateurs interrogés le *fast casual* est le fait de manger rapidement des produits sains, de qualité, frais et faits maison.

Le *fast casual* est une forme de restauration en pleine expansion et finalement pas si connue aux yeux des consommateurs, d'où la divergence d'opinions et la contradiction des mots utilisés. En résumé, pour les consommateurs, il existe plusieurs définitions du *fast casual*.

### 🚦 Consommez-vous dans les *fast casual* / *fast good* ?

Figure 15 - Consommation de *fast casual* : oui ou non ?



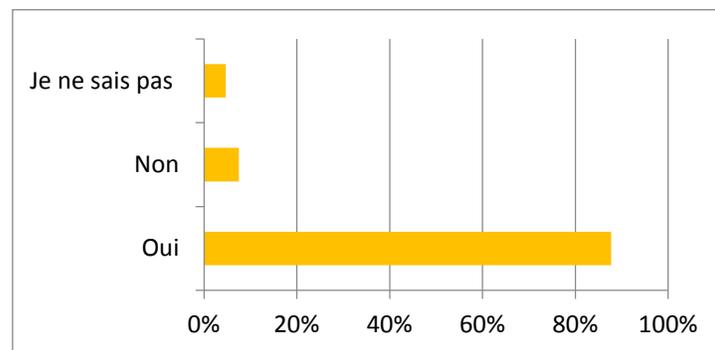
Suite aux différentes réponses vues précédemment, nous pensons que cette notion de *fast good* ou *fast casual* n'est pas ancrée dans les esprits des consommateurs et donc que ces derniers ne connaissent pas forcément cette notion. En effet, il est possible que des personnes consomment dans des *fast good* comme dans des boulangeries ou autres lieux de restauration rapide qui font du *fast good* et assimile ceux-ci à de la restauration rapide, donc à la malbouffe.

Peut-être qu'en faisant davantage de communication sur cette nouvelle manière de consommer, cela pourrait faire de l'ombre aux grandes enseignes de la restauration rapide.

Par conséquent, cela nous confirme que le bien manger en restauration rapide est un marché porteur qui commence doucement à se créer une place au sein de ce secteur.

### Pensez-vous que la restauration rapide à un impact sur la santé ?

Figure 16 - La restauration rapide impact-elle la santé ?



Cette question nous confirme l'étiquette de malbouffe qu'a la restauration rapide. Or, cela n'empêche pas les clients de la consommer étant donné que c'est l'un des secteurs qui continue à se développer. Il faut savoir que la restauration rapide n'est pas si mauvaise pour la santé quand elle est consommée avec modération.

Pour conclure, dans cette deuxième partie nous avons voulu en savoir plus en interrogeant les professionnels et les consommateurs avec différentes méthodes et outils. De plus, nous avons traité ces résultats obtenus à travers des analyses quantitatives ou qualitatives. On a pu remarquer que le bien manger est perçu par les consommateurs et les professionnels de la même manière, c'est-à-dire qu'ils utilisent les mêmes termes pour le définir. Les nouveaux concepts de la restauration rapide de qualité ne sont pas encore connus du grand public. Par ailleurs, nous constatons que le bien manger est un effet durable. Enfin, ces résultats nous permettront de répondre ou non aux hypothèses.

PARTIE 3  
LES RÉSULTATS

## PARTIE 3 : LES RÉSULTATS

**A**près avoir expliqué et analysé le phénomène du bien manger en restauration rapide, nous allons dans une troisième partie valider ou non les hypothèses établies en début d'année. Puis, grâce à nos différents entretiens et nos recherches effectués, nous avons pu dégager notre propre analyse du bien manger en restauration rapide. Enfin, nous avons fait quelques recommandations aux professionnels mais aussi certaines critiques et limites de notre sujet.

### CHAPITRE 1 : Alors ces hypothèses, vraies ou fausses ?

#### Hypothèse n° 1 : Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément payer cher.

Généralement, la restauration rapide convient pour des budgets économiques voire super économiques, car elle permet de manger sur le pouce un repas préparé et consommé rapidement. De ce fait, ce marché est celui qui souffre le moins de la crise en raison de la pratique de prix bas.

Ainsi, d'après NPD Group, la restauration rapide représente à l'heure actuelle 65 % de la restauration hors foyer pour environ 45 % des dépenses. Cependant, d'autres études<sup>23</sup> mettent en avant que « près de neuf consommateurs sur dix auraient envie de fréquenter un point de vente qui propose des repas sur le pouce à moins de cinq euros ».

Toujours selon NPD Group, la dépense moyenne d'un consommateur dans le secteur de la restauration rapide serait de 5.50 €.

---

<sup>23</sup> Parole de snackeurs/Food Service Vision/France Snacking

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

Le bien manger fait partie du concept du *fast casual* prônant la qualité des produits consommés. Ce type de restauration n'a cessé d'augmenter comme nous avons pu le constater lors de notre analyse. On note toutefois que le ticket moyen est supérieur de 20 à 25 % par rapport aux autres secteurs.

La notion de payer cher pour bien manger est très subjective et peut varier d'un individu à l'autre selon les revenus et la part consacrée à l'alimentation. Ainsi, on peut séparer le point de vue des professionnels de celui des consommateurs.

Les restaurateurs passant du *fast food* au *fast good* ont deux possibilités s'offrant à eux :

- S'aligner sur les prix du marché ;
- Monter en gamme de prix.

Dans le premier cas, le professionnel utilise des produits de qualité à la place de produits bon marché et assure ainsi au client de manger du *fast good*. Cependant, ces produits qualitatifs coûtent plus cher, il est donc compliqué pour le restaurateur de réaliser de grosses marges bénéficiaires. De plus, les clients peuvent faire un certain amalgame avec des prix affichés « trop bas pour être de bonne qualité » et « trop haut pour être de la restauration rapide ».

Dans le deuxième cas, lorsque le restaurateur propose du *fast casual*, il peut faire le choix de proposer une restauration rapide haut de gamme, qui prend une forme plus traditionnelle, en mangeant à table, avec des couverts... qui correspond peut être moins à l'image de la restauration rapide sur le pouce.

Quoi qu'il en soit, ce surcoût de production pour les professionnels se répercutera sur la note du client.

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

Les consommateurs, quant à eux, ne partagent pas la même vision des choses concernant la restauration rapide, cela dépend de l'intérêt qu'ils portent à cette manière de consommer. En effet, pour les consommateurs réguliers, la restauration rapide est une alternative pour manger rapidement et pas cher des produits qu'ils ont plaisir à manger. A contrario, les personnes qui n'apprécient pas les *fast food* y voient un très mauvais rapport qualité/prix. En effet, ils considèrent que manger dans un *fast food* coûte cher vu la qualité médiocre des produits proposés.

On sait que le nombre d'établissements proposant du *fast casual* ne cesse de croître depuis quelques années, cela prouve que le consommateur se sent concerné par cette notion du bien manger. On sait aussi que le ticket moyen dans ce genre de restaurant est largement supérieur à celui d'un établissement traditionnel.

On peut alors supposer que de nombreux clients à la recherche du bien manger dans la restauration rapide sont prêts à déboursier quelques euros de plus pour avoir l'assurance de manger des produits de bonne qualité, issus d'une filière contrôlée, si possible locaux, tout en se faisant plaisir et en consommant des produits gourmands.

Au final il est compliqué de fournir une seule vérité, mais de manière générale, le bien manger coûte plus cher à produire et a donc une répercussion sur le prix final que le client paiera. Cependant il est tout à fait possible de proposer de bons produits à prix abordables pour satisfaire au mieux la clientèle.

 **Hypothèse n° 2 : Bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré.**

Pour les professionnels, nous avons pu constater que le bien manger en restauration rapide ce n'est pas seulement manger équilibré. Effectivement, la notion de plaisir est pour les restaurateurs la première réponse au bien manger. Par conséquent, pour eux il ne s'agit pas forcément de manger équilibré, la qualité des produits est primordiale.

L'aspect santé n'est pas toujours pris en compte par les professionnels interrogés, par conséquent, leur but est simplement de se faire plaisir sans faire attention aux calories.

Cependant pour deux d'entre eux, cette hypothèse ne s'avère pas forcément véridique étant donné que l'un des restaurateurs travaille avec une diététicienne, ainsi, la notion d'équilibre dans le bien manger en restauration rapide rentre en compte. Pour l'autre restaurateur, la notion de bien manger revient « à manger varié ».

En outre, la notion de bien manger est tellement propre à chaque personne que l'équilibre alimentaire au sein de celle-ci est subjective. Nous pouvons donc dire que pour la majorité des professionnels, le bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré.

Comme pour les professionnels, les consommateurs pensent que la notion de produits sains et plaisir sont toutes deux importantes. Effectivement, même si la notion de manger reste en effet un acte biologique répondant à des nécessités nutritionnelles, elle reste avant tout pour le consommateur un moyen de se faire plaisir, de prendre du temps pour soi en mijotant des petits plats faits maison à partir de produits frais, locaux et sains.

En effet, par le biais de notre étude nous avons pu constater que les consommateurs sont de plus en plus ouverts sur le plan de l'alimentation et vont à la rencontre de nouveaux produits.

Les produits sains évoqués à de nombreuses reprises au sein des études réalisées sur les consommateurs nous dévoilent que manger sainement ne signifie pas forcément faire des régimes restrictifs ou respecter un certain équilibre alimentaire. Le plaisir de manger est à prendre au même compte.

Cependant, malgré le plaisir alimentaire, l'aspect d'équilibre est quand même cité au sein de nos différentes études qualitatives ou quantitatives par les consommateurs. En effet, nous pouvons constater une prise de conscience de la part de ces derniers pour mieux consommer. S'amuser et prendre plaisir en mangeant passe aussi par une consommation attentive. Nous pouvons donc affirmer que pour les consommateurs, la notion de bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré car même si elle est prise en compte, elle n'en demeure pas aussi importante que la notion de plaisir dans l'alimentation.

En conclusion de cette hypothèse, le bien manger en restauration rapide ce n'est pas forcément manger équilibré. Cependant, pour les consommateurs, l'équilibre entre davantage en compte que chez les professionnels, par conséquent, les restaurateurs devront mettre en place des stratégies afin de s'adapter et de répondre au mieux aux besoins et attentes des consommateurs, afin d'éviter toute forme de frein à l'achat.

### Hypothèse n °3 : Bien manger en restauration rapide, ce n'est pas uniquement lié au produit.

Nous avons pu observer que la notion de bien manger prend en compte plusieurs aspects. Notamment, il passe par la consommation de produits de bonne qualité, c'est-à-dire des produits frais, sains, respectant la saisonnalité, provenant de producteurs locaux... Le bien manger est également représentatif d'une cuisine élaborée, prenant en compte un certain équilibre alimentaire, bannissant tout surplus de graisses par exemple.

Cependant, lors de nos divers entretiens avec des professionnels et à la suite de nos micro-trottoirs nous pouvons affirmer que le bien manger ne passe pas seulement par les aspects qualitatifs et gustatifs. Il comprend également une notion de convivialité, de partage. Dans l'esprit des gens, bien manger signifie « partager un bon repas en bonne compagnie ». Lorsque nous avons posé la question « Qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ? », plusieurs réponses sont ressorties : ambiance, prendre son temps, convivialité ou encore plaisir. Certaines personnes ont même fait référence aux repas de fête comme Noël ou le réveillon du Nouvel an. L'allusion à ce type de repas renforce l'idée que la qualité du produit (avec la consommation de produits souvent nobles lors de ceux-ci) contribue seulement en partie, à la notion de bien manger. Il est également primordial de manger un bon repas à plusieurs. Poser cette question à 70 personnes nous a permis d'approfondir notre définition du bien manger.

Partager son repas en bonne compagnie implique d'une certaine façon l'élaboration d'un souvenir, la création d'un bon moment entre plusieurs individus. À la question « Qu'est-ce que pour vous la restauration rapide ? », trois personnes ont répondu « entre amis ». Ces personnes ont donc pu souligner la présence de convivialité, au sein de la restauration rapide également. En général, les gens ne se rendent pas seuls pour manger dans les *fast-food*. De nos jours il est primordial pour un restaurateur de proposer aux clients un lieu propice à une ambiance chaleureuse, où ils se sentiront à l'aise.

Nous pouvons d'ailleurs remarquer que les *fast food* les plus connus (*MacDonald's*, *KFC*, *Burger King*...) ont depuis quelques années, réaménagé leurs restaurants. Ces rénovations les rendent plus *design* et dans l'ère du temps. Ceux-ci sont dotés des nouvelles technologies pour rendre le service plus souple et agréable pour le client. La décoration a également été modifiée, proposant des couleurs plus modernes et reposantes (marrons, gris, noir) alors qu'auparavant, ils étaient aménagés avec des couleurs vives, ne donnant pas très envie de s'attarder pour manger (rouge, jaune, orange).

Cette hypothèse nous a permis de mettre en évidence un aspect souvent négligé de la notion de bien manger : la convivialité. Les différentes offres de restauration rapide, *fast good* et *fast food*, sont toutes concernées par la notion de partage.

### **Hypothèse n° 4 : Le bien manger est un effet de mode.**

Pour les professionnels, nous pouvons constater grâce à l'étude qualitative, que le bien manger n'est pas qu'un effet de mode. Le terme qui revient le plus souvent est « nouvelle tendance ». Pour eux, le *fast casual* est une tendance forte qui a dépassé le cap de l'effet de mode, ils considèrent que le bien manger commence à être inné chez les consommateurs, surtout chez les nouvelles générations qui sont attentives à l'apparence de leurs corps. Les *fast good* vont connaître un développement accru ces prochaines années mais pour un des restaurateurs que nous avons interrogé, dans deux, voire trois ans, on sera au pic de cette tendance car les *fast food* seront toujours prépondérants en raison de prix plus attractifs. Certains professionnels pensent que cette tendance du bien manger dans la restauration rapide, peut permettre à celle-ci, jugée trop grasse et trop sucrée de devenir une restauration de santé.

Pour les consommateurs, nous sommes forcés de constater que le bien manger est devenu bien plus qu'un effet de mode. D'après l'étude quantitative que nous avons réalisée précédemment, le bien manger aurait un effet durable pour 70 % des personnes interrogées, seulement 20 % pensent que le bien manger est un effet de mode et 10 % n'ont pas d'avis sur le sujet.

Les consommateurs sont de plus en plus méfiants ou font attention à ce qu'ils mangent et à la provenance des produits. Il n'est donc pas étonnant que la tendance du « manger sain » débarque dans les restaurants. Chaque année l'agence Bio/CSA réalise un baromètre qui concerne essentiellement la question des produits bios dans notre société, mais cela a un lien

avec la notion de bien manger. Puisque, selon cette agence, les français « ont de très fortes attentes en matière de produits sains dans les restaurants (79 % se disent intéressés par des produits sains dans les restaurants en 2015 vs 54 % en 2014) ». <sup>24</sup>

De plus, d'après Dominique André-Chaigneau<sup>25</sup>, il y a trois grandes tendances au niveau des nouveaux concepts de la restauration rapide.

« Les consommateurs ont des envies :

Des envies de frais, de sains et d'équilibré : smoothies et salad'bar.

Des envies d'authentiques : produits régionaux, produits qui viennent d'ailleurs et des produits avec des labels ou des certifications.

Des envies de subtilités culinaires : snacks gastronomiques »

Pour conclure cette hypothèse, nous pouvons dire que du point de vue des consommateurs ou des professionnels le bien manger n'est pas seulement un effet de mode mais une tendance qui va persister car cette nouvelle génération (la génération Z) est très sensible à l'environnement. C'est cette génération qui sera présente dans de nombreuses entreprises d'ici 2025 et sera obligée de se nourrir près de leurs lieux de travail. La restauration rapide devra de plus en plus prendre en compte ce phénomène de bien manger.

### **Hypothèse n° 5 : Les professionnels de la restauration rapide se préoccupent du bien manger dans leur stratégie commerciale.**

Comme nous avons pu le voir au cours de ce projet, il est désormais connu et reconnu que nos modes d'alimentation ont un rôle crucial sur notre santé. Les consommateurs font de plus en plus attention à ce qu'ils mangent, chacun apprend à faire des choix plus sains pour prendre soin de lui. Les campagnes de sensibilisation sur l'alimentation et ses conséquences sur la santé sont maintenant courantes, que ce soit à la télévision, à la radio, dans la presse ou sur

---

<sup>24</sup> <http://www.agencebio.org>

<sup>25</sup> Dominique André-Chaigneau rédactrice sur site Web spécialisée en franchise <http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A3782-fast-good-vs-fast-food-la-restaur.html>

internet. Les nouvelles réglementations et la présence accrue des normes, labels et certifications des produits, permettent de rassurer les consommateurs sur ce qu'ils retrouvent dans leurs assiettes, ils sont en effet de plus en plus informés sur l'origine des produits qu'ils consomment. Néanmoins, nous avons constaté qu'ils se posaient toujours des questions sur les modes d'élaboration et la réelle traçabilité des produits, probablement en raison des diverses controverses alimentaires apparues ces dernières décennies.

Les professionnels de la restauration rapide ont bien compris que les consommateurs étaient plus exigeants qu'auparavant en terme d'alimentation et nous avons pu voir que grand nombre d'entre eux avaient mis en place une stratégie commerciale en corrélation avec le bien manger. En effet, même les cadors du secteur, tel que *Macdonald's* et *Subway*, se sont adaptés aux nouveaux modes de consommations du bien manger. Ces deux géants américains proposent désormais des salades ainsi que des plats moins caloriques et, communiquent de plus en plus sur l'origine de leurs produits. Chez *Macdonald's* par exemple, on trouve désormais de la viande bovine 100 % française, des produits certifiés AOP et même, les informations nutritionnelles sur les emballages de leurs produits. On retrouve également chez la plupart des enseignes de restauration rapide, une certaine transparence sur les produits et modes de conception des plats et de plus en plus, une approche diététique.

Le secteur de la restauration rapide s'adapte et certains ont même saisi l'opportunité de créer de nouveaux concepts exclusivement dédiés au bien manger. Bioburger et Big Fernand, de toutes récentes chaînes de restauration rapide au concept novateur basé sur le hamburger sain, fait maison et à base de produits frais de qualité, ont lancé leurs concepts en franchise. *Exki*, une chaîne de restauration rapide belge aux plats équilibrés, à base de produits frais et bios, continue son développement avec plus de 80 restaurants en 2016 dont 18 en France. Prêt-à-manger, chaîne de restauration britannique, fait son apparition à Paris en proposant tout type de sandwichs, salades, soupes... À base de produits frais, naturels et sans produits artificiels. Ces quatre chaînes de restaurants précédemment citées ne sont que des exemples parmi tant d'autres, car de fait, les nouveaux restaurateurs sont de plus en plus nombreux à se

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

dévouer à la tendance du bien manger. On note par ailleurs, l'émergence d'une nouvelle facette de la gastronomie en France grâce à une restauration rapide « à la française » en pleine croissance, qui met en avant des produits de terroir et de qualité.

Pour conclure sur cette hypothèse, on peut affirmer que globalement, les professionnels de la restauration rapide se préoccupent du bien manger dans leur stratégie commerciale. Effectivement, nous avons compris de par nos recherches, mais également à travers nos entretiens professionnels que, répondre aux nouvelles attentes des consommateurs concernant le bien manger est aujourd'hui primordial pour survivre sur le marché très concurrentiel de la restauration rapide.

*Tableau 8 - Validation des hypothèses*

Hypothèse n° 1	✓ / ✗
Hypothèse n° 2	✓
Hypothèse n° 3	✓
Hypothèse n° 4	✗
Hypothèse n° 5	✓

## CHAPITRE 2 : Et si on répondait à notre problématique ?

À l'arrivée de la restauration rapide en France, les menus proposés étaient des dérivés du modèle américain, le consommateur avait donc la possibilité de consommer un repas chaud rapidement et sur le pouce. Considéré pendant longtemps comme de la malbouffe, ce modèle a largement évolué depuis quelques années pour s'adapter aux envies du consommateur. En effet, ce dernier s'inscrit dans un modèle du bien manger, et le restaurateur se doit de proposer des offres adaptées comme nous avons pu le constater au cours de nos recherches. Ainsi, nous avons mis en avant plusieurs points pour répondre à notre problématique qui rappelons-le était :

### **En quoi la restauration rapide adapte-t-elle son offre ou ses prestations face à la demande du bien manger du consommateur ?**

- Dans un premier temps, le client se sent de plus en plus concerné par la provenance des produits qu'il consomme. La définition du bien manger commence donc par le choix de produits de qualités, de première fraîcheur, locaux, sain, voire biologique, permettant de faire ressortir un maximum de goûts et saveurs. Un restaurateur investi dans le choix des produits qu'il utilise dans son *fast food* pourra ainsi mettre en avant l'aspect qualitatif et donc séduire un client à la recherche de ce critère.
- Ensuite, concernant le prix, le bien manger dans la restauration rapide se doit de rester abordable. En effet, le principe même du *fast food* est de proposer des menus très accessibles, à bas prix et rapidement. Cependant, comme nous l'avons vu précédemment, cuisiner des produits de bonne qualité coûte plus cher et ces coûts de production se répercutent donc sur le ticket final du client. Les restaurateurs du *fast casual* se sont donc adaptés aux prix du marché afin de rester le plus compétitif possible même si les tarifs proposés sont un peu supérieurs à des chaînes classiques.

## LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

- En outre l'ambiance et la décoration du restaurant jouent grandement dans la vision du bien manger. Le client souhaite se retrouver dans une atmosphère conviviale, avec une décoration moderne, dynamique, des couleurs adaptées à cette ambiance, etc.
- De plus, on retrouve une certaine tendance à se rapprocher de la restauration traditionnelle avec d'autres services. En effet, des restaurateurs prônant le bien manger, ont souhaité se défaire de cette image de malbouffe associée à la restauration rapide, en proposant un service à table, en mangeant avec des couverts et prenant plus le temps. Ils ont su ainsi acquérir de nouvelles parts de marché et séduire une autre clientèle.
- Par ailleurs, les restaurateurs proposant du *fast good* font une mise en avant particulière sur les producteurs qui les fournissent. C'est un point primordial pour le client qui voit dans le bien manger une vraie reconnaissance de la qualité et de la proximité des produits.
- Enfin, un point des plus importants est de garder une vraie notion de plaisir et ça, les restaurateurs l'ont bien compris ! Le consommateur veut manger en se faisant plaisir, en mangeant des produits gras et sucrés, comme il le ferait dans un *fast food* traditionnel, mais cette fois-ci en ayant conscience du produit utilisé et ce, dans une ambiance sympathique où convivialité et simplicité sont les mots d'ordre.

### CHAPITRE 3 : Y a-t-il des limites ou critiques ?

Notre secteur connaît actuellement ses plus forts bouleversements. Nous pouvons dire que c'est la fin du marketing "paillette", "superficiel" et le début du marketing "sincère" par des actes qui doivent rendre de réel service aux consommateurs. Nous sommes dans des métiers de service où le client doit se sentir unique. Même si les français ont bien intégré les messages nutritionnels, la notion de plaisir reste et restera la plus importante lors des repas. Cependant, il existe des limites au sein de notre sujet.

Tout d'abord, sur les 47 milliards d'euros de chiffre d'affaires que pèsent le marché de la restauration rapide, le *fast good* représenterait 10 % du marché, selon Bernard Boutboul, directeur du cabinet Gira Conseil expert du marché de la restauration. "C'est un chiffre à prendre avec des pincettes, prévient-il. D'abord parce qu'il est difficile de faire une estimation à jour, avec le rythme soutenu d'ouverture de ces enseignes. Par ailleurs, comme leurs prix sont plus élevés que la moyenne, ils font plus de chiffre d'affaires à volume égal. 10 %, c'est donc un chiffre très probablement en dessous de la réalité".

Cependant, en 2016 pour la première fois, le marché du *fast casual* connaît une petite baisse. Selon une étude du cabinet NPD groupe, "les conditions économiques actuelles et futures inquiètent les consommateurs", par conséquent, la question qui demeure est : est-ce que le bien manger en restauration rapide est un effet de mode ou peut-il être durable ?

Il est vrai que nous avons traité cette question au sein de notre étude, or elle reste quand même en suspens dans l'esprit du consommateur. Par ailleurs, ce nouveau phénomène est-il capable de concurrencer les *leaders* de la restauration rapide ?

Enfin, comme tout nouveau segment, il y a d'abord un effet de mode, puis par la suite il deviendra une tendance de la restauration ou sera un échec. C'est là que le *fast casual* a des difficultés étant donné que de multiples enseignes ont déjà connu des fermetures précipitées.

En effet, lorsqu'on regarde les petites annonces sur des sites de vente, nous trouvons de nombreux *food truck* à vendre, en raison d'un *buisines* plan peu viable qui a mis en péril l'activité. Ensuite, étant un métier qui est facile d'accès (pas de diplôme nécessaire pour ouvrir un restaurant), beaucoup de personnes se sont lancés dans ce secteur grâce à la tendance du *fast casual*. Cependant, aligner les codes visuels du *fast casual* ne suffit pas forcément à assurer la pérennité d'un restaurant.

Nous avons établi une hypothèse sur le prix : le bien manger ce n'est pas forcément payer cher. Cependant, nous nous sommes aperçus au moment d'y répondre, qu'il nous manquait des informations. En effet nous avons omis de poser la question aux professionnels lors des interviews.

Nous avons beaucoup aimé travailler sur ce sujet car il est d'actualité. De plus, c'est pour nous la restauration de demain, même si la question de l'effet de mode demeure pour certaines personnes. Néanmoins, ce thème étant en constante évolution, nous avons dû condenser les informations recueillies dans ce dossier, mais nous continuons à effectuer une veille régulière.

Cependant, à plusieurs reprises, nous avons essayé de contacter de grandes enseignes de la restauration rapide, mais celles-ci n'ont pas souhaité répondre à nos questions. Il s'avère fort dommage, car avoir leur avis sur ce sujet nous aurait permis d'étayer notre projet.

## CHAPITRE 4 : Nos suggestions pour être au top

De par notre formation au sein de L'ISTHIA mais aussi grâce à nos recherches effectuées tout au long de l'année, nous avons acquis des connaissances approfondies sur le sujet du bien manger. Nous avons compris que la tendance du bien manger en restauration rapide doit être prise en compte par les restaurateurs car c'est un réel avantage concurrentiel. C'est pourquoi, nous nous permettons de faire quelques recommandations aux professionnels de la restauration rapide ci-dessous. Dans un premier temps, pourquoi privilégier le bien manger dans leurs restaurants, puis, comment le mettre en place.

Figure 17 - Pourquoi privilégier le bien manger dans la restauration rapide ?

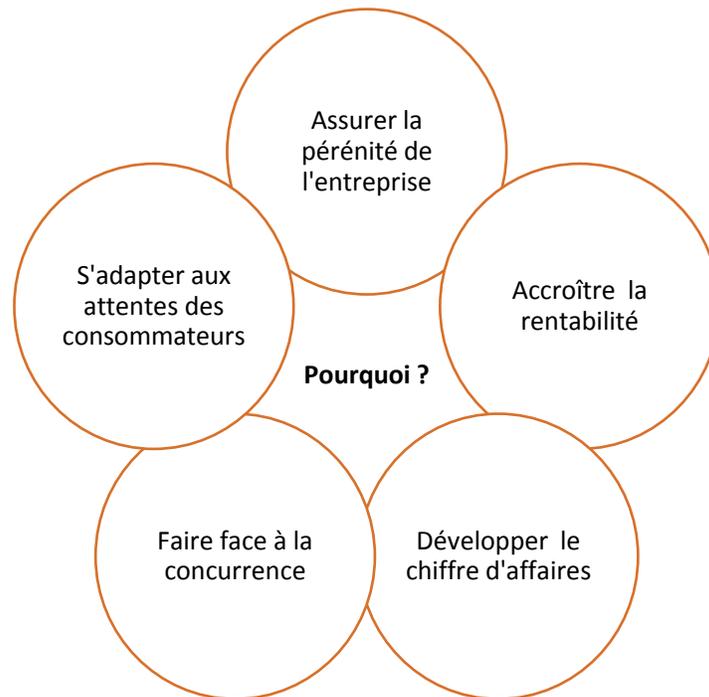
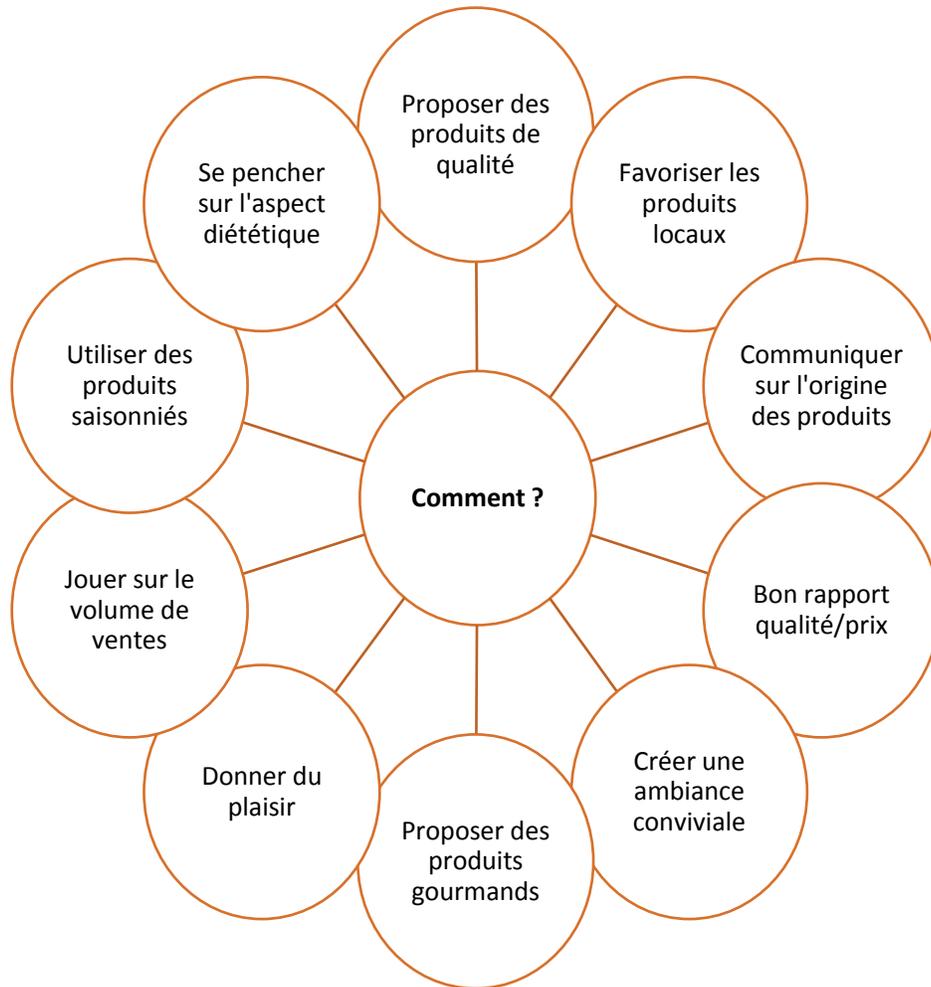


Figure 18 - Comment mettre en place le bien manger en restauration rapide ?



Pour conclure sur cette troisième partie, nous avons pu répondre à nos hypothèses grâce à nos recherches effectuées tout au long de l'année, mais également en allant sur le terrain pour rencontrer consommateurs et professionnels. De plus, nous avons trouvé réponses à notre problématique, cependant, ces dernières ne sont pas définitives car le bien manger ne cesse d'évoluer. En revanche, en interrogeant les professionnels, nous avons pu observer quelques limites et donc effectuer certaines critiques. Enfin, grâce aux connaissances acquises, nous avons pu établir des préconisations pour les professionnels afin qu'ils adaptent leurs offres pour pouvoir mieux répondre aux attentes des consommateurs.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

Le bien manger en restauration rapide est bien présent au sein de notre secteur et suscite un engouement autour de ce concept nommé le *fast casual* ou *fast good*. Au départ de notre étude, nous avons peu de connaissances sur ce sujet. Aujourd'hui le bien manger en restauration rapide émerge de plus en plus et la création de restaurants autour de ce concept ne cesse de se multiplier.

Ce projet nous a permis d'avoir une approche réelle et concrète. De plus, cette étude a pu éclaircir et approfondir nos acquis sur ce sujet et nous permettra de mieux comprendre dans le future, les besoins des consommateurs et d'y répondre pleinement. Cela sera un atout majeur dans nos carrières professionnelles puisqu'il nous permettra de mieux appréhender ce secteur que nous affectionnons particulièrement.

Ce travail de recherche nous a permis d'apprendre à travailler en groupe, ce qui fût une expérience enrichissante car il est intéressant de collaborer avec d'autres personnes qui souhaitent atteindre un poste à responsabilité. Ce projet nous a également permis de structurer nos idées autour d'un thème qui nous a unanimement passionnés. Étant un marché en pleine expansion suscitant un réel engouement, tant au niveau des professionnels que des consommateurs et des cabinets de conseils, les informations demeurent généreuses. Nous avons donc effectué une veille d'actualité afin de répondre au mieux à ce sujet.

Au départ de notre étude, nous nous sommes demandé en quoi la restauration rapide adapte-t-elle son offre ou ses prestations face à une demande du bien manger du consommateur. Après une fructueuse année en informations, nous pouvons dire que ce phénomène est un concept grandissant, qui prend de plus en plus de place au sein de notre société ainsi que dans l'esprit des consommateurs mais aussi des professionnels.

Cette nouvelle catégorie de restauration rapide permet aux restaurateurs de se poser des questions pour proposer à leurs clients, une offre répondant à cette nouvelle manière de consommer. Cependant, nous pouvons nous poser les questions suivantes :

- Le *fast good* peut-il devenir la nouvelle restauration rapide de demain ?
- Arrivera-t-il à concurrencer les grandes firmes multinationales et devenir le *leader* de ce marché ?

## Bibliographie

- Docteur **BOURRE Jean-Marie**, *Bien manger : vrais et faux dangers*, Paris : éditions Odile Jacob, 2010, 352 pages.
- **DESTANDEAU Sébastien**, *Les pathologies liées à l'alimentation*, Document PDF, disponible à l'adresse : [http://www.vcharite.univ-mrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport\\_hypertexte\\_les\\_pathologies\\_liees\\_a\\_l\\_alimentation.pdf](http://www.vcharite.univ-mrs.fr/redactologie/IMG/pdf/rapport_hypertexte_les_pathologies_liees_a_l_alimentation.pdf), 2015, 53 pages.
- **DENOUX Patrick**, *Pourquoi cette peur au ventre ? cultures et comportements face aux crises alimentaires, orthorexie, fast food, viande, alicaments, pesticides...Paris : éditions JC Lattès*, 2014, 245 pages.
- **CHERVRIER Francis**, *Notre gastronomie est une culture : le repas gastronomique des Français au patrimoine de l'humanité*, Paris : éditions Bourin, 2011, 160 pages.
- **STENGEL Killien**, *Bien manger et manger bon, discours et transmission*, Paris : éditions L'harmattan, 2016, 584 pages.
- **ROUX Nicolas**, *Le secteur de la restauration commerciale : données économiques, évolution des prix et du nombre de plaintes du secteur*, Document PDF, disponible à l'adresse : [http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/dgccrf/documentation/dgccrf\\_eco/dgccrf\\_eco28.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/documentation/dgccrf_eco/dgccrf_eco28.pdf), 2014, 11 pages.

## Sitographie

- **AGRO MEDIA**, *Les dernières tendances de la restauration rapide* [En ligne], 2015. Disponible sur <http://www.agro-media.fr/analyse/les-dernieres-tendances-de-la-restauration-rapide-19353.html>
- **BIO à la une**, *Les 10 pires scandales alimentaires depuis 1980* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://www.bioalaune.com/fr/actualite-bio/11948/10-pires-scandales-alimentaires-1980>

- **BLOG SPOT**, *Histoire des fast food* [En ligne]. Disponible sur <http://lesfastfood.blogspot.fr/p/histoire-des-fast-food.html>
- **BOUTBOUL Bernard**, *La restauration rapide en France* [En ligne], 2015. Disponible sur <http://bboutboul.canalblog.com/archives/2016/04/04/33616262.html>
- **CENT MILLE LIENS**, *La restauration rapide-évolutions, perspectives* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://www.cent-mille-liens.com/restauration-rapide/#.WKM-oxLhDEY>
- **CHALLENGES**, *Sécurité alimentaire : comment les marques veulent rassurer* [En ligne], 2013. Disponible sur [https://www.challenges.fr/entreprise/scandales-alimentaires-comment-les-marques-veulent-se-racheter\\_32477](https://www.challenges.fr/entreprise/scandales-alimentaires-comment-les-marques-veulent-se-racheter_32477)
- **CHALLENGES**, *Les Français de plus en plus adeptes de la restauration rapide de qualité* [En ligne], 2014. Disponible sur [https://www.challenges.fr/entreprise/les-francais-de-plus-en-plus-adeptes-de-la-restauration-rapide-de-qualite\\_30595](https://www.challenges.fr/entreprise/les-francais-de-plus-en-plus-adeptes-de-la-restauration-rapide-de-qualite_30595)
- **CHD EXPERT**, *Les 10 challenges du fast casual* [En ligne], 2016. Disponible sur <http://www.chd-expert.fr/fast-casual>
- **COMMUNAUTÉ DU BIEN MANGER**, 2017. Disponible sur <http://lebienmanger.fr/>
- **COURRIER INTERNATIONAL**, *La street food l'alternative à la malbouffe* [En ligne], 2013. Disponible sur <http://www.courrierinternational.com/article/2013/10/03/la-street-food-l-alternative-a-la-malbouffe>
- **DAILY GEEK SHOW**, *Des chiffres et le monde : 17 faits inquiétants sur la malbouffe et ses conséquences sur l'homme* [En ligne], 2017. Disponible sur <http://dailygeekshow.com/malbouffe-chiffres-obesite/>
- **DANGER –SANTE**, *La malbouffe, le fast food, la restauration rapide : une mauvaise alimentation* [En ligne], 2007. Disponible sur <http://www.danger-sante.org/fast-food-la-malbouffe/>

- **DU JAIFLIN Jean Gabriel**, *La restauration du moyen âge à nos jours* [En ligne], 2006. Disponible sur <http://www.jgdjconseil.fr/12.html>
- **France INFO**, *Burger king, Quick, Mc Donald's : le marché très déséquilibré de la restauration rapide en France* [En ligne], 2015. Disponible sur [http://www.francetvinfo.fr/economie/entreprises/infographies-burger-king-quick-mcdonald-s-le-marche-tres-desequilibre-de-la-restauration-rapide-en-france\\_1106165.html](http://www.francetvinfo.fr/economie/entreprises/infographies-burger-king-quick-mcdonald-s-le-marche-tres-desequilibre-de-la-restauration-rapide-en-france_1106165.html)
- **INSEE**, *Dépenses de consommations des ménages en biens* [En ligne], 2017. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2569620>
- **LSA**, *En 2015 la restauration rapide sauve un bilan en demi-teinte* [En ligne], 2016. Disponible sur <http://www.lsa-conso.fr/en-2015-la-restauration-rapide-sauve-un-bilan-en-demi-teinte-etude,230607>
- **LA DEPECHE**, *Le Burger mania à la française séduit de nouvelles enseignes* [En ligne], 2016. Disponible sur <http://www.ladepeche.fr/article/2016/03/08/2299786-la-burger-mania-a-la-francaise-seduit-de-nouvelles-enseignes.html>
- **LA DEPECHE**, *Fast food : Toulouse dans le top 10 des villes françaises de la malbouffe* [En ligne], 2017. Disponible sur <http://www.ladepeche.fr/article/2017/01/14/2496464-fast-food-toulouse-top-10-villes-francaises-malbouffe.html>
- **LE PALAIS SAVANT**, *Le paradoxe de l'omnivore* [En ligne], 2012. Disponible sur <http://www.lepalaisavant.fr/le-paradoxe-de-lomnivore/>
- **LES ECHOS**, *Le marché alléchant des restos fast food, héros anti-malbouffe* [En ligne], 2016. Disponible sur <http://start.lesechos.fr/actu-entreprises/services/le-marche-allechant-des-restos-fast-good-heros-anti-malbouffe-4286.php>
- **MANGER BOUGER**, *Que veut dire bien manger ?* [En ligne], 2017. Disponible sur <http://www.mangerbouger.fr/Manger-Mieux/Que-veut-dire-bien-manger>
- **MANGO AND SALT**, *Le plaisir de bien manger* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://www.mangoandsalt.com/2014/07/27/le-plaisir-de-bien-manger>

- **20 MINUTES**, *Le premier restaurant hamburgers en France ouvrait il y a 50 ans* [En ligne], 2011. Disponible sur <http://www.20minutes.fr/economie/733566-20110531-premier-restaurant-hamburgers-france-ouvrait-50-ans>
- **NEO RESTAURATION**, *Le fast casual séduit de plus en plus de Français* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://www.neorestaurant.com/article/le-fast-casual-seduit-de-plus-en-plus-de-francais,30508>
- **NORMANDIE ACTU**, *La malbouffe cause plus de morts que le tabac, l'alcool et le sexe réunis* [En ligne], 2016. Disponible sur [http://www.normandie-actu.fr/sante-la-malbouffe-cause-plus-de-morts-que-le-tabac-l-alcool-et-le-sexe-reunis\\_234774/](http://www.normandie-actu.fr/sante-la-malbouffe-cause-plus-de-morts-que-le-tabac-l-alcool-et-le-sexe-reunis_234774/)
- **OBSERVATOIRE DES MÉTIERS**, *Secteur de la restauration rapide* [En ligne]. Disponible sur [http://www.metiers-restaurationrapide.fr/secteur\\_de\\_la\\_restaurant\\_rapide.php](http://www.metiers-restaurationrapide.fr/secteur_de_la_restaurant_rapide.php)
- **STATISTA**, *Nombre d'entreprises dans le secteur de la restauration de type rapide en France* [En ligne], 2015. Disponible sur <https://fr.statista.com/statistiques/498284/entreprises-restauration-type-rapide-france/>
- **TPE FAST FOOD**, *Dangers, risques et effets sur la santé* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://marie-et-pauline-tpefastfood.e-monsite.com/pages/dangers-risques-et-effets-sur-la-sante.html>
- **TOUTE LA FRANCHISE**, *Le fast casual, la nouvelle coqueluche hybride de la restauration* [En ligne], 2014. Disponible sur <http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A15392-le-fast-casual-la-nouvelle-coquelu.html>
- **TOUTE LA FRANCHISE**, *Quelles tendances en restauration 2017 ?* [En ligne], 2016. Disponible sur <http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A25302-tendances-restauration-2017.html>

### Films et vidéos

- **CASH INVESTIGATION**, *Produits chimiques : nos enfants en danger* [En ligne], 2016. Disponible sur [http://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/cash-investigation/cash-investigation-du-mardi-2-fevrier-2016\\_1286821.html](http://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/cash-investigation/cash-investigation-du-mardi-2-fevrier-2016_1286821.html)
- **SUPER SIZE ME**, Réalisateur : SPURLOCK Morgan, 2004.
- **France 5**, *Nutrition : les menus XL des fast foods pointés du doigt* [En ligne], 2010. Disponible sur [http://www.allodocteurs.fr/actualite-sante--b-nutrition--b-les-menus-xl-des-fast-foods-pointes-du-doigt\\_2385.html](http://www.allodocteurs.fr/actualite-sante--b-nutrition--b-les-menus-xl-des-fast-foods-pointes-du-doigt_2385.html)

### Conférence

- **CREDOC**, *Comment ont évolué les représentations du bien manger en 30 ans ?*, 13/01/2017.

## Table des annexes

Annexe A - Guide d'entretiens professionnels .....	88
Annexe B - Retranscription des entretiens professionnels .....	89
Annexe C - Guide d'entretien focus groupe.....	151
Annexe D - Retranscription focus groupe .....	152
Annexe E - Grille d'analyse du focus groupe.....	158
Annexe F - Questionnaire micro-trottoir.....	160
Annexe G - Retranscription micros-trottoirs.....	161

## Annexes

## Annexe A - Guide d'entretiens professionnels

Thèmes	Entretien semi-directif (Professionnel du bien manger et de la restauration rapide)
Introduction	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parcours professionnel</li> <li>- Parler de l'entreprise</li> </ul>
Le bien manger et la malbouffe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?</li> <li>- Qu'est-ce que pour vous la notion de malbouffe ?</li> <li>- Qu'est-ce que la restauration rapide ?</li> </ul>
Restauration rapide et bien manger	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pensez-vous que bien manger est compatible avec la restauration rapide ?</li> <li>- Comment passez-vous du <i>fast food</i> au <i>fast good</i> ?</li> <li>- Selon vous, le phénomène du bien manger a-t-il été pris en compte dans la société / votre entreprise ?</li> <li>- Quels produits utilisez-vous pour faire intervenir la notion de bien manger ?</li> </ul>
Santé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- On parle souvent de l'aspect santé dans la restauration, pouvez-vous nous en dire plus ?</li> <li>- Que pensez-vous de la notion de restauration rapide, une restauration de santé ?</li> <li>- Pensez-vous que la restauration rapide impacte-t-elle la santé ?</li> <li>- Pour vous, pourquoi est-il important de proposer des produits sains et de qualité ?</li> </ul>
Amélioration de l'image de la restauration rapide et communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trouvez-vous que le bien manger a impacté les clients dans le choix de leur menu ?</li> <li>- Pensez-vous que les campagnes de publicité ont un impact sur la population ?</li> <li>- Mettez-vous en place une stratégie marketing qui met en avant la notion de bien manger ?</li> <li>- Est-ce que pour vous l'évolution de la société a un impact au niveau de la restauration rapide ?</li> <li>- Est-ce que la sensibilisation au développement durable a un impact sur la façon dont les gens consomment ?</li> </ul>
Conclusion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le bien manger est-il l'avenir de la restauration rapide ?</li> <li>- Après cet entretien quelle est votre définition du bien manger ?</li> </ul>

## Annexe B - Retranscription des entretiens professionnels

Retranscription - Entretien avec un restaurateur

Date : 16.12.2016

À Toulouse

Durée : 1h20

Interviewer : Est-ce que vous pouvez nous parler un peu de votre parcours professionnel ?

Interviewé : Euh ben ouais, moi je suis un ancien étudiant de, enfin j'ai fait le lycée hôtelier à Toulouse et le CETIA ça s'appelle ?

Oui.

Euh fin un BTS, L3 en Malaisie et L2 au CETIA et puis j'ai fait MIRC, je sais plus comment ça s'appelle maintenant, enfin restauration collective quoi, ouais, ingénierie de la restauration.

Oui c'est DGSA maintenant.

Ah ils sont avec vous aussi ?

Oui ils ont mélangé les deux promos, de DGSA et HR.

Ah c'est très bien ça ! Et la socio ils sont à part du coup ?

Oui c'est ça, on a des cours en commun mais après chacun a sa spécialité.

Ah c'est bien ça, c'est plus intelligent ! Et après voilà j'ai bossé six ans à Paris et après j'ai créé mon premier resto il y a 3 ans.

**D'accord et vous pouvez nous expliquer votre entreprise, comment ça marche ?**

Alors, c'est un *fast food*, enfin de la restauration rapide à la française, avec que des produits à base de canard.

**Pourquoi cette envie du canard ?**

Parce que je suis Toulousain, parce que ça existe pas le produit canard en restauration rapide et parce que du coup c'est bon, c'est sain, c'est facile à mettre en œuvre, fin y a possibilité de le faire en restauration nomade ou du coup en format sandwich : hamburger ... vous avez vu la carte qu'on a ?

**Oui oui.**

Euh c'est franco, enfin français terroir, esprit terroir, pour plein de raisons, et c'est le plat préféré des français le magret de canard, fin voilà.

**Oui c'est la base. Et vous êtes associé ?**

Euh j'ai plusieurs associés , c'est surtout familial, j'ai ma femme qui bosse avec moi, j'ai des potes qui se sont associés avec moi au tout début, mais qui ont des parts minoritaires, un architecte et un graphiste qui m'ont aidé à monter le truc et on a un *Business Angel* qui a mis des ronds, c'est l'actionnaire historique donc depuis le début, et là on en a ouvert trois mais c'est un concept plutôt familial avec un *Business Angel* qui nous a donné de la caillasse mais c'est principalement la famille quoi qui est dedans.

**Vous êtes combien à travailler ici ?**

Sur tout le groupe, fin dans les trois restaurants ?

**Ah vous avez trois restaurants ?**

Ouais y en a trois, ça c'est le dernier ouvert en juin, on a ouvert le premier Rue de la Pomme, près de l'espace St Georges en 2014, juin 2014 et un à Labège aussi.

**D'accord. Et qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?**

Euh c'est quoi votre définition de bien manger ?

**Et bien on aimerait savoir la votre.**

Ah c'est ma définition du bien manger ? Euh je regardais une étude, je lisais là, c'est pas mal, les milléniales, vous savez ce que c'est les milléniales ?

**Euh non.**

Vous faites les tendances de la restauration un peu ? Du marketing en restauration ? Les milléniales, vous connaissez la génération Y ? Et bien ceux qui viennent après, c'est vous en fait.

**Ah oui c'est vrai qu'on l'avait vu sous la forme X, Y, d'accord.**

On les appelle les Milléniales maintenant, sachez-le pour le marketing. Aujourd'hui, euh, fin, à l'époque de nos parents, le bien manger c'était euh, santé, euh nutrition, pas trop gras, euh, des légumes, manger des légumes à tous les repas etc. maintenant le bien manger c'est plutôt manger des produits de bonne qualité, moi je suis pas trop hygiéniste dans le sens où je suis pas trop le bien manger de la campagne, le bien manger urbain, je suis plutôt, pour moi bien

manger c'est pas du toi manger des épinards, une petite salade de quinoa et puis courir un jogging le matin.

**Ha haha.**

Bien manger ça peut être gras et copieux parce que en fait c'est le bien manger façon grand-mère, c'est-à-dire un plat avec de la sauce et des machins, mais par contre , le poulet c'est pas un poulet élevé en batterie, on sait où est ce qu'il a été élevé, les légumes du jardin euh , j'ai une notion de bien manger qui est plutôt sur le plaisir et l'origine des produits mais pas du tout le sain nutritionnel. C'est pour ça qu'il faut que vous définissiez ... votre génération vous mangez plutôt calorique par rapport à celles de nos grands-parents, fin je vous le dis c'est les tendances c'est pas vous personnellement.

**Oui haha.**

Mais moi je suis plutôt effectivement de cette génération-là aussi. Bien manger c'est du gourmand on va dire.

**Oui.**

Donc c'est bon, euh et plutôt des bons produits mais j'ai pas le côté santé en fait.

**Oui donc c'est vraiment se faire plaisir en fait.**

Bien manger pour moi c'est pas forcément équilibré, et sans calories, non pour moi c'est bien manger c'est avec des calories.

**Ça marche, et la notion de malbouffe ? Pour vous qu'est-ce que c'est ?**

La malbouffe c'est euh pour moi c'est euh ben euh l'exemple le plus criant c'est *Macdo*, c'est-à-dire c'est une nourriture qui a été transformée, euh et trafiquée en cette merde industrielle.

**D'accord et pour vous la restauration rapide ?**

Aujourd'hui ou dans les années 90 ?

Parce qu'en fait on s'est renseigné, et on s'est rendu compte que les gens ne savaient pas définir la notion de restauration rapide, pour eux la restauration rapide c'était *Macdo*, *KFC*, etc.

C'est toujours le cas, c'est les *fast food*.

**Parce que vous, vous faites de la restauration rapide.**

Ah oui oui, c'est *fast good* mais c'est pareil c'est un nouveau terme, comme *fast casual*, etc, euh mais la restauration rapide des années 90, c'est *Macdo*, enfin c'est *fast food*, américain, plutôt ethnique américain et c'est euh, qu'est-ce que c'était à l'époque, sans service, enfin les codes du *fast food*, c'est donc plus de service à table. Produit euh en contenants jetables, sur place ou à emporter, pas de vaisselles en dur, euh rapide et économique. Voilà pas de côté sain mais plutôt rapide et économique et gras parce que malgré tout ça reste sucré et gras.

**Vous allez au *fast food* de temps en temps quand même ?**

Oui oui.

**Vous avez des marques préférées ?**

Ah beh moi j'ai bossé chez *KFC* pendant un an et demi, mais moi je vais encore bouffer *Macdo* malheureusement.

**Bon après de temps en temps ça fait pas de mal.**

Ah oui oui, une fois par mois c'est sûr c'est pas bon mais tout le monde le fait en plus. *Macdo* c'est un phénomène, c'est plus que le produit, c'est la marque, c'est le nombre d'emplacement en France, c'est le fait que vous en voyez un, c'est un peu la facilité d'aller à *Macdo*.

**Oui c'est sûr qu'il y en a partout.**

Vous auriez une boulangerie euh, c'est un peu comme le jambon beurre quoi.

**Oui c'est ça.**

Mais oui je vais au *Macdo*, ça m'arrive.

**Et vous pensez justement que bien manger est compatible avec la restauration rapide ? Je suppose que oui.**

Ouais, bah c'est ce qu'on essaie de faire, on le dit mais je pense qu'il y en a plein. Le *fast casual*, là c'est en train d'émerger, c'est sûr que c'est la nouvelle tendance de la restauration rapide, c'est-à-dire plutôt des produits de bonne qualité, des produits tracés, y a plus, aujourd'hui je pense pas, bon y a *Burger King* qui arrive, mais sur le marché de la restauration rapide, je pense pas qu'il y ait la place aujourd'hui pour la création d'une nouvelle enseigne de restauration rapide type *fast food* des années 90, c'est-à-dire avec un produit dégueu, c'est-à-dire un produit avec euh des adjudants, des machin des E machins trucs c'est fini. Là c'est les derniers survivants, qui survivront à n'importe quelle crise je pense, parce que avant qu'on les fasse tomber ... euh aujourd'hui y'aurait un concept type *Macdo* qui s'installerait sur le marché, la question c'est est ce qu'on peut encore donner de la merde aux gens, la vraie

question elle est là, est ce que les gens boufferait de la merde ? Oui parce que c'est dans la continuité de la sodomisation des cerveaux des français.

**Hahaha.**

Mais euh les gens de moins en moins sont prêt à manger ça, effectivement aujourd'hui ils apprécient de manger vite et bien et en plus y'a de plus en plus d'offre donc y'a de moins en moins d'excuses pour pas le faire quoi.

**Bien sûr et le bien manger du coup c'est un phénomène qui est pris en compte dans votre entreprise ?**

Ah bah oui nous c'est la base, la base c'était ça, restauration rapide à la française, c'est-à-dire, nous une fois de plus c'était pas sain parce que les gens disent oui le canard mais déjà le canard c'est une viande saine après c'est sûr y a des frites et tout, mais on a aussi de la salade, mais les gens n'en prennent pas beaucoup on est pas sur le côté diète, diététique, on est sur le côté bien manger , bien être parce que ce sont des bons produits qui ne vous feront pas de mal et que vous mangez gras, mais on recommande pas de manger chez nous tous les midis et tous les soirs tous les jours après ya pas trop de cholestérol, pas trop de sucres ajoutés, parce que après y a des lipides mais ce sont de bons lipides , mais on est pas sur un concept santé quoi, on est sur un concept bien être.

**Et du coup, au niveau des produits, vous essayez de prendre local ?**

On prend tout dans la mesure du possible, le canard il vient du sud-ouest bien sûr, euh les pains, c'est des pains de boulangers, euh le fromage qu'on prend, dans le burger notamment, c'est du fromage du Midi Pyrénées, on essaye le maximum de travailler avec les gens du coin , dans la mesure du possible ouais, mais voilà les légumes, les tomates, en ce moment ça vient pas d'un maraicher français mais ça vient d'Espagne.

**Oui haha.**

On a des limonades artisanales, on va bosser peut être avec des mecs qui font du ketchup, euh des ketchups qu'ils font dans l'Ariège, on essaie de jouer à fond cette carte la parce que c'est pour le côté marketing bien sûr, parce que c'est la tendance du moment, locavore et tout, mais aussi parce que ça nous plait économiquement de travailler avec les gens du coin.

**Oui bien-sûr, et en ce moment, enfin il va y avoir la crise du canard qui va un peu arriver non ?  
Ça ne vous inquiète pas ?**

Ouais elle est déjà arrivée, euh si ça nous inquiète un peu, on a déjà vécu ça...

**L'année dernière ?**

Ouais cet été, fin ça a démarré en avril, nous on a pris cher, mais là on va augmenter nos prix du coup pour marger la dessus (rire) parce qu'on est vraiment pas cher, on est trop pas cher, du coup on est pas rentable donc on va augmenter nos prix parce que effectivement le canard, le prix du canard monte, mais on a pas trop peur parce que, il va y avoir des changements structurels sur le marché du canard mais de là à ce qu'il n'y en ai plus etc. donc c'est pour ça que ça va prendre un peu de prix, c'est ce qu'il s'est passé l'année dernière ... Y a malheureusement des petits agriculteurs, des petits éleveurs qui vont crever, ça ça nous fait un peu chier, euh donc ça va un peu redistribuer les cartes mais derrière en fait, le marché de l'élevage du canard dans le sud-ouest, 80 % c'est trusté par les grosses grosses coopératives paysannes, qui sont des mecs qui pèsent des millions d'euros, donc d'ici à ce que c'est gens-là claquent...

**Oui vous avez plus de marge ...**

C'est juste qu'ils vont jouer avec les cours, c'est ce qu'ils ont fait la fois dernière, c'est-à-dire, ils ont joués sur les stocks qu'ils avaient, quand y'en avaient plus ils ont dû foutre 25 % d'augmentation sur la matière, et enfin ce que je veux dire c'est que ça ne remet pas en cause la pérennité du concept dans le temps, du canard y en aura toujours, mais effectivement c'est encore un peu chiant...

**Vous travaillez toujours avec les mêmes producteurs ou vous changez ?**

On a changé oui, on en avait trois, y en a un qui a changé depuis la crise justement, on en a pris un autre mais euh, on essaie de garder les même ouais.

**D'accord et est-ce que vous pensez que la restauration rapide ça impacte un peu la santé ?**

Euh comment ça ? *Macdo* ?

**La restauration rapide en général.**

Euh beh oui en général, si vous regardez le spectre de la restauration rapide, c'est-à-dire euh, aujourd'hui 60 % du marché c'est les *fast food* américains, euh indéniablement, ouais ça flingue un peu la santé des français, oui ça c'est sûr... C'est sûr y a les nouvelles tendances qui émergent, mais c'est encore hyper petit par rapport à *Macdo*, c'est 1 400 restaurants, c'est énorme. Le premier des arrivés, le premier des *fast casual* qui a commencé en 2012 comme Big Fernand, ils ont 40, 45 enseignes et entre 1400 et 40 ...

**Oui c'est trop minoritaire encore.**

Donc ce que je veux dire, en terme de repas servis / jour *Macdo* c'est je sais plus combien de millions de burgers, c'est monstrueux donc, bien sûr si vous faites une étude quanti sérieuse, vous dites « aujourd'hui la restauration rapide c'est quoi ? » euh, simple et chiffré c'est

*Macdo*, aujourd'hui c'est *Macdo* d'abord et le camembert c'est comme ça donc si vous dites est-ce que la restauration rapide fait du mal ? Oui parce que *Macdo* c'est du fromage bourré au nitrates etc. donc c'est clair, eux ils font mal à la santé des gens, ils font mal au marché parce que du coup c'est un marché de prix, parce que dans la restauration rapide le marché c'est le prix, très clairement les gens...

**Il y a une réelle compétitivité au niveau des prix ?**

Oui c'est un marché de prix, le concept de la restauration rapide c'est le nomade, et économique, pas cher mais on sait plus trop en fait, mais c'est économique. Le ticket moyen en sandwicherie, là j'ai une étude, je crois que c'est 4.50 €, voilà pour boulangerie sandwicherie, et restauration rapide c'est 10 €, *fast casual* là c'est plutôt 14 €, mais c'est 10 balles donc bien sûr que euh, fin c'est un marché de prix donc quand vous avez des *Macdo* qui vous sortent des formules à 4.90 € avec le sandwich, la boisson et frites, fin nous on sait pas comment ils font ou alors fin si on sait comment ils font ...

**Oui, ils jouent sur la quantité.**

Énorme volume et puis, j'vous dis, je crois qu'un steak de *Macdo*, mon beauf, mon bras droit a travaillé à *Macdo*, le steak d'un *Macdo* je crois que c'est 0.10 € le prix d'un steak chez eux il l'achète.

**Ah oui je pense qu'ils se font une bonne marge.**

10 centimes un steak de bœuf de 100 grammes euh fin voilà !

**On peut pas lutter !**

Déjà on peut pas lutter et vous imaginez bien que c'est pas du muscle...

**Déjà ça n'a pas un goût de viande quand on le mange...**

Haha voilà c'est plutôt de l'os et du gras qui a été mixé pour faire une espèce de truc, fin voilà y a quand même un marché de prix donc euh là où ils font mal les mecs c'est à la fois à la santé des consommateurs mais aussi aux gens qui essaient de bosser parce que du coup on est sans arrêt mis en compétition avec un prix qu'on n'arrive pas à suivre quoi. Donc soit on est obligé de mettre ce qu'on fait au taquet donc on se fragilise parce que justement on veut pas qu'il y ait une barrière à l'entrée du prix, on veut que ça reste accessible chez nous donc on essaie des sortir des produits, d'être intelligent et de faire des recettes où on gramme la viande, on essaie de mettre pas que de la viande 100 % muscle mais on met un peu de gras, un peu de machin vous voyez, donc dans le canard on joue un peu aussi avec le magret ou la cuisse. Mais ils fragilisent tout un marché, un système où ils ont fait croire, ils expliquent aux gens, ils leur font croire qu'en fait vous pouvez manger un produit carné avec de la viande de bœuf, un sandwich à trois balles quoi c'est chaud ! Donc ça, ça pique quoi, quand vous essayez de rééduquer les gens après, en disant, un burger, si vous voulez de la viande bouchère, que le bœuf c'est au moins 6.50 €, le jeune de 15 ou 17 ans il dit non, chez *Macdo* c'est trois balles ! Sauf que ça me plait pas, les brochettes dégueu avec des amas de viandes, on sait pas où ça a été élevé le machin, ce qu'il voit c'est qu'il a quand même mangé un sandwich avec de la viande, chaud pour 4 € donc quand vous, vous mettez le même produit avec du canard à six balles, il comprend pas...

**C'est sûr, et c'est quoi comme type de clientèle que vous avez ici ?**

De tout.

**De tout ? Vous n'avez pas une clientèle principale ?**

Beh je pense qu'on a quand même ouais un peu plus de jeunes, d'étudiants, de euh on va dire 19-34 ans mais on a je pense 30 % de 19-34 et le reste réparti avec des familles avec des enfants, euh couple marié, on a même des vieux.

**Oui c'est ce que j'allais dire, des "petits vieux" qui veulent retrouver justement les bons produits.**

Voilà, c'est une carte exprès un peu large et pour tous les goûts pour montrer que ce n'est pas que pour les jeunes. Parce que le vieux il va pas prendre le burger, le vieux il va prendre les brochettes, on a des daronnes qui viennent euh, la quarantaine qui prennent des salades et du rosé haha. On a essayé, parce que le canard tout le monde en bouffe donc la y a pas de problèmes, c'est à nous après de travailler le produit pour que on l'adapte dans un produit qui puisse plaire à tout le monde.

**Mmmh et vous pensez que la restauration rapide ça peut devenir une restauration santé ? En fait c'est la question qu'on se pose.**

Oui ça bien sûr, ça peut être un concept, genre Exki, vous avez des concepts qui sont santé.

**Oui et pour vous, pourquoi est-ce important de proposer en fait des produits de qualité ?**

Euh pourquoi c'est important de proposer des produits de qualité ? Beh parce que ça m'aide à dormir le soir déjà ...

**Hahaha**

Après je trouve, c'est pas important, ça veut dire quoi important, éthiquement peut être un peu, euh socialement beaucoup, économiquement franchement pas des masses.

**Ah oui ?**

Enfin si je veux réfléchir juste avec le portefeuille, franchement, j'achèterais mes canards en Hongrie et je les gaverais, je me payerais bien et j'arrêteraï de boulonner comme un con pour trois francs six sous euh, non c'est important parce que quand on a fait de la restauration, moi j'ai fait l'école hôtelière et tout, on se dit qu'on doit quand même pouvoir transformer un peu les habitudes, voilà, le marché et rattraper toute la connerie qui a été laissée faite dans les débuts des années 90 avec l'arrivée des *Macdo* et tout. Petit à petit voilà, on peut arriver à redonner aux gens, euh la valeur du bon... Ça se fait un peu dans l'alimentaire avec les végétaux, ça se fait doucement avec la viande bouchère, ou des concepts où on explique que la viande, voilà, c'est un peu plus cher mais t'en manges moins, on essaye de faire ça en fait, c'est important, pour que nos enfants ne bouffent pas du *Big Mac* quoi !

**Est-ce que vous pensez justement que le bien manger ça impacte la mentalité de la population ?**

**Est-ce qu'ils en prennent de plus en plus conscience ?**

Ouais, ah oui oui, c'est clair, c'est de plus en plus dans l'ère du temps, fin c'est prouvé, les études le montre, après, je vous dis, une fois de plus, dans le déclaratif, oui, vous leur posez la question, qu'est-ce qui prime sur la restauration genre prix, qualité, goût, machin truc, ils vont toujours mettre l'origine des produits machin et en fait, c'est le prix.

**Oui le prix...**

Le prix, tout le monde le sait, donc voilà, faut faire attention, faut pas non plus dire que le portefeuille, surtout en temps de crise parce que les dernières études qui sont sorties c'est qu'on a aussi une baisse du pouvoir d'achat, du chômage donc baisse de la euh ... comment ils appellent ça ... euh ... de la ...

**De la restauration hors domicile ?**

Non non non de la euh du, du merde, du moral, voilà haha des ménages, voilà la baisse du moral des ménages donc à la fois baisse du pognon, avec on va faire attention, on est un peu dans une ambiance comme ça, le côté prix est en train de voilà... donc c'est faux de dire c'est d'abord la qualité et après le prix, non c'est d'abord le prix et ils regardent ce qu'ils peuvent s'offrir avec ça ... si y a un peu d'élasticité dans le prix donc si ils peuvent avoir pour 10, 15 ou 30 centimes de plus, avoir 50 % de plus de qualité, ils le feront, ils feront l'effort pour la qualité, mais avant tout n'empêche qu'il y a le budget. Donc nous on à 10-12 € de ticket moyen et *Macdo* ils sont à 8€ donc bon beh, on a des jeunes intelligents qui viennent chez nous et qui se disent que *Macdo* c'est de la merde, oui on commence à avoir des jeunes qui disent ça, à l'époque on étaient trop cons pour comprendre ça en fait et , mais malgré tout après ça on les voit quand même une fois sur deux avec une poche *Subway*, une poche machin, c'est parce qu'en fait ils ont pas le choix, ils ont cinq balles ... Donc attention, restauration rapide, ils ont aussi pénétrer le marché par le prix, *Macdo* c'est arrivé, c'était nouveau, c'était américain, on mangeait avec les doigts, ça ça n'existait pas, c'était des goûts innovants et nouveaux, mais c'était aussi pas cher quoi ! On pouvait y arriver, la famille, la daronne, la box avec le jeu, le truc, le gosse et pour 30 balles elle faisait manger quatre personnes quoi.

Oui c'est clair...

Donc c'est surtout ça le prix...

**Est-ce que vous pensez que les campagnes de publicité, tout ce qui est "manger cinq fruits et légumes par jour", enfin tout ce qui est autour du bien manger, ça a un impact sur les gens ?**

Est-ce que les campagnes ont un impact ? Est-ce qu'elles fonctionnent aujourd'hui ?

Oui ?

Euh pfff franchement je saurais pas dire, c'est à vous de me dire je sais pas...

**Est-ce que par exemple, sur vous ça peut marcher ?**

Moi non...

**Est-ce que ça a un impact sur votre entourage ?**

Non non non, mais je peux pas faire une généralité de ce que je pense donc euh, je sais pas franchement, appelez-les ou regardez est-ce qu'ils ont eu un retour positif sur leur campagne « manger bouger », je pense que c'est un peu rentré dans la conscience des gens mais est-ce que là ça se transforme en acte d'achat ou en acte de consommation... ? Je pense qu'on a jamais vendu autant de sucreries... j'ai pas vu le cours de Haribo ou le cours de Mars descendre, ils se gavent toujours les gars, à mon avis, si ils sortent un truc à côté en mode, sur leur gamme de produits toxiques, ils en sortent un issue de l'agriculture Bio ou je sais pas quoi, c'est un truc pour la conscience, euh les premières ventes, ça reste toujours les produits les moins santé on va dire... Le bio si, mais bon c'est pareil ils ont sorti des putains d'études la dernière fois, je regardais ça, je crois que le saumon bio c'est le saumon le plus pourri du marché...

**Ah oui j'ai vu cette étude...**

Vous voyez, que le bien ça veut dire quoi, quand 80 % des gens ils pensent qu'en achetant bio ils sont sûr d'avoir un produit de qualité, on leur sort une étude dans la face en leur expliquant que en fait on a fait des analyses et le saumon bio c'est le saumon le plus pourri, le plus chargé en je sais plus quoi, on a de quoi se poser des questions sur la définition du bien en fait, si c'est le label « bien » en fait c'est pas ça non ...

**Et c'est quoi les stratégies que vous mettez en place justement pour dire que vous êtes pour le bien manger ?**

Comment on communique ? Comment on le dit ?

Oui.

Beh justement, on le dit pas assez je pense, euh *fast good* déjà la signature, d'un point de vue identité graphique, on en a peu chez nous, y a *fast good* mais, il ne l'est pas suffisamment, les gens nous le disent.

**Pas suffisamment mis en valeur ?**

Voilà dans le restau, ou même dans le menu on le dit pas, après si on dit que nos canards viennent du sud-ouest, fin dès qu'on parle du canard, c'est le sud-ouest, tout vient du sud-ouest, et y a pas mal de gens qui sont venus sur le restaurant rue de la Pomme , le tout premier ou on avait fait des tableaux avec les producteurs etc. on l'a pas remis là mais je pense qu'il faudrait qu'on le remette, mais ça fait partie des critiques, ça j'en suis conscient, des critiques, enfin des critiques positives mais euh, mais moi y a plusieurs mecs qui sont venu me dire que c'est « dommage, vous le dites pas assez, on sait que vous vous faites chier avec des produits ... » même si on le met dans le menu, en dessous, personne ne lit ce qu'il y a , y a marqué pain boulanger, mais en fait le seul moyen qu'il y a de savoir qu'on travailler avec un boulanger c'est l'intitulé du produit qu'il y a écrit sur le menu, donc effectivement il est pas hyper matraqué le message, et ce serait vraiment plus efficace qu'on ait un petit peu de gros tableaux avec la face de notre boulanger dans le restau et qu'on dise chez nous, tous nos pains sont faits par notre boulanger qui habite à dix bornes quoi.

**Oui et puis ça lui ferait de la pub aussi...**

Là on est pas assez bon là-dessus, ça on le sait... et c'est dommage parce que c'est un argument de vente, en fait depuis le début c'est tellement dans l'ADN du concept que on s'est dit, nous c'est le concept 100 % canard , sud-ouest, *Made in* terroir aussi , c'est un truc qu'on cite beaucoup aussi *Made in* terroir, donc on se disait que ça suffisait en fait pour euh, que les gens comprennent, mais non en fait je crois qu'il faut leur expliquer plusieurs fois quoi, fin quand on leur explique le concept, moi, y a plusieurs mecs qui sont venus qui m'ont posé des questions, euh quand on leur dit que le Cheddar on le fait nous, c'est mon père, on achète les carcasses, on les travaille au laboratoire de mon père, enfin c'est un travail familial, on travaille le truc en famille.

**Vous avez une sorte de cuisine centrale ?**

Ouais c'est ça.

**D'accord ok.**

Ça c'est pareil, les gens le savent pas trop quoi...

**Oui et puis de mettre des photos, c'est visuel en plus, et puis ça se fait dans la grande distribution aussi.**

Ça on le fait sur le site internet, je sais pas si vous êtes allés voir notre site internet, je crois que c'est un peu marqué et ouais... c'était quoi déjà la question ? (il nous montre leur site internet)

**Sur les stratégies marketing que vous mettez en place.**

Si sur *Made in* terroir, on explique ce que le *fast good* c'est, « le vrai, le bien, le bon », ça c'est notre créneau, un peu vous voyez les fournisseurs, si si on le fait un peu, là vous voyez par

exemple c'est mon père et ma sœur, notre boulanger, on le fait un peu mais ça, faudrait plus que ce soit impactant. Et en plus vu le nom de notre marque et qu'on a justement fait exprès de moderniser le canard parce que c'est un peu traintrain quand même le truc, on a mis un peu un canard vibreur dans notre logo, que voilà ça peut faire une bonne blague si vous le lisez vite, voilà on a fait plein de clins d'œil comme ça, un peu moderne on va dire, le logo il est assez moderne et tout euh, du coup les gens ils pensent que c'est un truc de chaîne, ou une franchise américaine...

**Oui voilà, moi aussi je pensais que c'était une chaîne, mais française quand même.**

On essaie d'être une chaîne oui, mais vous voyez on a pas mis Big Fernand ou quoi, où le code du truc c'est le béret et la moustache, on aurait pu jouer le truc hyper franco français, franchouillard avec dans le logo bleu, blanc, rouge, un truc *hipster* avec une croix, *Made in France* quoi et là les gens diraient « ah oui c'est un truc français », on a pas du tout calqué justement les codes du marketing du *fast casual*, on a pris les codes du marketing justement du *fast food*, parce qu'on voulait faire ça.

**Du coup c'est une cuisine d'assemblage ici ?**

Ouais.

**D'accord.**

Enfin, finition d'assemblage, je sais plus comment on dit, avec assemblage d'opportunités

**Haha et elle est où la cuisine centrale du coup ?**

Elle est à Carbonne, c'est à 25 minutes de Toulouse.

**Et du coup tous les matins vous êtes livrés ?**

On est livré une fois par semaine.

**Ah c'est tout ?**

Ouais, beh en fait il travaille sous vide, ou en surgélation.

**Ah d'accord et vous arrivez à faire vos stocks comme ça ?**

Oui on a une chambre froide derrière donc oui, une fois par semaine.

**Oui parce que c'est quand même un grand restaurant ici.**

Oui c'est un grand restaurant.

**Vous avez combien de places assises ?**

Euh je crois qu'on en a 70 ou 75 places assises.

**Et sur les autres restaurants ?**

Beaucoup plus petits, vous allez voir c'est tout petit, c'est plutôt 35 places assises, y a un bar sur le côté ... mais celui-là c'est le plus grand.

**Et est-ce que vous pensez que l'évolution de la société ça a un impact sur la restauration rapide ? Que les gens prennent plus conscience...**

L'évolution de la société ? C'est quoi l'évolution de la société pour vous ?

**Y a eu des crises alimentaires...**

Ah l'impact...

**Oui est-ce que tout ça, ça a eu un impact sur les gens ?**

Ah oui oui je crois.

**Est-ce que vous, vous l'avez ressenti...**

La question c'est quoi c'est quand il se passe un truc ?

**Par exemple quand il y a des crises alimentaires ou financières, ça impacte les gens ?**

Ah beh ça demandez à *Quick*, je peux vous répondre de suite...

**Haha**

Ah oui ça c'est clair, encore plus la vache folle, ça a été hyper saignant pour eux. Nous on a pas trop été impacté, c'était la grosse grosse peur qu'on avait, au de la de la peur du prix du canard qui a augmenté, euh la grosse crainte c'était l'effet consommateur, qui est soudain une peur alimentaire sur le canard, la grippe aviaire, on était super mal parce que la grippe aviaire elle est pas transmissible à l'homme, c'est inoffensif pour l'homme.

**Inoffensif ?**

Oui nous on a rien quoi, vous pouvez faire l'amour avec un canard si vous voulez, il nous ne vous arrivera rien.

**Haha.**

Haha, non mais le canard en lui-même n'a rien en fait, il est porteur sain, je sais pas si ça vous dit porteur sain...

**Oui oui.**

Il est porteur sain, donc c'est les poulets, la volaille en fait qui eux peuvent en mourir de ce truc là, mais vous mangez un canard qui a la grippe aviaire, ça ne vous fait rien, c'est inoffensif pour l'homme.

**En fait c'est le gouvernement...**

Ah oui c'est le gouvernement, les enjeux c'est quand même sur la propagation des volailles, machin...

**Et du vaccin aussi...**

Oui ça je pense aussi et puis si jamais ils vous disent ce qui est vrai, un mec qui à 6 000 volailles à côté d'un éleveur de canard, si ça se transmet, l'autre il perd ses 6 000 volailles donc pour éradiquer ce problème-là, ils ont été obligé de mettre un peu des mesures drastiques, mais le consommateur il peut manger de la volaille qui a la maladie mais ça ne lui fait rien.

**Et ça a impacté votre clientèle ?**

Et bien vu que ça a été bien fait, par les médias, par la télé comme quoi c'était inoffensif pour l'homme, y a pas de problèmes, vous pouvez manger du canard pendant les fêtes, y a aucun

soucis, euh, on a pas eu de phénomène de peur alimentaire ou de crainte avec « non je mange plus de canard parce que apparemment y a un truc qui vas se passer, je sais pas quoi » mais euh, mais pour le bœuf c'est chaud là, vous êtes un peu jeune mais la vache folle ça a fait mal, je crois qu'ils ont perdus 30 % de leur chiffre d'affaires... Non non aujourd'hui c'est important quand un phénomène sociétal se passe, bien-sûr que le marché de la restauration est impacté immédiatement.

**Et est-ce que vous essayez de faire prendre des mesures par rapport au développement durable ?**

Des mesures pour le développement durable ici ?

**Oui contre le gaspillage, ou utiliser des emballages recyclables ?**

Non pas vraiment ...

**Ah ! Prochaines mesures à mettre en place alors...**

Non on trie même pas le verre et tout, ils trient pas à Toulouse, enfin ils trient mais c'est à vous de trier avant, moi ça me va tant qu'on me le fait mais moi si tous les jours il faut aller je sais pas où... Non, on est pas écolos, fin vous voyez ce que je veux dire, je suis pas *green*, je suis pas le concept *green* quoi, je suis pas en mode papier recyclé, non moi je suis pas du tout écolo. Notre modèle économique rend beaucoup plus service par le fait qu'on soit dans une économie locale, on travaille avec des producteurs locaux, on n'est pas avec des camions qui viennent depuis Rungis, donc on travaille avec les mecs d'à côté. Après c'est pas parce que je fous deux trucs de verre dans le machin que... concrètement ce serait juste du marketing, parce que derrière on est plutôt propre quoi.

D'accord, et pour terminer, est-ce que pour vous, bien manger c'est l'avenir de la restauration rapide ?

Euh c'est l'avenir ? Carrément l'avenir ?

**Carrément oui, on n'a pas peur des mots...**

Est-ce que c'est l'avenir de la restauration rapide ? Euh je sais pas si c'est l'avenir euh je dirais que c'est une tendance forte aujourd'hui et c'est pas un effet de mode, c'est une tendance, on a passé le cap de l'effet de mode, on aurait pu croire que c'était un effet de mode mais maintenant c'est une tendance qui s'affirme, donc c'est un truc à prendre en compte quoi qu'il arrive, nous on a plutôt misé sur ce bien manger donc sur ce modèle économique qui se construit là-dessus donc avec un peu plus de hausse des prix, une marge brute plus fine, une rentabilité moindre, mais donc faut travailler sur le volume, euh fin voilà, on se gave moins qu'un mec qui envoie de la merde, au même prix donc c'est une réflexion à prendre en compte : est-ce que c'est l'avenir de la restauration rapide ? Je le souhaite, c'est possible, je suis pas encore convaincu que ça puisse remplacer... enfin vous voyez ce que je veux dire si on arrive à casser les concepts : bien manger / pas bien manger et auquel cas si c'est l'avenir ça veut dire qu'en gros, le mal manger y en aura plus dans 20 ans... je suis pas sûr... je pense que ça peut un peu bouleverser le marché en profondeur. Je crois que la restauration rapide aura toujours besoin de concept *cheap*, euh voilà avec de la bouffe de merde, je crois qu'il y aura toujours une demande pour ça, pour le prix... après tout dépend de la *middle class*, s'il y aura toujours une classe moyenne et une classe pauvre, malheureusement on est plus encore à ce niveau-là quoi.

**Vous pensez justement que ces *fast food* de malbouffe sont en train de prendre des mesures pour s'améliorer ? Mettre des bars à salades, ce genre de chose...**

Ah oui oui.

**Et c'est du marketing pour vous ou c'est vraiment quelque chose de concret ?**

Oui parce que voilà, une fois de plus, le bar à salades, je l'achète pas moi, peut-être que vous l'achetez parce que bien manger c'est manger sain, moi, dans ma conception du bien manger, c'est pas manger sain, c'est manger bon. La salade si vous voulez, où elle a été achetée cette putain de salade ? Est ce qu'elle a été traitée à la javel ? Parce que au début quand on parlait de *Macdo* et de malbouffe, euh, des *fast food*, c'était le gras, c'était l'obésité, on les a attaqué pour l'obésité, eux ils sont les deux en fait, parce qu'ils font à la fois bouffer de la merde trafiquée mais en plus c'est très sucré, fin c'est très sucré de tout ce qui est sucres rapides, euh pas du fructose, c'est pas du sucre de pomme haha. On les a attaqué au tout début sur l'obésité, sur la *Junk food* américaine, on leur a dit, c'est comme le *Coca*, en gros on leur a dit vous intoxiquez les enfants, les machins parce que un *Big Mac* c'est l'équivalent de je sais pas moi, trois journées de besoin en calories. Donc on les a vraiment attaqué plein fer sur le côté diététique de l'offre alimentaire, donc la réponse a été la salade, euh les bars à salades, le *Mac* café avec les machins, le bagel mes couilles euh, le truc qu'on peut manger sain, la pomme à croquer pour le gosse et plus le *sunday*, ils ont contre-attaqué sur le côté, c'est sain aussi à *Macdo*, on peut trouver sain. Euh mais en fait le problème, je m'en fou du gras, je sais très bien que c'est gras et en fait c'est con, vous dites au gens, si tu fais un régime, vas pas manger chez *Macdo*, commence par déjà ne pas aller chez *Macdo*, fin tu rentres pas dans ce genre de restaurant là... la promesse de l'offre d'un *Macdo* c'est pas, c'est pas tu vas te faire du bien et tu vas manger sainement euh et sans calories, on sait déjà que c'est un truc hyper calorique, c'est frit, c'est pané, y a du pain, y a de la sauce, y a de la mayo, je veux dire le produit c'est pas un produit diététique, c'est pas un bar à salades, c'est pas un machin même s'ils essaient de s'améliorer. Mais là si vous voulez où ils ne répondent pas, ils y répondent un peu, attention maintenant c'est sûr, le fait que la provenance des produits, ce que vous mangez c'est trafiqué, c'est de la merde, c'est pas que c'est gras, c'est que c'est de la merde en fait. Quand moi je vais chez *Macdo*, je m'attends pas à ce que ce soit pas gras, mais par contre c'est de la merde, et c'est là en fait où c'est plus dur parce que les gens le voit pas trop, après

c'est gras, c'est gros, merde j'ai pris un peu de poids, surtout pour les femmes, vous leur dites t'as pris du bide et voilà quoi haha mais avec une salade vous pouvez vous faire plus de mal, c'est comme le saumon bio, c'est le concept du saumon bio, vous pouvez vous faire plus de mal en mangeant une salade qu'un morceau de brioche par exemple, parce que si la salade en fait, elle a été bourrée de pesticides, que vous mangez à la fois du pesticide, de l'agent chimique et du machin, vous vous gavez de salade, alors certes vous n'allez pas grossir, par contre vous allez vous taper un cancer des miches à 40 ans, euh vous voyez c'est pas le même mal, vous voyez ce que je veux dire ... ?

**Ah oui oui.**

Donc moi quand je dis le bon et ce qui est rassurant, dans les dernières tendances que je lisais, votre génération vous l'êtes plus, on a arrêté de vous gaver : « bouge-toi, mange diététique, prends une soupe, etc. », non, vous préférez manger gras mais par contre savoir que le Big Fernand, le bœuf c'est haché sur place et que c'est pas de la merde ce qu'il y a dedans, donc ça c'est assez rassurant, parce que là, le *Macdo* ils peuvent pas répondre, ils vont faire quoi ? Ils vont changer leur steak haché ? C'est impossible d'un point de vue logistique et leur modèle économique est fait pour qu'ils achètent leur steak à 10 centimes, mais un bon steak de bœuf c'est pas à 10 centimes, c'est pas tenable, un paysan ne tient pas avec ça...

**Oui ou alors ça fait deux millimètres.**

Ça fait deux millimètres, c'est surcuit, c'est surgras, donc là ici ils vont essayer de le faire un peu, j'entendais parler que Réglain, le franchisé superpuissant de Toulouse ils font un test d'un *Macdo* à peu près bien, avec de la viande charolaise, et essayer de nous amener vers ça, parce qu'ils se font taper le cul quand même par le *fast casual*, Big Fernand qui harcèle tous ces mecs-là, toutes les nouvelles chaînes, *Chipotle* aux Etats-Unis, qui est la première chaîne qui a fait du *fast casual*, dans l'industrie du *fast casual*, les mecs aujourd'hui ils ont 800 restaurants là-bas, ils ont pétié des parts de marché à *Macdo* ce qui n'avait jamais été fait dans

aucun pays, dans leur propre pays, et c'est du porc, bon là ils ont chopé une bactérie, donc là ils sont en train de fermer, mais là-bas, *Chipotle*, on peut pas manger javelliser haha, mais de temps en temps y a de petites bactéries qui passent par-là, c'est comme ça quoi... Chez *Macdo* on sait qu'il n'y a pas de bactérie, en même temps y a plus rien de vivant quoi, le truc c'est super défoncé adjuvants mais, *Chipotle*, c'était les premiers, leur viande de porc elle est élevée en plein air, agriculture raisonnée, les trucs étaient cuisinés sur place donc pas de conservateurs dans les préparations ... La frite de *Macdo* c'est le syndrome du truc, la frite de *Macdo* je crois y a 36 composants, 36 additifs dans les frites.

**Non ? Mais c'est énorme ! Mais comment ils font pour en mettre autant ?**

Beh les pommes de terre déjà elles sont injectées de ce qu'il faut pour qu'elles aient toutes le même machin, le même truc, dans les bains d'huile, y a des E49 E32 E machin pour la couleur, la croustillance, le machin, le truc, y a 36 additifs dans une frite de *Macdo*.

**Tout ça pour qu'elles ne soient même pas bonnes en plus au final !**

Ouais, c'est ça, là on marche sur la tête, une frite quoi ! Une frite c'est une patate mis dans l'huile quoi. Autant le pain dans les boulangeries on peut se dire, il y a des levures, il y a du chimique pour que le machin soit bombé, mais une frite c'est une putain de frite quoi ! En plus, on est le pays des frites fraîches, avec les frites Pont-Neuf. On s'est fait faire mettre comme ça, en 30 ans on s'est fait mettre puissamment. Et aujourd'hui y a des jeunes qui comparent votre frite à celle de *Macdo* pour savoir... vous voyez, la mesure c'est les frites de *Macdo* « ah mais elle est moins grande que, plus colorée que machin », on est obligé de se comparer à eux alors qu'on ne devrait pas. C'est pas une frite quand vous avez foutu 36 additifs dans le machin, c'est un produit alimentaire modifié. Donc c'est pour ça, je vous dis, si c'est ça le bien manger, le bon manger, etc. je pense que peut-être on y vient mais ça va être compliqué. Parce que là le combat... (sa femme revient avec un papier « Stop gavage » collé

quelques instants plus tôt sur la vitrine du restaurant) Voilà ça se sont les étiquettes anti-gavage...

**Ah oui, avant Noël en plus c'est la période...**

Ah ce sont de nouveaux stickers, et ils ont l'air de bien coller en plus ! Ce sont les émeus du truc...

**Ah oui c'est un débat ça... et vous en avez beaucoup ?**

Ah mais ça va mieux là, au début c'était hyper hargneux, c'était quand même chaud, ils arrachaient des trucs, mais là ça va mieux, ouais, on les emmerde !

**Hahaha**

Non mais , je veux dire ces mecs-là après vous les retrouvez à bouffer du saumon bio, à se faire enculer par ces saumons bio, ils sont tellement cons que voilà quoi... franchement quand je vois ces études-là, c'est parfait, ça me fait jouir parce que c'est typiquement les mecs qui collent ça en imaginant que c'est un combat , ça fait juste 10 ans qu'il bouffe son saumon bio et là il a pris l'étude en plein dans la face en se disant j'étais dans le juste. Qu'il aille coller des trucs sur l'élevage de bœuf et qu'il arrête de nous emmerder, c'est pas nous qui faisons de l'élevage intensif... vous voyez c'est un peu tirer sur les ambulances quoi. Fin bref, et bien écoutez, on verra ... *Macdo*, le bar à salades, c'est une réponse à l'obésité, à la malbouffe, ils sont un peu en train de faire du sur-mesure pour monter en qualité, en qualité diététique, en qualité gustative et tout, mais ils sont pas là pour ça les mecs. En plus ils ont un système de franchise qui est lourd, ils tapent sur les franchisés... Quand vous prenez 6 ou 8 % du chiffre de leur chiffre d'affaires à un franchisé, et que soudainement vous lui dites « au lieu d'avoir 21 % de couts matières, ou 18 %, tu vas être à 26 % », la rentabilité va baisser, le steak on va plus

l'acheter à 10 centimes, je sais pas moi, parce qu'on va l'acheter à un éleveur... le franchisé il va dire non, je préfère envoyer de la merde et me gaver !

**Ah ben oui c'est clair, ça lui fait toujours plus d'argent.**

D'ailleurs, *Macdo* c'est pour se gaver, si vous ouvrez un *Macdo*, si vous êtes franchisé pour *Macdo*, j'en connais pas mal de franchisé, c'est plutôt pour faire du bif, c'est pas pour...

**... s'inquiéter de la santé des gens.**

Haha voilà c'est comme si vous travaillez dans l'armement, c'est pas pour le bien de la société quoi... Sinon après ces mecs-là, ils changent, ils vont dans des franchises plus en adéquation avec leur vision du bien manger mais en attendant s'ils signent chez *Macdo* c'est parce qu'ils savent que ça crache tant. Si ils commencent à m'emmerder à rentrer des patates entières et qu'il faut les peler, vous voyez c'est pas ça qui est prévu, j'ai prévu de me gaver, pas de me faire chier...

**Mais déjà, il y a quelques années, *Macdo* avait fait du *greenwashing* en changeant les enseignes qui étaient jaunes et rouges.**

Ouais ouais c'est ça, et là c'était plutôt le côté vert, le côté diète, avec la salade, la tomate etc. mais d'où elle vient ta salade ? Elle vient d'Espagne ? Mais eux elle vient de Chine, c'est passer par je sais pas où... mais ça on verra, ils sont en train de changer mais ils ont du mal, ils sont attaqués de tous les côtés, *Burger King* va marcher sur eux...

**Et vous pensez que ça va faire baisser les prix ?**

Non le marché du prix c'est vraiment fait sur certains produits, sur le marché historique du *fast food* américain, je pense que le prix va augmenter... *Burger King* c'est un peu plus cher

que *Macdo*, ils ont un modèle économique plus cher parce qu'ils ont justement un morceau de viande qui est plus gros, ils ont plus d'équipiers dans le restaurant donc ils sont obligés de vendre un peu plus cher. *KFC* aussi ils vendent plus cher car ce sont de vrais morceaux de viande. Après ils ont dû prendre des parts de marché aux boulangeries avec leur menu à cinq balles.

**Et le *Burger King* c'est meilleur que le *Macdo* ?**

C'est pareil.

**Ah oui pareil ? Et pourquoi il y a eu tout cet engouement pour *Burger King* ?**

Par ce que c'est un peu meilleur je trouve, parce qu'ils ont une technique et en plus elle est puissante, ils ont un brouilleur, ils passent le truc sur une flamme en fait, quand ils disent caisson à la flamme...

**Ah ça rajoute un goût barbecue en fait.**

Voilà, un goût barbecue un peu grillé, un goût fumé de barbecue et ça je trouve que c'est bon. C'est pas de la poudre qu'ils mettent c'est vraiment un équipement, c'est comme si tu mettais un coup de chalumeau sur le truc.

**Et vous ne trouvez pas que c'est paradoxal qu'il y ait un tel engouement pour *Burger King* par rapport au bien manger ?**

Beh ouais, c'est pour ça que je vous dis que c'est pas gagné, bon y a autant, voire plus d'engouement sur d'autres trucs, mais quand je vous dis que c'est pas fini et que...

**Oui quand il a ouvert à Toulouse y avait une énorme queue...**

Oui voilà, *Burger King*, c'est un peu le côté *vintage*, mais là où ils sont très forts aussi, c'est sur la marque, parce que c'est un truc de marque en fait, ces mecs-là ils ont des marques iconiques en fait... donc ils ont fait fort là-dessus. Et ils ont une puissance marketing avec des budgets marketings d'enculés quoi ! C'est normal que vous ayez la queue devant chez vous quand vous avez 33 millions d'euros de budget marketing par an. Quand on passe à la télé, à machin, à truc, vous voyez ce que je veux dire... Quand on vous travaille sur votre canapé avec ce marketing, ben quand vous passez devant vous avez forcément envie de vous arrêter quoi.

**Et vous, vous faites quoi comme action marketing ?**

Euh beh nous on fait beaucoup de *community management*, facebook, réseaux sociaux, euh et du *street marketing*, on fait quelques actions en média mais on en fait pas beaucoup, euh on fait quelques presses mais c'est plutôt nous qui sortons des nouveautés et on fait des communiqués de presse, et on croit beaucoup au *buzz* et au *community management*. Mais on se plante à Labège parce que c'est vraiment un public, une zone *merchandising* qui est très justement sur l'affichage, euh, marketing médias, le machin, l'affiche abris bus, c'est très ça Labège, et du coup on n'est pas très audible, et les réseaux sociaux et le *street marketing* suffisent pas à faire déplacer les gens.

**D'accord.**

Faudrait un gros coup de *buzz* en fait et c'est pas très cher...

**C'est quoi le pourcentage, votre budget marketing ?**

Il est assez faible, enfin, il était fort au début mais je pourrais vous dire, c'est 3 à 4 %, mais ça devrait être plus 10 % normalement.

**D'accord.**

Mais on a d'autres frais qui sont chers ailleurs... Mais on les dépense bien... On a un rapport avec percussion/prix important en fait...

**D'accord, parce que votre premier restaurant il a marché avec le bouche à oreille plus ou moins ?**

Non, on a été très bon, on avait deux stagiaires et avant même d'ouvrir, y en a une, Marie, qui a fait, qui a monté la comm' en fait avant l'ouverture, on a fait buzzé le concept, parce que le canard est sympa, c'est cool, ça c'était pas fait, premier *fast food* de canard à Toulouse qui arrive, surtout qu'ils sont bien placés, voilà c'est pas dans des petites ruelles paumées et on a éclaté ! Beh, la Dépêche, on a eu deux, trois relais comme ça avec des articles pas parce qu'on les a payé mais parce que ça intéressait donc ça faisait une actu cool et comme ça on a pas besoin de payer, et c'est là qu'il faut être intelligent, c'est qu'il faut que les actus parlent d'elles-mêmes, qu'on n'est pas besoin de payer d'encart dans la Dépêche. Franchement ceux qui font ça, après je comprends qu'il y en ait qui fassent ça mais bon, faut vraiment rien à voir à raconter, moi je préfère faire une connerie ou créer une actu que j'envoie à un journaliste parce que eux ils attendent que ça, ils ont rien à raconter, vous leur envoyez des actues, ça leur fait du boulot en moins, en plus si vous rédigez pour lui il est content donc on a eu une grosse grosse... les premiers mois c'était fou, on s'est vu d'ailleurs...

**Hahaha**

Hahaha ouais on était fous, ouais les premiers mois c'était magique, bon après c'est redescendu, après l'effet de mode, de nouveauté, on redescend...

**Et justement, d'un point de vu concurrence, vu que vous êtes un peu un monopole sur Toulouse, est ce que vous avez d'autres concurrents indirects pour le coup ?**

Euh non, enfin il y en a un à Bordeaux qui a voulu le faire...

**Et ça n'a pas fonctionné pour lui ?**

Non, on a eu très peur parce qu'il était très proche de nous, euh ouais d'ailleurs il avait pompé le truc carrément le mec et donc ça nous a fait un peu flipper, enfin on s'est senti un peu agressé, on s'est dit, merde, si ça commence déjà comme ça on va pas pouvoir s'installer partout. Euh, on a eu un avocat, mais le mec avait un peu d'oseille donc il se battait en mode non mais je m'en fou, je dis que je l'ai trouvé tout seul, fin voilà, mais il a fondu les plombs parce qu'il l'a mal géré. En fait les *fast food* c'est un métier à part, c'est un restaurateur, un chef bordelais qui avait voulu faire ça du coup il avait pas du tout les codes, heureusement parce que s'il avait cartonné, ils nous aurait mis une cartouche parce que nous on a quand même envie de partir dans une autre ville donc je pense que s'il ratiboisait un peu euh, et comme on est jeune au début, y aurait toujours eu la question de la paternité : qui de l'un ou de l'autre ? Donc c'est pour ça qu'on a développé vite, un peu trop vite d'ailleurs, parce que on voulait assoir un peu, parce qu'on était les premiers quoi. Après si y en a un a Paris qui se monte et qui s'appelle Duck You ou j'en sais rien, et qu'il arrive à s'en sortir parce que ça sera pas déposé et que le concept sera pas déposable... bon beh là... Mais au moins on se posera pas la question. Mais en plus on a gagné des prix, des machins, des prix nationaux, et dans la restauration aussi. Les gens ils savent que le *fast food* à base de canard c'est nous. Si y en a un autre qui se monte, voilà, j'imagine que si ça marche bien et qu'on en fait plein, faut pas être trop con, y en a peut-être d'autres qui vont se monter. Donc on verra mais je pense que c'est pas impossible qu'il y en a d'autres qui se fassent.

Et du coup c'est le bien manger ... ?

**Le bien manger dans la restauration rapide.**

C'est qui votre euh, vous avez un ...?

**Tuteur ? Oui c'est Mr Pichon.**

D'accord, donc c'est la thématique mais après y a des hypothèses, une problématique ?

Oui.

C'est quoi votre problématique ?

**Et bien au final faut la changer, parce que ça ne va pas, on en avait vu une avec un prof qui nous avait dit « la restauration rapide, une restauration santé », pour faire une problématique choc, et après un autre prof nous a dit que ça faisait trop choc !**

Attendez, la restauration rapide, une restauration santé, c'était ironique ? C'était quoi ?

**C'était pour faire un truc qui puisse choquer les gens, pour changer un peu.**

Mais c'était la question de départ du coup ?

**Oui, enfin c'était, est ce que ça peut ..? Le bien manger, est ce qu'il peut justement devenir la nouvelle restauration santé ?**

Mais c'est là qu'il faut que vous fassiez attention, le bien manger c'est hyper compliqué, c'est là où je ne comprends pas que Paul ne vous ait pas repris là-dessus. Parce que bien c'est quoi ? Qu'est-ce que vous entendez par bien ? Déjà vous devez bien définir ce qu'est le bien manger.

**On est en train de regarder oui.**

Parce que la santé, là ok je comprends, c'est sur le côté diététique, mais le bien manger, si c'est bon, ça n'a rien à voir, ça peut être bon et gras, vous voyez ce que je veux dire... généralement ce qui est gras est bon, ce qui est sucré est bon quoi...

**Dans le micro-trottoir qu'on a fait au début, les réponses partaient un peu dans tous les sens quoi, parce qu'ils y en avaient qui disaient justement que bon c'était gras, d'autres que c'était des produits de qualité, que c'était le bio, c'est super subjectif en fait.**

Déjà faut le préciser et après... soit vous le choisissez, vous dites, nous on va traiter le côté santé, on va traiter le côté goût, le côté origine des produits etc. Vous pouvez traiter de tout mais faut préciser, parce que vous avez quatre sujets en 1un en fait. Est-ce que c'est bon pour la santé ? C'est bon pour les papilles, est-ce que c'est bon pour l'environnement ? Fin c'est pas la même chose quoi. Et en plus c'est même pas bon, c'est bien c'est ça ?

**Oui oui. C'est le bien manger. On a choisi un sujet... ha ha !**

Après je vous pose la question à vous, honnêtement pour vous le bien manger c'est quoi ?

**On n'a pas du tout la même définition.**

Vous c'est plutôt santé c'est ça ?

**Moi ça serait plus le côté santé, diététique.**

**Moi ça serait plus le côté plaisir, qualité du produit, enfin sud-ouest quoi haha.**

Haha, et toi ça serait plus bien pour le corps ?

Oui ça serait bien pour le corps, diététique, équilibré, tout ça...

Mais c'est ça faites gaffe, les deux sujets sont bons mais, je pense qu'il faut savoir vers où vous allez en fait.

C'est pour ça qu'on a fait un micro-trottoir, pour voir.

Pour voir pour les gens ce que ça signifie ?

Oui voilà, pour voir les mots clés de bien manger et pour pouvoir tirer une définition de ce que voulait dire le bien manger.

Et ?

Et c'est pour ça qu'on vous demande aussi à vous.

Et du coup si la réponse est à 80 % pour la santé vous revoyez la définition ?

On sait pas... déjà on a rendez-vous vendredi avec notre tuteur pour en reparler.

Vous, vous préféreriez parler de quoi ?

Et bien ça serait cool de pouvoir parler de tous les thèmes.

Oui de toujours tout.

Oui parce que dans notre objectif c'est de parler de tout, enfin je pense qu'on peut y arriver, à tout caler.

Là ça va être large.

**On a un peu peur que ça parte un peu partout.**

Oui ça va être dur parce que le truc c'est pas 500 pages que vous devez faire.

**Oui un mémoire c'est 80 pages à peu près.**

Et vous avez un terrain à faire en plus du mémoire ?

**Et bien le terrain c'est les interviews en fait. Et le mémoire je crois que c'est entre 60 et 80 pages hors annexes et jusqu'à 200 pages avec annexes.**

Et là sur ce truc là, vous avez des hypothèses ? Ou c'est après, en M1 et M2 ?

**Non non on a une problématique et des hypothèses à faire aussi.**

Ah mon avis, je vois le truc, vous allez trop effleurer le sujet, c'est dommage quoi. Vous allez chercher la santé, en parler un peu, puis parler du goût, chaque sujet je trouve est tellement vaste euh ...

**Vous nous conseillerez quoi vous par exemple ?**

C'est pas moi, c'est vous, qu'est-ce qui vous ferez plaisir d'enquêter quoi. Si toi tu préfères le goût, et toi l'alimentation santé, y en a, vous voyez c'est différent, y a des concepts santé, ou c'est des soupes, y a beaucoup de salades de quinoa, des machins...

**Oui c'est diététique.**

Oui voilà c'est diététique, et c'est coupé avec le fait que ce soit bio et machin, en plus c'est tracé, y a toujours l'origine des produits, ça c'est un peu, euh, dans le *fast casual*, tout le monde travaille un peu l'origine des produits, mais là c'est plutôt santé... Vous avez le bon, le gras mais là c'est plutôt l'émergence des burgers *fast casual* type Big Fernand avec le bon gros fromage qui coule dessus, le pain machin, et là pour eux c'est manger gourmand mais euh, par contre c'est de la tome fraîche des Pyrénées, le pain du bon boulanger. Et après vous avez le truc juste locavore, juste sur le côté origine locale des produits, et là vous en avez d'autres qui n'ont pas mis le côté gourmand en avant, qui sont sur un concept origine des produits où vous trouvez à la fois des lasagnes végan et un burger, vous en avez un peu pour tout le monde. Nous on est pas si santé ni trop gras, on essaie de faire entre les deux, vous voyez, on a un club sandwich, on a un burger, on a une salade et on a un tacos. Par contre nous c'est plutôt l'origine des produits quoi, même si on est plutôt effectivement, sud-ouest gras, enfin le gras du sud-ouest, le gras de canard ! Mais c'est pour ça, faites gaffe parce que vous allez un peu effleurer et en plus vous allez mettre en concurrence les trucs, enfin vous voyez ce que je veux dire, vous allez vous recouper en fait, et c'est con parce que vous ne vous adressez pas au même public, pas à la même personne, c'est pas le même prix, c'est pas la même comm', c'est pas le même concept. Je pense que vous pouvez carrément traiter la notion de plaisir et de qualité gustative des produits en restauration rapide, ça c'est à fond sur le goût, et la cuisine du coup. Donc là c'est plutôt restauration rapide de chef, ou les néo-bistrots, enfin vous voyez ce que je veux dire, toute la déclinaison, enfin aujourd'hui beaucoup de chefs créent un *fast food*, eux typiquement c'est sur-cuisiné, la sauce, le ketchup, c'est maison, on fait nous même le ketchup. Je prends l'exemple typique, faire soi-même son ketchup c'est pas euh, ça reste du ketchup, on met du sucre, on met du machin, vous voyez c'est pas santé le ketchup, là ça répond pas à la santé mais ça répond à la cuisine, au goût et à l'origine, si en plus vous dites que ça a été fait avec des tomates du jardin de machin du potager, vous pouvez répondre aux trois quoi. Alors si vous dites que c'est un ketchup diététique, sans sucres ajoutés, vous pouvez le dire mais y en a pas beaucoup qui font les trois. Par exemple si je prends l'exemple du ketchup qui réunit les trois, sans sucres ajoutés, donc un truc très acide machin, mais on a fait exprès parce qu'on a pas voulu mettre de sucres, issu de tomates euh de notre potager

bio, en plus c'est des légumes moches, donc en plus c'est génial on a récupéré les vieux légumes et en plus ça a été cuisiné sur place par le cuisinier qui a une toque. Donc là vous voyez on a les trois. Y a pas beaucoup de concepts qui allient les trois franchement.

**Oui c'est sûr, moi je penche plus sur le *fast casual* quoi, plus partir sur ça.**

Voilà, pas un truc santé, pas diététique quoi, il existe des concepts *fast casual* diététique mais la définition du *fast casual* c'est pas diététique, vous voyez ce que je veux dire.

**Parce qu'après, on peut quand même parler d'un aspect santé peut être dans l'intro, de dire les ravages que ça a fait jusqu'à présent.**

Ouais ouais, c'est ça, parce que impact santé bien sûr, parce que manger de bons produits c'est moins de cholestérol, moins de sucres ajoutés, moins de machins, mais ce que je veux dire, on n'est pas dans ...

**Pas que sur la santé ?**

Voilà, pas que sur la santé, après je vous dis, y a très peu de concept santé qui marchent... après y en a pas mal qui ont essayé de le faire mais une des dernières études de Xerfi ? Celle qui sort, euh, ils en ont marre de dire « t'as plus le droit de baiser parce que » enfin vous voyez ce que je veux dire...

**Oui, tout est contrôlé...**

Plus le droit de baiser, plus le droit de boire, plus le droit de machin, mange toi, bouge-toi enfin voilà. En plus cette génération-là, ils sont moins sur le côté santé, santé pure, et d'ailleurs, ceux qui ont essayé, euh, se sont un peu cassé les dents. Moi j'ai travaillé dans la restauration collective pour Compas, on faisait, on créait des concepts de restauration. On

avait essayé des offres marketing avec le nombre de calories, ou vous prenez sur votre plateau, un truc bleu, un truc rouge et ça vous fait 15 calories + 12 calories, y a des concepts comme ça qui ont essayé de voir le jour à Paris, c'est un nutritionniste, enfin un diététicien qui a fait le menu pour faire un certain équilibre calorique si vous prenez cette entrée avec ce dessert, avec des compléments alimentaires etc. Voilà, vraiment sur la diététique, sur le côté nutrition diététique de la restauration. Mais on n'en entend pas parler quoi. Mais demandez autour de vous, « tiens on va essayer un nouveau truc, apparemment c'est du ceci sans sel et du machin... »

**Haha.**

Mais ouais voilà quoi, après l'expérience client c'est sympa, un marketing sympa vu qu'il y avait des balances partout, et je me suis senti mieux, détoxifié en sortant parce que y avait un petit jus d'herbe, le truc c'était immonde quoi, apparemment ça purifie machin haha mais bon les mecs qui aiment ça, c'est pas le *fast casual* quoi. Le *fast casual*, c'est le fromage qui coule le machin, par contre, l'origine des produits oui, bien-sûr, cuisinés, pas trafiqués quoi, donc là-dessus c'est santé parce que pas de cancer à 40 piges mais c'est plus santé que diététique, que nutrition.

**Oui et puis quand tu vas au restau, même si y a un côté diététique, j'ai envie de manger quoi.**

**Oui c'est le côté bon, le goût, c'est ça qui est important, surtout en France quoi.**

Je pense que sur les tendances restauration avec la santé, vous allez griller une cartouche parce que ça intéressera plus de gens si vous parlez du goût... Est-ce qu'il y a un vrai impact ? Une réelle demande sur le bien manger ? Façon goût et origine des produits, sur la santé y a un peu, mais voilà, je pense que c'est accessoire, du coup y a qu'à voir les enseignes qui ont misé tout leur marketing là-dessus, y en a pas beaucoup...

Sinon, c'est plutôt des légumes, y a le côté de la fourche à la fourchette, mais c'est plutôt effectivement diététique.

**D'accord, on va se renseigner.**

Après, le problème du *fast food*, c'est qu'il y a plein de produits à base de pain, de sauce etc. La petite restauration à emporter, ceux qui font les plats maison, ou le plat du jour, ça ça va, mais aujourd'hui t'as un concept de burger ou de pizza, ou de machin, après une pizza, va dire que c'est pas calorique...

**Mais si la sauce tomate, c'est pas calorique haha.**

Haha oui voilà, y a que du fromage et du pain, c'est pas un truc très recommandé, vous demandez à un nutritionniste, tu lui dis, je veux perdre du poids, il te dit t'arrêtes le pain, le fromage, le gras et le sucre...

**Que les trucs bon quoi!**

Oui donc le côté santé, nutrition, vous allez galérer... Parce qu'à la limite l'aspect santé vous allez le retrouver sur la petite restauration tradi, où t'as du poisson, ou même en gastro, où on privilégie les plats à la vapeur...

**Oui voilà, ils font moins de plats en sauce maintenant.**

Oui voilà, on essaie de mettre moins de calories dans l'assiette. Mais le *fast food*, c'est quand même manger vite dans du pain, enfin c'est quand même ça la majorité du truc, et avec en plus du fromage qui coule parce qu'il faut quand même que ça tienne au corps. C'est difficile de faire juste.

**Oui, c'est ça, c'est de manger vite et d'être callé.**

Et tous les mecs qui ont essayé une salad'bar, y a un nouveau concept de salade, vous pourriez aller l'interroger, il sera content de vous répondre, *Eat Salade* je crois, il a ouvert ça en hiver, la saison parfaite en plus quoi.

**Haha**

Et les bars à soupes aussi à Paris y en a plein qui ont essayé et qui se sont plantés... C'est comme les bars à pâtes, y en a pleins qui ont fait des flops. Parce que ça fait partie des produits que tu peux faire chez toi pour moins cher. Enfin, tu vas pas au restau pour bouffer une salade quoi. Mais quand tu y vas de temps en temps pour te faire plaisir un peu, tu vas pas manger une salade et un taboulé quoi, franchement !

Beh écoutez, ça m'intéresse votre sujet.

**Si vous êtes sage on vous l'enverra haha.**

Haha, c'est vrai ?

**Oui, en tout cas merci beaucoup pour ce temps consacré, pour avoir répondu à nos questions.**

Avec plaisir, n'hésitez pas si vous avez d'autres questions.

Retranscription - Entretien avec un restaurateur / directeur d'agence de communication

Date : 05.01.2017

À : Toulouse

Durée : 45 minutes

**Interviewer** : Est-ce que vous pouvez nous parler de votre parcours professionnel ?

**Interviewé** : Alors le parcours professionnel, CAP cuisine à Souillac après BEP cuisine, je ne vais pas faire les stages... Un Bac techno hôtellerie-restauration et un BTS Hôtellerie-restauration, une Licence hôtellerie-restauration, un master 1 hôtellerie-restauration et le master 2 à moitié fait, j'en pouvais plus de l'ISTHIA d'ailleurs (rire) !! Et donc je me suis arrêté au milieu d'un commun accord avec eux. J'avais trouvé un stage en master 1 qui me plaisait et je ne voulais pas le quitter, sachant que j'avais 11 ans d'études dans l'hôtellerie-restauration, ils m'ont dit vas-y part c'est bon tu as tout vu. J'ai quand même mis mon master 2 sur mon CV, si vous voulez savoir donc voilà. Après beaucoup de stages dans des gastros, les gastros ensuite m'ont bien soulé donc je suis parti chez Sodexo, non, en licence je suis parti chez Sodexo pour gérer des stades de foot en restauration, en master 1 je suis parti au casino Barrière pour gérer les restos, le Fouquets les quatre restos qu'il y a et c'est là où j'ai trouvé un poste au casino, j'étais directeur du Samouraï. Euh ! Donc c'est un bar de nuit restaurant, là j'ai arrêté au bout de 6 mois, euh j'ai monté la boîte avec mon associé qui était à l'école avec moi en BTS donc on a monté une agence de communication culinaire ensuite on a monté un *food truck*, ensuite on a racheté des parts d'un restaurant à Leucate l'année dernière et on a monté un média étudiant.

**On a vu, on aime la page.**

C'est gentil, merci.

Et ouais, donc en tout on est à peu près 40 salariés. Tout dépend l'hiver il y en a pas beaucoup mais l'été tout cumulé, ça fait beaucoup de monde. Et à chaque affaire je suis associé quand même, il y a le vieux beau qui est là-bas, il est associé avec moi, pour X c'est monsieur X qui est associé avec moi, euh à X on a un autre associé, il y a que à X il y a que monsieur X avec moi.

**Vous investissez à part égale ?**

Après ça dépend, celui qui fait le plus de chiffre d'affaires c'est X mais cela dure que quatre mois mais après notre activité principale c'est l'agence de comm' et d'évènementiel, c'est notre bébé à nous. L'agence c'est toujours des nouveaux défis, des nouveaux clients, c'est une entreprise qui n'existait pas vraiment en France. Entre temps on a fait des émissions de cuisine, c'était en parallèle avec spatule donc là c'était décalé sur télé Toulouse et maintenant on a nos émissions sur Canal sat, les chaînes bien être et maison. Voilà, on a toujours continué à faire des émissions de cuisine, que je tourne moi mais que X réalise, toujours un peu décalé. Et là, on est en train de ... Canal sat on est un peu sans nouvelle, voilà on a fait ça surtout pour se faire connaître mais bon c'est beaucoup d'énergie pour pas beaucoup de travail.

**Maintenant, l'agence de comm' c'est pour quel type d'évènement ?**

Là, on a du restaurateur indépendant... « Léa ?!? C'est quoi le plus petit restaurateur ? » C'est X, ouais voilà X donc c'est le petit truc de *fast food* de restauration rapide comme des gastros, on des marques alimentaires Cacolac et Perrier, aussi des institutions tu vois la pub avec les légumes moches, bah on travaille sur des choses comme ça enfin c'est tout ce qui touche à la bouffe à 360° en évènementiel et comm'.

**Comment ça se passe ? Ils vous contactent pour travailler avec vous ?**

Ça peut être du graphisme, de l'évènementiel, de la photo, de la vidéo, du site, de la stratégie, ici chacun à sa tâche, c'est tout ce que ferait une agence de comm' classique sauf que c'est dédié à la bouffe.

**Vous n'êtes plus trop dans la cuisine ?**

Si, l'été j'y vais quand même, dans le X non, il faut toujours rester au contact pour suivre l'actualité mais bon, éplucher les carottes ça me fait pas vibrer. C'est bête mais avant tu me mettais cinq euh à tourner des pommes de terre, j'adorais mais maintenant ça me passionne un peu moins, je fais beaucoup de création de recette pour des marques, ou plein de choses mais les faire ça me passionne moins. Après le top là, pour vous pour votre projet tuteuré, notre site on l'a mis à jour et là il y a tout dessus parce que quand je parle comme ça je ne suis pas très clair donc aller voir le site, surtout qu'on fait beaucoup de choses.

**Après au niveau de la notoriété, vous vous êtes fait connaître avec les vidéos ?**

Oui, beaucoup avec les vidéos complètement décalées, on a été tous les deux avec en colocation et les premiers masters chefs commençaient à sortir, les top chefs et tout, nous cela nous faisait marrer donc on a fait des vidéos, c'était vraiment con ! Mais bon c'était rigolo après il y a une marque qui nous a repéré du coup il fallait améliorer nos vidéos, quand on a signé avec télé Toulouse, on était encore à l'école et on a dû faire plus de 50 émissions, c'était quand même pas mal d'argent après dans ces émissions on devait aller voir des chefs et les interviewés, là on s'est fait le réseau de restaurateurs et de chefs. On a vu, qu'ils ne savaient pas faire de photos, ni de vidéos et tout, on s'est dit qu'en terme de communication, les réseaux c'est obligatoire aujourd'hui donc on a tenté notre chance et puis il y a huit ans personne n'y croyait mais nous on y a cru jusqu'à maintenant.

**Super, belle réussite !**

Belle réussite je ne sais pas après tu verrais notre quotidien, ça fait beaucoup de boulot. Mais oui c'est cool on le sait très bien. Voilà, ça c'était sur moi (rire).

**Du coup on va rentrer dans le vif du sujet, qu'est-ce que c'est pour vous la notion de bien manger ?**

Ah ! Putain ! C'est tellement large... Bien manger, c'est manger cuisiner, c'est-à-dire pas manger du prêt à l'emploi, après équilibré et faire travailler les locaux.

**Et donc, la notion de malbouffe ?**

C'est le contraire, manger des choses toutes prêtes pas dans le sens péjoratif mais en étant pas conscient de ce que je mange, c'est ce qui est à l'intérieur, c'est-à-dire je mange du prêt à l'emploi mais du mauvais prêt à l'emploi, quelque chose de bas de gamme qui met pas du tout en avant les produits, du coup pas équilibré après c'est mangé sans se soucier de la provenance des produits.

**La restauration rapide, c'est quoi pour vous ?**

Si je dis le fond de ma pensée, c'est un eldorado qu'on nous a vendu pendant ... alors il y a deux choses, du côté consommateur je trouve ça génial, moi perso je suis un grand fan, j'adore ça, le gastro ça me fait chier maintenant rester cinq euh à table je n'ai plus envie, ça me fait plus rêver même si j'adore la bouffe, j'adore la création culinaire. Après la restauration rapide sur le midi, elle est obligatoire, pour la simplicité en plus cela fait sauter les codes et le soir j'aime plus la restauration de convivialité, ce n'est pas de la rapide mais j'aime être servi vite parce qu'à la base la restauration rapide c'est rapide mais quand je suis entre copains, j'aime la convivialité, boire des canons et pas manger avec des assiettes où on a rien à bouffer et surtout où on ne peut pas rigoler. Par contre d'un point de vue du commerçant, c'est très

compliqué de gagner sa vie avec ça, je pense que tout ce qui sont là-dedans, ils vont y laisser des plumes. Par exemple : nous la question qu'on se pose, c'est est-ce qu'on met 30 grammes ou 40 grammes de poulet ? Tu vois c'est nul, on se fait chier, ce n'est pas ça notre métier. Je pense que c'est une bonne filière pour ceux qui aime le business, qui aime ça, qui aime calculer comment être rentable, c'est leur passion. Si on veut leur offrir une bouteille de rosé parce que ça nous fait plaisir, on peut se le permettre de le faire car nous faisons d'assez bonne marge mais, tiens, moi quand j'étais dans mon *food truck* j'étais là « je paye mon coca ou je ne paye pas mon coca ? » Enfin... Ce n'est pas ce que j'aime quoi, moi ce que j'aime c'est discuter avec les gens, la convivialité. La restauration rapide c'est l'enfer, c'est calculer pendant deux euh si je prends un *packaging* blanc ou orange, parce que celui qui est orange il est à 50 centimes de moins, même 20 centimes de moins. Ce n'est pas du tout bandant si je peux me permettre, c'est vraiment chiant, donc je n'en ferais plus jamais. Ou alors quand je voudrais faire du business que je n'aime plus trop ce que je fais, le camion ça m'a vraiment séché sans déconner. À l'école tu apprends que c'est l'eldorado, le top, que... y a pas de dijo y a pas d'alcool, enfin tu te fais chier quoi (rire). Alors par contre j'étais passionné, d'avoir créé le concept avec Guillaume, c'était passionnant, de dire qu'on a créé le concept, les galettes, le pain, les recettes, de savoir si on était vraiment rentable justement, le *packaging* mais une fois que c'est ça, le fun un peu scolaire de créer un concept mais quand t'es dans ton camion à vendre 800 galettes par jours. Bon je n'y étais pas moi mais bon... Je pense qu'il y a une partie création qui est géniale mais l'exploitation c'est horrible. Je pense que la restauration rapide est plus faite pour des jeunes qui ont fait des études qui ont appris à faire des économies et tout ça, mais pour les autres et les vrais restaurateurs c'est nul...

### **Pensez-vous que le bien manger est compatible avec la restauration rapide ?**

Oh oui, oh oui !!! Chez nous au X, c'est produits locaux, cuisinés, aucuns produits surgelés, aucuns produits autre que frais. C'est ce qui nous a tués d'ailleurs. Encore une fois, si tu aimes ce métier, ce n'est pas rentable... Mais nous on n'arrivait pas à faire de la merde... Les pâtisseries c'était un pâtissier qui les faisait. Mais par contre je suis sûr que le bien manger

euh... Je trouve que la resto rapide doit exister mais qu'en version simple, là c'est-à-dire qu'on s'est trop fait chié, on aurait dû faire plus simple

**Du coup comment vous avez fait pour passer du *fast food* ou *fast good* ?**

Bah nous on n'a jamais fait de *fast food* on est direct passé au *fast good* (rire). Non, c'était une grosse prise de tête. On y a réfléchi pendant des mois et des mois. On n'aurait pas eu le laboratoire ça aurait été impossible, après pour envoyer vite quelque chose de bien, c'est du temps de réflexion. Tu vois X fait 150 000 euros de CA par an alors que X ça fait 1 400 000 € en quatre mois tu vois on ne va pas se faire chier à faire des galettes (rire).

**C'est quel type de cuisine à Leucate ?**

C'est méditerranéen, on cuisine hein, cuisson au feu de bois, découpage de poissons en salle mais en même temps trop fun avec des serveurs qui crient partout dans le resto qui s'amuse. Après on fait bar de nuit, avec des groupe et tout. En fait mon rêve à moi ce serait de manger comme dans un gastro mais en finissant à danser sur la table, mais je pense que c'est possible. Parce qu'il y a 10 ans quand j'ai commencé un gastro sans nappe ça existait pas quoi ! Il faut que les gens enlèvent les codes de la gastronomie.

**Pensez-vous que la restauration rapide a un impact sur la santé ?**

Une bonne partie oui, du type américaine... En tous cas pour l'obésité elle fait mal oui. Mais je pense qu'au final aujourd'hui ça représente pas un grand pourcentage à part pour les *Quick*, *Macdo*, *Burger King*, mais pour les petits français non non, je pense qu'ils font plus attention à ça. Il faut arrêter d'être alarmiste, il ne faut pas abuser de la restauration trop grasse.

**Et vous fréquentez quoi comme type de *fast food* ?**

Oh moi j'adore, je me fais toujours livré, les chinois, les japonais, et tout. En tant que consommateurs j'adore !! Je trouve ça trop bien, ça arrive vite c'est conviviale. Après je fais souvent des gastros avec des potes mais je préfère me faire livrer que de faire à manger. Je trouve que c'est cool de découvrir des nouveaux *packaging*, les boîtes, les nouvelles poches !

**Est-ce que vous trouvez que le bien manger ça a impacté les clients sur le choix des menus ?**

Qui c'est qui a fait cette question, c'est vous ?? (rire) je la comprends pas... Ah si j'ai compris, par exemple je suis à *Macdo* est-ce que y en a qui ont plus choisi la salade que le hamburger ? C'est d'une grande hypocrisie ! Je pense qu'une plus grande partie dise oui je vais à *Macdo* pour la salade alors qu'en vrai t'es devant ta carte *Macdo* tu ne regardes même pas les salades. C'est surtout qu'en France on est tenu par notre histoire, je veux dire par rapport aux émissions que j'ai faites ce serait une offense de dire que je vais à *Macdo* ! C'est presque tabou ! Nous quand on est entre restaurateurs, y en a pas un qui avoue y être allé quoi, alors que le dimanche, le lendemain de cuites, ils y sont tous ! C'est un peu comme le sexe, entre ce que le mec dit et ce qu'il fait y a un écart (rire) !! Je pense que dans la parole oui le bien manger va jouer mais pas sur les actes, appart bien-sûr si c'est à cause d'une maladie, sinon c'est un choix de vie quoi. D'ailleurs, ceux-là, c'est un mode de vie carrément ! C'est un secteur qui n'existait pas avant, c'était des hippies, maintenant c'est à la mode de manger des pissenlits et le culte du corps !

**Est-ce que vous pensez que la campagne de publicité a un impact sur la population ?**

Euh oui forcément, après, je ne sais pas ce qui a fait plus bouger les gens là-dessus, moi je pense que tout le monde pense à la beauté du corps.

**Cela a un impact sur vous ?**

Non nous ce qui est bien pour nous c'est qu'il y a de plus en plus de gens qui adore la bouffe, c'est plus facile pour nous d'avoir une communauté, ils adorent mettre une belle photo sur les réseaux ! Et cette cible-là nous intéresse, nous on sait qu'on est tombé dans la bonne époque pour faire ce métier ! Avant il y a cinq ans on avait aucune page à gérer maintenant on en a... je sais plus.

**Est-ce que les personnes qui font appel à votre entreprise, sont plus axées au bien manger ? Ou ça n'a pas changé ?**

Euh nous nos clients oui, les gens qui font appel à nous pour leur comm' alors ils ne font pas n'importe quoi avec leur resto enfin je veux dire que ce n'est pas le kebab du coin quoi !

**L'évolution de la société a-t-elle eue un impact sur la restauration rapide ?**

Oui forcément le temps de travail qui augmente, les poses qui diminuent, c'est plus comme avant où tu avais une heure pour manger. Aujourd'hui c'est le stress continu, tu prends ton petit jus de carotte et t'y retournes ! Quand on y pense maintenant on a plus le temps et on ne prend plus le temps !

**D'après-vous est-ce que vous pensez que le bien manger a un avenir dans notre société ?**

Oui c'est une tendance, je pense qu'on va arriver dans deux trois ans ça sera le pic, il y a cinq ans c'était les produits locaux et puis dans cinq ans on parlera d'autres chose ! Je pense qu'une fois qu'on se sera bien privé, une époque de gourmandise peut revenir après ! Après une grosse époque de guerres, d'attentats et tout, il peut y avoir une époque de « vas-y on s'en fou » on fait ce qu'on veut ! Là le courant qu'on est nous là dans la restauration c'est le top ! Quand on est arrivé à Toulouse et qu'on te vendait des planches de charcuterie, des tapas comme un truc révolutionnaires, y a que des pakistanais dans les cuisines, c'est une

super époque ! Surtout à Toulouse il y a pleins de petit chef qui se démarque où tu peux manger pour 20 balles c'est super. Je pense que c'est une très bonne époque !

D'accord, merci d'avoir répondu à nos questions, bonne soirée à vous.

Avec plaisir.

Retranscription - Entretien avec une diététicienne

Date : 26.01.2017

À Saint-Jean

Durée : 38 minutes

**Interviewer** : Est-ce que vous pouvez me parler de votre parcours professionnel ?

**Interviewée** : Oui donc j'ai commencé par un DUT Génie Biologique option diététique. Donc un cursus de deux ans, ensuite j'ai fait une licence professionnelle Sécurité et Qualité dans l'alimentation et ensuite j'ai commencé mon premier emploi chez X Restauration en octobre 2012 dans une cuisine centrale qui faisait des repas pour la restauration scolaire et ensuite je suis arrivée dans une cuisine centrale qui faisait des repas pour la petite enfance.

**D'accord. Euh, X Restauration c'est une entreprise de quoi ?**

Alors X Restauration c'est une société de restauration collective, euh, alors, qui a des cuisines centrales et des agences en région. Donc les cuisines centrales ce sont nos unités de production qui nous appartiennent et elles sont sectorisées. Donc vous avez une cuisine centrale petite enfance, une cuisine centrale scolaire, une cuisine centrale personnes âgées et on prépare des repas qu'on livre en liaison froide donc avec des camions réfrigérés chez nos clients, et ce, dans toute la France. Et après les agences régionales ce sont des bureaux et il y a du personnel qui est embauché et qui travaille dans la cuisine du client. Voilà, donc il n'y a pas de cuisine centrale, c'est la cuisine de chaque client, soit c'est du personnel du client, soit du personnel d'X Restauration mais les repas sont préparés sur place.

**Ok d'accord. Alors, pour vous, la notion de bien manger c'est quoi ?**

Alors le bien manger, euh, pour moi, c'est une notion de manger équilibré. Donc faire trois repas par jours, donc le petit déjeuner, le déjeuner, le dîner, manger une assiette équilibrée avec tout ce dont l'organisme a besoin donc protéines, légumes, féculents, éventuellement entrée/dessert. Voilà pour moi c'est surtout la notion d'équilibre alimentaire, puis après y a la boisson aussi. Boire de l'eau, s'hydrater c'est important, hum voilà.

**D'accord. À l'inverse, pour vous c'est quoi la notion de malbouffe ?**

Et à l'inverse, malbouffe pour moi c'est manger que des produits gras, sucrés, ne pas manger équilibré à l'inverse. Euh... voilà, manger des choses faciles, toutes prêtes, donc voilà des plats cuisinés, déjà cuisinés achetés tout prêts qui sont fort salés. Euh ensuite, manger pas mal en restauration rapide, dans les *fast food*... Pour moi c'est ça la malbouffe.

**D'accord, merci. Comment définiriez-vous la restauration rapide ?**

Donc la restauration rapide pour moi c'est.... Ben tout est dans le terme, c'est manger quelque chose facile et rapide à manger, manger sur le coin d'une table, avec ses doigts, ben comme dans les *fast food*, euh... Voilà.

**Pensez-vous que bien manger et restauration rapide sont compatibles ?**

Alors euh, oui ! On voit déjà certaines choses, équilibrées, dans les *fast food*, comme la salade au *Macdo* mais c'est vrai que les gens qui vont au *fast food*, c'est pas pour prendre une salade en général. Donc c'est vrai que c'est difficile à associer dans la tête des gens, la restauration rapide avec le bien manger, mais en tous cas je sais que les *fast food* font tout pour proposer certains menus équilibrés quand même.

**C'est sûr oui, on ne va pas au *Macdo* pour une salade (rire).**

Oui (rire).

**D'après-vous, la notion de bien manger a-t-elle pris une place importante dans la société ?**

Euh... Oui, je pense que c'est partagé, euh, c'est partagé. Y en a effectivement qui sont très portés sur l'alimentation équilibrée, le sport, qui vont voir des diététiciennes ou des nutritionnistes, qui bouquinent, qui font des recherches là-dessus, euh, mais à contrario, il y a une partie de la société je pense qui ne s'y intéressent pas ou qui pensent ne pas avoir les moyens pour manger équilibré, euh, et qui ne prennent pas le temps non plus de s'y intéresser et voilà alors que pourtant manger équilibré c'est pas plus cher que la restauration rapide ou que les plats cuisinés. Même, les plats cuisinés c'est facilement cher en plus. Euh, voilà on peut aller se fournir de fruits et de légumes au marché, faire sa préparation soi-même, ça coûtera pas plus cher qu'autre chose. Mais c'est ce qu'il y a dans la tête des gens parfois. Donc c'est mitigé pour moi.

**Et du coup, est-ce que la restauration rapide c'est cher pour vous ou pas?**

Euh non, les plats cuisinés je pense que c'est cher, après je n'en achète pas donc c'est vrai que je...je... Mais je pense que c'est cher parce que forcément c'est un plat tout prêt il reste juste qu'à le réchauffer donc ils jouent dessus, ils jouent sur ça pour mettre un prix plus élevé. Par contre tout ce qui est *Macdo*, *KFC*, *Quick*, c'est pas forcément très cher. Pas forcément très cher, on peut s'en sortir avec un menu à 5 € chez *Macdo*. Donc c'est pas forcément cher non.

**D'accord, merci. Dans votre entreprise quels produits utilisez-vous afin d'introduire cette notion de bien manger ?**

Alors en collectivité on doit se baser sur la recommandation nutritionnelle, le GEMRCN, qui nous impose de respecter des fréquences d'apparition des plats, des fréquences minimales et maximales sur vingt repas successifs. Donc on doit mettre un minimum de fruits ; huit fruits de

saison sur vingt repas successifs par exemple, pour citer un critère à respecter et pleins d'autres. Donc, euh, avec ce tableau de fréquence on a des tableaux, enfin des menus, certifiés équilibrés. Après ça veut pas dire que je ne propose pas de temps en temps des cordons bleus, des pizzas en entrée, voilà, tant que je respecte les fréquences minimales et maximales imposées, ça m'empêche pas de mettre des produits plaisir, des crèmes desserts, des choses comme ça.

**D'accord, donc vous faites plaisir aux enfants aussi.**

Voilà, aussi, il s'agit de trouver le juste milieu entre, euh, la recommandation/réglementation, parce que c'est devenu obligatoire dans le milieu scolaire et, euh, le plaisir pour faire plaisir aux enfants.

**On parle souvent de la notion de santé dans les différentes formes de restauration, vous en tant que professionnelle, est-ce que vous pouvez nous en dire plus ?**

On parle souvent de la notion de santé. Euh oui, effectivement c'est important que cette notion revienne dans les différentes formes de restauration. Euh, je prends le cas pour la collectivité, on sait pas comment mangent les enfants le soir et le matin, si ils mangent, le matin voilà ils y en a qui prennent même pas de petit déjeuner, on sait pas trop comment ça se passe à la maison donc c'est vrai que c'est important que à midi on leur apporte un repas équilibré. Je parle surtout de la collectivité parce que c'est le secteur dans lequel j'exerce mais effectivement dans les autres secteurs de restauration c'est important aussi la notion de santé. Après c'est vrai qu'en restauration rapide, comme au restaurant ou ailleurs, c'est le consommateur qui choisit. Donc si il veut prendre une pizza et une pâtisserie en dessert voilà on ne pourra pas lui imposer un repas équilibré. Après voilà dans le menu du jour, quand des fois il y a des menus du jour qui sont proposés, peut-être, effectivement, en profiter pour que le menu du jour soit quand même équilibré. Je ne sais pas si c'est ce qui est mis en place aujourd'hui, mais ça pourrait être intéressant.

**Pour que les gens puissent manger au moins une fois par jour sainement quoi.**

Ben voilà, c'est important que les gens mangent à chaque repas équilibré mais bon si au moins la restauration rapide, collective, peut apporter cet équilibre c'est déjà ça de fait on va dire.

**C'est sûr oui. Pensez-vous que la restauration rapide a un impact sur la santé ?**

Oui bien-sûr, euh, forcément puisque, comme on disait toute à l'heure, si quand les gens vont manger aux *fast food* en général ils ne privilégient pas la salade donc tout ce qui est burger, alors burger à la base c'est quoi ? C'est un pain, un steak haché, un peu de salade, jusqu'ici ça va, mais c'est surtout la sauce qu'ils rajoutent dans les burgers qui va... qui est pas forcément... qui est grasse quoi, c'est un produit gras qui n'est pas forcément bon pour la santé, euh, avec les frites c'est pareil, on va pas les manger nature, on va prendre du ketchup, de la mayonnaise, donc c'est plus les choses qu'on rajoute pour accompagner le burger et les frites qui sont mauvaises et donc qui peuvent entraîner une obésité, un surpoids chez ces personnes qui mangent à une fréquence trop importante ce type de restauration. Donc voilà.

**Donc du coup, est-ce que vous pensez que la restauration rapide peut intégrer une alimentation saine et diététique ?**

Euh... Oui, ça ça reprend un peu ce que j'ai dit tout à l'euh, comme quoi ils proposaient déjà certains plats équilibrés avec des salades tout ça, euh, mais pas que ! Forcément, pour moi, la définition de *fast food*, enfin c'est pas des salades, *fast* c'est gras et *food*, c'est la nourriture grasse, donc forcément ils pourront pas bannir tous les burgers et les frites, les nuggets qu'ils proposent ou les kebab, j'en passe d'autres, voilà, il y aura des produits sains qui seront proposés mais il y aura forcément toujours des produits gras donc oui et non, ils pourront intégrer une alimentation saine et diététique mais pas que. Et ils ne pourront jamais imposer aux consommateurs de choisir...

**Ce sera jamais tout noir ou tout blanc quoi.**

Oui voilà.

**Pour vous, pourquoi est-il important d'introduire des produits plus sains et de qualité ?**

Après je reviens juste sur la question, peut-être que la restauration rapide c'est peut-être pas que les *fast food*, ça peut être les sandwicheries pour les étudiants tout ça, et par contre, là pour moi, euh, pour moi, là ils peuvent intégrer complètement une alimentation saine et diététique. Parce que les sandwiches si c'est bien fait, ben je veux dire c'est une bonne solution, après faut pas en manger non plus tous les jours mais un sandwich si y a pas trop de beurre, si y a pas trop de mayo, si c'est... enfin ça peut être équilibré, il peut y avoir une petite salade composée à côté, pareil qui peut être équilibrée. Non, dans ce type de *fast food* en sandwicherie, restauration rapide pour les étudiants, tout ça, je pense que c'est possible. Après moi ce que je disais juste avant, pour les *Macdo*, etc. je pense pas que ce sera possible que ce soit tout noir ou tout blanc.

**Du coup dans les boulangeries ce serait possible ?**

Dans les boulangeries euh oui ce serait possible, pour tout ce qui est sandwicheries, de proposer quand même des produits sains. Après y aura toujours des viennoiseries, des pâtisseries... C'est une boulangerie ! Et du coup, la question que vous avez posée c'est ?

**Pourquoi est-il important d'introduire des produits sains et de qualité ?**

Pour la santé, pour avoir une bonne santé, euh, pour pas être en carence, c'est important de manger varié, équilibré, de tout, parce que tous les produits sont importants, ils apportent tous des nutriments différents dont on a besoin donc faut pas manger... c'est pareil, il faut pas

manger que du gras, mais il faut pas manger non plus que des légumes verts, parce que dans les légumes verts il y a beaucoup d'eau, il y a des minéraux, des fibres, des vitamines, ok, mais il n'y a pas de protéines, y a pas, ou en quantité très faible, par exemple les protéines végétales dans les légumineuses, légumes secs, lentilles, mais c'est des protéines végétales, c'est pas comme les protéines animales, c'est en moins grande quantité, les féculents sont importants aussi pour les glucides, les sucres. C'est vrai que chaque aliment est important donc il ne faut pas en mettre de côté, euh, il faut manger de tout pour être en bonne santé. À ça, il faut associer l'équilibre alimentaire, enfin l'équilibre alimentaire, une bonne alimentation à une activité physique également. C'est important, c'est bien de bien manger mais c'est important pour l'organisme, pour la santé de faire du sport, une à deux fois par semaine, de prendre les escaliers au lieu de l'ascenseur, ça je pense que vous connaissez, vous entendez parler souvent dans les pubs « manger, bouger », voilà.

**En tant que diététicienne, vous, quelle est votre approche avec la restauration rapide ? À quelle fréquence vous vous y rendez ? Et vous êtes portée plus sur quelles enseignes ?**

Alors c'est vrai que pendant tout l'interview j'ai beaucoup parlé de, en plus je les ai cités, je me suis pas gênée, de *Macdo*, *KFC*, parce que c'est ces enseignes-là qui me venaient à l'esprit quand on parlait de restauration rapide, c'est pour ça que dans une des questions j'ai pensé aussi, qu'il y avait tout ce qui était sandwicheries, mais c'est vrai que moi, de suite c'est les *fast food* comme *Macdo* qui me viennent à l'esprit, et pour moi, la fréquence, en fait l'importance c'est de se faire plaisir et de manger équilibré mais tout en se faisant plaisir, donc par exemple une fois par semaine on peut aller manger quelque chose de « moins sains » on va dire ça comme ça, donc on peut aller manger au *fast food*, on peut aller manger au restaurant, une fois par semaine je trouve que c'est une bonne fréquence, euh, ou par exemple quand on fait ses courses une fois par semaine, d'acheter un produit « plaisir » par semaine. Une fois on va prendre du saucisson, la fois d'après on va prendre du chocolat, voilà, c'est important de ne pas s'interdire certains aliments, parce que c'est comme ça ; on va tenir un mois, deux mois, mais après il y aura une certaine frustration qui va s'installer et on va

craquer et on va aller manger limite tous les jours beaucoup plus que si on avait respecté la fréquence d'une fois par semaine. Voilà, alors peut-être pas la restauration rapide une fois par semaine mais un produit « plaisir » une fois par semaine et après le *fast food*, oui, une fois par semaine ou une fois tous les quinze jours. Pour moi, ça ne fait pas de mal

**Ok, pensez-vous que la publicité a un impact sur la population ?**

Oui je pense, parce qu'il y a, je pense que la télé, enfin la télé, la publicité c'est pas que à la télé mais déjà à la télé, je pense que y a beaucoup de gens qui regardent la télé et on voit quand même passer régulièrement les pubs, enfin des pubs de *fast food* mais toujours avec la petite phrase en dessous, euh, « Ne pas manger trop gras, trop sucré, trop salé » ou après des fois il y a des pubs avec le lien « manger, bouger », des rappels sur les fréquences de consommation de certains produits comme les produits laitiers, y a quand même pas mal de pubs autour de l'alimentation, donc je pense que ça a un impact, après en dehors de la télé, beh pareil, à la radio on entend, y a des pubs aussi à la radio, donc on entend des pubs là-dessus aussi et après en terme d'affiche par contre, je sais pas trop si il y en a beaucoup des affiches sur l'alimentation équilibrée en tout cas...

**Je sais pas, en tout cas ici oui ?**

Ah oui, non mais oui, mais dehors pour toucher un maximum de personnes. Tu ne vois pas forcément des affiches.

**Non c'est vrai.**

C'est pour ça que je pensais à la télé de suite, mais je pense effectivement que ça peut avoir un impact. Après il y a aussi internet mais là faut faire attention, parce qu'on voit de tout et n'importe quoi. Après nous en tant que restauration collective, effectivement, on a pas mal d'affiches sur, notamment la pyramide, la pyramide des aliments avec ce qu'il faut

consommer le plus souvent et plus on monte en haut de la pyramide et plus ce sont des produits qu'il faut consommer à une fréquence moindre ou avec modération, on a des affiches avec « Manger de saison », avec « Manger local », et/ou bio, enfin équilibré, c'est vrai qu'on a beaucoup d'affiches en restauration collective, qu'on met à disposition sur les restaurants scolaires qu'on livre.

**Et les parents ils sont contents de cette initiative des affiches ou ils ne les voient pas forcément ?**

Alors les parents, ils les voient pas forcément, par contre, on distribue des petits flyers qui reprennent les menus des deux mois à venir avec une légende, avec, donc on appose le logo français devant toutes les viandes et volailles qui sont françaises, c'est notre politique, donc la majorité le sont, même local pour certains, on a le logo avec les produits locaux, avec les produits bios, donc on a une légende qui permet de montrer les produits et les origines des produits qu'on utilise et il y a des conseils nutritionnels sur les petits flyers, il y a une recette de saison, voilà, élaborée par les diététiciennes de X Restauration, et une thématique à chaque numéro et des conseils nutritionnels. Donc ça ça touche les parents et c'est vrai que le livret il plaît bien, le livret il plaît. Ils sont très contents d'avoir ce petit document à disposition.

**Du coup on en a parlé de ça ?**

« Les campagnes du ministère de la santé... », effectivement oui ça rejoint la première question.

**Alors, pour vous, est ce que l'évolution de la société à un impact au niveau de la restauration rapide ?**

Euh... ça « est-ce que pour vous l'évolution de la société a un impact au niveau de la restauration rapide ? » euh donc ça reprend un peu ce dont on a parlé toute à l'euh, où je

disais que pour moi, c'est 50/50 même si il y a de plus en plus de publicités là-dessus, de préventions de faites, ben c'est encore assez partagé il y a une partie de la population en effet qui s'intéresse de très près à l'alimentation équilibrée. Ah par contre là c'est au niveau de la restauration rapide, moi je parlais dans autre chose... Beh pour moi y a autant de gens qui continuent, enfin, les gens ils continuent d'aller aux *fast food*, je trouve pas qu'il y ait moins de gens qui...

**Font pas attention à leur alimentation ?**

Non pour moi, voilà, ils continuent d'aller aux *fast food*, après voilà, comme on disait toute à l'euh, il y a davantage de gens quand ils vont dans les *fast food*, ils prennent peut-être la salade, la salade, on ne sait pas. Euh, on sait pas, moi en tout cas, je prends pas la salade quand je vais au *fast food* personnellement mais peut-être qu'il y a de plus en plus de gens vu que les restaurations rapides mettent de plus en plus de plats de ce type-là, peut-être qu'il y a de plus en plus de gens qui en prennent, malheureusement ça je ne sais pas trop.

**D'accord, pensez-vous que la prise de conscience écologique en général a eu un impact sur la manière de consommer des gens ?**

Euh, pareil, je dirais 50/50, donc effectivement il y a de plus en plus de gens je pense qui prennent, qui achètent leurs fruits et légumes selon la saison, qui les achètent dans les marchés, ou les cours des halles, des choses comme ça, et des fruits et des légumes qui sont de la région. Moi-même je me fournis dans une halle, de fruits et de légumes, voilà, qui essaient de faire travailler les producteurs locaux... Après ils y a beaucoup de gens qui achètent, c'était une mode aussi, le bio, euh, il y a beaucoup de gens qui sont portés sur le bio par rapport aux pesticides, ils préfèrent manger, consommer une alimentation bio, il y a de plus en plus de boutiques de produits bios qui ouvrent, par contre ça je pense que c'est de plus en plus fréquent, enfin que ça intéresse de plus en plus de monde, alors qu'en plus, pour moi après, je prends pas de produits bios donc je m'y connais pas plus que ça mais dans ma

tête le bio c'est plus cher justement, donc déjà dans un premier temps, la première étape c'est d'essayer de manger équilibré, après effectivement, si ils sont portés sur le bio, mais là encore on est sur des produits encore plus onéreux. Donc il y a de plus en plus de gens effectivement qui se disent écolos, après est-ce qu'ils le sont à 100 % ? Le terme est quand même assez large, qui mangent de plus en plus bio, mais je pense que c'est pareil, ça a eu un impact que sur une partie de la population.

**Ok, donc du coup vous vous ne consommez pas de bio ?**

Non, non, euh, après ça dépend si c'est du bio local, ça peut être intéressant, mais si c'est du bio qui vient de je ne sais où, les, comment dire, les critères, enfin les critères pour le bio ne sont pas les mêmes d'un pays à un autre donc le bio de je ne sais où, il n'est peut-être pas si bio que ça, c'est ce que je veux dire, ils ont pas les mêmes critères d'analyse du bio donc pour moi c'est pas intéressant, en plus il y a le voyage, du pays d'importation ? Exportation ? Enfin un des deux, ben c'est pas très développement durable au final. Donc des produits bios locaux c'est intéressant, des produits qui viennent de je ne sais où ça l'est moins. Après en général, ceux qui mangent bio normalement il faut également manger de saison donc en général, ils essaient de manger de saison et local, après il y a des produits, euh, le riz, le riz local jusqu'ici je ne connais pas... (rire)

**C'est sûr. Donc, on a presque fini. Pour vous le bien manger est-il l'avenir de la restauration rapide ?**

Non. Comme je disais toute à l'euh, ils vont peut-être mettre en place de nouveaux repas/produits dits « sains » mais je pense pas qu'il y aura plus que ça dans les restaurations rapides. Je pense pas qu'il y aura plus que des menus sains et équilibrés

**Donc ils vont introduire certains éléments mais pas...**

Je pense qu'ils vont de plus en plus développer une gamme pour ces consommateurs-là, vu qu'il y en a de plus en plus apparemment, mais je pense pas qu'ils vont, comme j'ai dit, rayer de la liste tous les produits plus gras, je pense pas... Après, on ne sait jamais de quoi l'avenir est fait donc on verra.

**D'accord, alors après cet entretien quelle serait pour vous la définition du terme bien manger ?  
Est-ce qu'il y aurait des termes à rajouter ou...?**

Euh... Après cet entretien... Euh, non moi je reste sur la définition que j'ai citée en début d'interview, le bien manger c'est manger effectivement équilibré, faire ses trois repas par jour, associer une activité physique à l'alimentation saine, et puis après effectivement, je n'en ai pas parlé mais on peut ajouter la notion de convivialité, parce que c'est vrai que c'est plus sympa de partager un repas, et on a plus envie de cuisiner quand c'est pour partager le repas avec d'autres personnes, on va faire plus attention à la notion, peut-être, d'équilibre, de bien cuisiner pour bien recevoir ou pour notre famille, après pour les personnes qui sont seules, c'est vrai qu'ils ont peut-être du coup la flemme de cuisiner, de bien cuisiner, donc ils vont faire appel à des produits de restauration rapide, de plats cuisinés, parce que voilà, ils sont tout seuls et ils ont pas l'envie, et ne prennent pas le temps de cuisiner.

**D'accord, ben merci beaucoup pour le temps que vous m'avez accordé.**

Avec plaisir.

## Annexe C - Guide d'entretien focus groupe

Thèmes	Focus groupe de cinq personnes (semi-professionnels)
Introduction	Prise de contact
Le bien manger et la malbouffe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?</li> <li>- Qu'est-ce que pour vous la notion de malbouffe ?</li> </ul>
Restauration rapide et bien manger	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouvez-vous me donner une définition de la restauration rapide ?</li> <li>- Pensez-vous que bien manger est compatible avec la restauration rapide ?</li> </ul>
Santé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pensez-vous que la restauration rapide impacte la santé ?</li> <li>- Pensez-vous qu'il existe des concepts de restauration qui sont basés sur la santé ?</li> </ul>
Amélioration de l'image de la restauration rapide et communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trouvez-vous que le bien manger a impacté les clients dans le choix de leur menu ?</li> <li>- Pensez-vous que les campagnes de publicité ont eu un impact sur vous ?</li> <li>- Mettez-vous en application les recommandations que les publicités nous donnent ?</li> <li>- Est-ce pour vous l'évolution de la société a un impact au niveau de la restauration rapide ?</li> </ul>
Conclusion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le bien manger est-il l'avenir de la restauration rapide ?</li> </ul>

## Annexe D - Retranscription focus groupe

Retranscription - Focus group

Date : 16.03.17

À Toulouse

Durée : 30 minutes

**Interviewer : Qu'est-ce que c'est pour vous la notion de bien manger ?**

Interviewé n° 1 : Alors moi je pense que la notion de bien manger, ça passe d'abord par manger équilibré.

Interviewé n° 2 : Moi je suis d'accord.

Interviewé n° 3 : Moi je pense qu'il y a plusieurs dimensions, il y a bien manger avec la qualité au niveau des produits, niveau de la provenance, au niveau bien sûr tout ce qui est équilibre, ça touche plusieurs domaines.

Interviewé n° 4 : Moi je pense aussi à la quantité parce que bon, c'est bien de bien manger mais bon il faut quand même avoir des quantités raisonnables.

Interviewé n° 5 : Le goût aussi ! L'apport énergétique que ça soit suffisant pour notre corps.

**Au contraire, qu'est-ce que c'est pour vous la notion de malbouffe ?**

Interviewé n° 1 : Je pense que c'est surtout quand on fait vraiment pas attention à ce qu'on mange, moi la notion qui est importante derrière la malbouffe, c'est l'idée de manger sans vraiment de préoccuper de ce qu'on mange, peu importe en fait. On mange sans se soucier de ce qu'on a dans l'assiette. On en profite, juste parce que c'est sucré ou gras mais pas vraiment en se disant c'est bien pour moi.

Interviewé n° 3 : Déséquilibré, toujours la même chose par exemple toujours des féculents, pas de variétés. On mange parce qu'il faut manger, pas par plaisir.

Interviewé n° 4 : *Macdo*, tout ce qui est *fast food*.

**Est-ce que d'après toi, il y a une notion de plaisir qui rentre en compte ?**

Interviewé n° 1 : Oui et non, c'est-à-dire que pour moi c'est de la malbouffe si on mange pour le plaisir sans se préoccuper du reste mais en même temps bien manger il y a aussi la notion de plaisir puisque du coup, le concept bien manger ça prend aussi en compte le plaisir et le côté je fais attention à ce que je mange. Alors que la malbouffe je ne fais pas du tout à ce que je mange, c'est plutôt le plaisir, la rapidité ou autre chose mais je ne fais pas attention sur le plan nutritionnel, santé...

**Pouvez-vous me donner une définition de la restauration rapide ?**

Interviewé n° 3 : *Macdo*, euh parce que quand on entend les étudiants ou les lycéens, ils disent « *on va se faire un DoMac* » et c'est là qu'on voit que *Macdo* a bien réussi parce que du coup cette phrase on l'entend partout, en fait *Macdo* c'est ce qui nous vient directement. Après il y a la notion du nomadisme, de manger en faisant autre chose donc pratique c'est super important.

Interviewé n° 4 : Bah après à la base j'aurais dit pareil *Macdo*, *Quick*, etc. Mais que je trouve que maintenant il y a de plus en plus de concept de restauration rapide, c'est-à-dire manger sur le pouce sans forcément s'asseoir mais ce n'est pas forcément un *Macdo* parfois c'est plus équilibré en plus pour pas cher, vite et pratique.

**Pensez-vous que bien manger c'est compatible avec la restauration rapide ?**

Interviewé n° 5 : Ouais fast good !

Interviewé n° 4 : Oui avec les préoccupations actuelles maintenant, il y a de plus en plus de personnes qui se préoccupent de ce qu'ils mangent. Du coup, ça ouvre plein de nouveaux concepts de restauration rapide, alors après bon parfois on peut dire oui mais manger une

salade au *Macdo*, c'est aussi équilibré, il y a toujours la tentation, en général les gens qui vont manger au *Macdo*, c'est pas pour manger une salade.

Personne n° 3 : Déjà, la salade du *Macdo* est plus calorique que les burgers donc au final ça sert à rien.

Interviewé n° 1 : Je suis assez d'accord avec ça, mon point de vue le *fast food* et le côté malbouffe bien manger c'est des choses qui sont séparés, je reviens sur ce qui a été dit, c'est manger sur le pouce du snack, c'est vrai qu'en général on a des concepts liés avec la malbouffe mais bien manger avec la restauration rapide ce n'est pas incompatible.

### **Vous avez déjà testé des concepts ?**

Interviewé n° 3 : Oui le wok, c'est plutôt pas mal.

Interviewé n° 4 : Tout ce qui est salad'bar, bar à soupe, faire son sandwich nous-même.

Interviewé n° 1 : Dans les sandwichs il y a des efforts qui sont faits chez certain avec des sandwichs un peu plus équilibré.

Interviewé n° 3 : Oui rien que de proposer en accompagnement de la salade déjà on va dire que c'est une petite évolution.

Interviewé n° 2 : On voit dans les boulangeries, maintenant. Ils proposent des sandwichs avec des produits de qualité.

### **Pensez-vous que la restauration rapide impacte la santé ?**

Interviewé n° 4 : Non, moi je ne pense pas, je pense les gens maintenant quand ils vont au *Macdo*, ils y vont pour le plaisir, ils savent très bien qu'ils ne vont pas bien manger surtout au *Macdo* donc euh ce qu'ils veulent vraiment faire attention ils vont au *Macdo*, une fois par mois et puis voilà. Je ne pense pas que ça soit la restauration rapide en elle-même qui impacte la santé parce que avec toute la communication actuelle qu'on fait, les gens ils savent ce qu'il faut faire pour bien manger et ils savent que si, ils ne mangent pas bien bah voilà quoi.

**Vous pensez du coup qu'il y a des concepts qui sont basés que sur la santé ?**

Interviewé n° 4 : Ah oui du coup, ils surfent sur la vague du bien manger, du sain et du *fast good*.

**Vous avez des exemples de marques ? Que vous avez essayé peut-être ?**

Interviewé n° 4 : Prêt à manger.

**Trouvez-vous que le bien manger a impacté les clients sur le choix de leurs menus ?**

Interviewé n° 3 : Bah *Macdo* ils ont fait les salades pour les femmes à la base.

Interviewé n° 4 : Moi je pense oui, surtout que maintenant les entreprises importantes de la restauration rapide, ils mettent les valeurs nutritionnelles sur les emballages. Et puis, oui par exemple les femmes souvent elles vont au *Macdo* avec leurs enfants pour faire plaisir mais elles n'ont pas forcément envie donc elles font attention dans leurs choix.

Interviewé n° 1 : Je pense aussi qu'avec toute la communication qui a été faite, le PNNS tout ça, c'est vrai que les gens sont de plus en plus conscient de l'implication de ce qu'ils mangent, que ça pouvait l'être auparavant, il y a 30 ans ou 40 ans et du coup maintenant ils font de plus en plus attention et les restaurateurs proposent des choses qu'ils n'auraient pas proposées avant, c'est vrai que les gens se penchent parfois par ces options nouvelles. Donc il y a eu une sensibilisation.

Interviewé n° 4 : Après c'est une mode aussi, les restaurateurs sont obligés de rester à la page, ils n'ont pas le choix pour attirer de nouveaux clients, ils sont donc obligés de proposer de nouvelles offres parce qu'actuellement avec toutes les modes, les tendances de *fast good*, sans gluten, végétarien ou végan, tout ça, ça touche une partie de la population.

**Est-ce que les campagnes publicitaires ont influencé les restaurateurs ou vous-mêmes ?**

Interviewé n° 1 : Personnellement on en mange tellement depuis qu'on est né, que je suis même pas sûre qu'on puisse parler d'un avant pour notre génération, c'est-à-dire que ça a toujours existé pour nous. On a toujours eu « *manger des fruits et légumes* » enfin voilà tous les trucs qu'on nous balance.

Interviewé n° 5 : C'est vrai que culturellement, on est un peu porté par ça justement.

**Est-ce que vous les mettez en application toutes ces pubs ?**

Interviewé n° 5 : Bah moi personnellement, j'ai toujours appris à manger des légumes, un peu de viande donc équilibré, je mange rarement tout ce qui est *fast food* et après j'ai remarqué j'ai des amis qui préfèrent s'acheter ou se commander une pizza, des pâtes ou alors ils mangent des steaks, pâtes, des nuggets, ils font que ça tout le temps alors je pense ça dépend de l'éducation.

Interviewé n° 1 : Après même chez les gens qui mangent mal, il y a une conscience, c'est-à-dire qu'ils savent qu'ils mangent mal, ils mangent pas mal par méconnaissance c'est-à-dire ils vont pas cuisiner, c'est plus je m'en fiche c'est pas grave donc ils le font consciemment.

**Est-ce que vous pensez que l'évolution de notre société a eu un impact sur la restauration rapide ?**

Interviewé n° 1 : J'irais plus loin, je pense que c'est l'inverse, la restauration rapide a commencé à arriver avec l'évolution de notre société, c'est-à-dire qu'on est dans une société où tout doit aller très vite, on a au mieux 45 minutes pour la pause du déjeuner et on veut pas perdre de temps, du coup ça a entraîné l'augmentation des *fast food*.

Interviewé n° 3 : Après, avec l'évolution de la société c'est la restauration qui s'est adaptée aux consommateurs.

**D'après vous, le bien manger représente l'avenir de la restauration rapide ?**

Interviewé n° 4 : Oui le bien manger, c'est une tendance, ça s'est développé avec la tendance mais après je pense que ça va quand même perdurer par obligation, je pense pas qu'on va revenir à comme c'était avant donc peut être de nouveaux concepts vont être créés mais pas pour revenir à la restauration rapide d'avant.

Interviewé n° 5 : Et puis même la génération Z ils sont préoccupés par l'environnement donc ils vont privilégier, tout ce qui est produits locaux.

Interviewé n° 3 : Il y a aussi la dimension sociétale, le fait d'être locavore, je pense que ça va continuer, toutes les générations futures elles sont toutes à fond dessus, par contre tout ce qui est sans gluten je ne suis pas sûre que cela perdure.

Interviewé n° 1 : Bah moi je suis assez d'accord avec tout ce que vous avez dit mais je rajouterai un petit détail, sur le fait que même si on va aller sur du bien manger, je pense pas qu'on va voir totalement disparaître une restauration déséquilibrée et malbouffe, qui restera plus centrée sur ce qu'elle est aujourd'hui c'est-à-dire vraiment sur l'idée plaisir, je mange mal tant pis on en profite un peu avec mes amis.

**Merci, pour votre participation à toutes et à tous.**

## Annexe E - Grille d'analyse du focus groupe

Thèmes	Synthèse
Le bien manger et la malbouffe	<p>Bien manger :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- « C'est manger équilibré »</li> <li>- « Cela touche plusieurs domaines : la qualité du produit, la provenance, l'équilibre »</li> <li>- « Il faut manger en quantité raisonnable »</li> <li>- « Le goût est important ainsi que l'apport énergétique »</li> </ul> <p>Malbouffe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- « Quand on ne fait pas attention à ce que l'on mange »</li> <li>- « Manger sans se préoccuper de ce qu'on mange »</li> <li>- « On profite parce que c'est sucré ou gras »</li> <li>- « Déséquilibré »</li> <li>- « Produits non variés »</li> <li>- « Tout ce qui est <i>fast food</i> comme <i>Macdo</i> »</li> </ul>
Restauration rapide et bien manger	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « <i>Macdo</i> c'est ce qui nous vient directement »</li> <li>- « Il y a de plus en plus de nouveaux concepts de restauration rapide »</li> <li>- « Produits de plus en plus équilibrés »</li> <li>- « <i>Fast good</i> »</li> <li>- « De plus en plus de personnes qui se préoccupent de ce qu'ils mangent »</li> </ul>
Santé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « La restauration rapide est compatible avec le bien manger : <i>fast good</i> »</li> <li>- « Je ne pense pas que la restauration a impacté la santé, quand on va au <i>Macdo</i> c'est pour le plaisir, on sait que l'on ne va pas bien manger »</li> <li>- « Il y a de nouveaux concepts qui surfent sur la vague du bien manger, du sain et du <i>fast good</i> »</li> <li>- « <i>Macdo</i> a fait des salades pour les femmes »</li> </ul>

<p><b>Amélioration de l'image de la restauration rapide - communication</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Avec toutes les publicités les gens savent ce qu'il faut faire pour bien manger »</li> <li>- « Les entreprises de restauration rapide mettent désormais les valeurs nutritionnelles sur les emballages »</li> <li>- « Avec toute la communication qui a été faite comme le PNNS, les gens sont de plus en plus conscient de ce qu'ils mangent »</li> <li>- « Les restaurateurs proposent des produits qu'ils n'auraient pas proposés avant »</li> <li>- « Il y a eu une sensibilisation »</li> <li>- « C'est une mode : tendance sans gluten, <i>fast good</i>, végétarien et végan »</li> <li>- « Les publicités n'ont pas trop impacté notre façon de manger puisqu'on a été habitué à manger des fruits et légumes depuis tout petits »</li> <li>- « Les gens qui mangent le font en toute conscience »</li> <li>- « La restauration rapide est arrivée avec l'évolution de notre société »</li> </ul>
<p><b>Conclusion</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Le bien manger représente l'avenir de la restauration rapide, c'est une tendance »</li> <li>- « Je pense que le bien manger va être de plus en plus pris en compte car on va revenir comme c'était avant »</li> <li>- « On va privilégier tout ce qui est produits locaux »</li> <li>- « Il y une dimension sociétale : le fait d'être locavore »</li> <li>- « Je ne pense pas que tout ce qui est sans gluten perdure »</li> <li>- « Je ne pense pas que l'on va voir totalement disparaître une restauration déséquilibrée et la malbouffe »</li> </ul>

## Annexe F - Questionnaire micro-trottoir

1. Qu'est-ce qu'est pour vous la restauration rapide ? (En 3 mots)
2. Qu'est-ce que pour vous la notion bien manger ? (En 3 mots)
3. D'après vous bien manger et restauration rapide sont compatibles ?
4. Combien de fois par semaine/mois allez-vous manger dans un *fast food* ?

## Annexe G - Retranscription micros-trottoirs

Interviewés	Qu'est que pour vous la restauration rapide ?	Qu'est-ce que pour vous la notion bien manger ?	D'après-vous bien manger et restauration rapide sont-ils compatibles ?	Combien de fois par semaine/mois allez-vous manger dans un <i>fast food</i> ?
Interviewé n°1	Service rapide, accessible	Manger sainement	Oui	1 à 2 fois par semaine
Interviewé n°2	Alimentation rapide, permet de dépanner, entre amies	Repas équilibré, varié, produit locaux	Non	1 fois par semaine
Interviewé n°3	Une seule chose à manger, en moins de 5 minutes	Fruits et légumes, produits frais, manger équilibré	Non	Moins d'une fois par semaine
Interviewé n°4	Manger rapidement, mal, peu	Pas manger trop gras, trop sucré, trop salé. Fruits et légumes	Oui	1 fois par semaine
Interviewé n°5	Manger rapidement, se servir soi-même, sans attendre des produits de qualités	Aliments avec du gout, légumes frais, de qualité, produits seins	Non	Jamais
Interviewé n°6	Manger des choses simples, facile à emporter, pour des gens pressés	Avec les nutriments nécessaires, en quantité suffisante.	Oui	Jamais
Interviewé n°7	Pour les gens pressés, ceux qui travaillent	Plats préparé avec soins, avec des ingrédients qui ont du gout, en prenant le temps de manger	Non	Jamais
Interviewé n°8	hamburger, manger avec les doigts, rapidement, pas cher	Manger bon et équilibrer	Non	1 fois par semaine
Interviewé n°9	Prise de repas rapide	Manger équilibré, des produits sains pour notre corps	Oui	1 fois par semaine
Interviewé n°10		Prendre du plaisir, avec des	Oui	3 fois par semaine

LE BIEN MANGER DANS LA RESTAURATION RAPIDE

	Manger vite, debout	amies, des produits de qualité, du terroir		
<b>Interviewé n°11</b>	Manger vite et simple	Faire attention à ce qu'on mange, manger équilibré, faire en fonction de sa maladie	Oui	1 fois par semaine
<b>Interviewé n°12</b>	Malbouffe	Équilibré, gérer les quantités	Oui	3 fois par mois
<b>Interviewé n°13</b>	20 minutes maximum	Légumes, fruits, eau	Oui	20 fois par mois
<b>Interviewé n°14</b>	Disponible, bon, calorique	Quantité, goût, plaisir	À voir	1 fois par semaine
<b>Interviewé n°15</b>	Hamburger, kebab, gras	Saveur, fraîcheur, quantité	Oui	1 fois par semaine
<b>Interviewé n°16</b>	Bon, rapide, gras	Sain, équilibré, légumes	oui	1 à 2 fois par mois
<b>Interviewé n°17</b>	Sandwich, rapide, pas très bon	Belle table, bonne compagnie, qualité	Non	1 fois par mois environ
<b>Interviewé n°18</b>	Variété, rapide, manger	Quantité, qualité, bon rapport qualité/prix	Oui	1 fois par mois
<b>Interviewé n°19</b>	Gras, rapide, cher	Légumes, sain, vert	Oui	3 à 5 fois par mois
<b>Interviewé n°20</b>	Gras, bon, rapide	Qualité, bon produits, repas partagé en bonne compagnie	Oui	Plus de 15 fois par mois

## Table des tableaux

Tableau 1 - Les leaders de la restauration rapide en France. ....	16
Tableau 2 - Démographie des entreprises de la restauration entre 2009 et 2012. ....	17
Tableau 3 - Phases principales d'un entretien professionnel .....	42
Tableau 4 - Descriptif des entretiens professionnels .....	43
Tableau 5 - Profils des professionnels interviewés .....	48
Tableau 6 - Analyses qualitatives des professionnels.....	49
Tableau 7- Définition du fast casual / fast good .....	59
Tableau 8 - Validation des hypothèses.....	72

## Table des figures

Figure 1 - Nuage de mots sur la restauration rapide issu des micros-trottoirs .....	13
Figure 2 - Schéma représentant les fast food en France.....	15
Figure 3 - Les attentes des consommateurs en restauration rapide .....	18
Figure 4 - Graphique du CREDOC .....	29
Figure 5 - Nuage de mots sur les maladies alimentaires.....	32
Figure 6 - Réponses à la question 1 : qu'est-ce que pour vous la restauration rapide ?.....	46
Figure 7- Réponses à la question 2 : qu'est-ce que pour vous la notion de bien manger ?.....	47
Figure 8- La restauration rapide est-elle compatible avec le bien manger ? .....	47
Figure 9 - Fréquence de repas dans les fast food .....	48
Figure 10 - Sondage internet sur le bien manger .....	56
Figure 11 - Sondage internet restauration rapide .....	57
Figure 12 - Sondage internet sur la compatibilité entre bien manger et restauration rapide ...	58
Figure 13 - Phénomène du bien manger, effet de mode ou durable ? .....	58
Figure 14 - Influence de la publicité sur la consommation .....	59
Figure 15 - Consommation de fats casual : oui ou non? .....	60
Figure 16 - La restauration rapide impact-elle la santé ?.....	61
Figure 17 - Pourquoi privilégier le bien manger dans la restauration rapide ?.....	77
Figure 18 - Comment mettre en place le bien manger en restauration rapide ? .....	78

## Table des matières

Remerciements.....	4
SOMMAIRE.....	5
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PARTIE 1 : EXPLORONS LE SUJET .....	11
CHAPITRE 1 : Welcome to the fast food .....	11
1.1 Définition .....	11
1.2 La genèse.....	14
1.3 Qui sont les principaux acteurs ? .....	15
1.4 Comment va le marché actuel ?.....	16
1.4.1 Une petite constatation .....	17
1.4.2 Les tendances à la mode .....	18
1.5 Les scandales.....	22
CHAPITRE 2 : Bienvenue dans le monde du bien manger.....	24
2.1 Définition.....	24
2.2 Le phénomène du bien manger .....	24
1.1.1 Une idée de qualité des produits.....	24
2.2.1 Une idée de plaisir .....	25
2.2.2 Une idée d'ambiance.....	27
2.3 Un aspect santé.....	28
2.3.1 Une idée de diététique.....	29
2.3.2 Les maladies.....	31
2.4 Une idée de subjectivité .....	35
PARTIE 2 : MÉTHODOLOGIE ET ANALYSES DE L'ÉTUDE.....	38
CHAPITRE 1 : Et si on allait faire un tour sur le terrain ? Oui, mais comment ? .....	38
1.1 D'abord, établissons des hypothèses.....	38
1.2 Ensuite, allons à l'exploration de notre société .....	40

1.2.1 Rencontre sur un micro-trottoir .....	41
1.2.2 Rencontre dans un restaurant .....	41
1.2.3 Rencontre autour d'une table.....	44
1.2.4 Rencontre sur le net .....	45
CHAPITRE 2 : Mais que veut dire tout ça ? .....	46
2.1 Dissection des micros-trottoirs .....	46
2.2 Analyse qualitative .....	48
2.2.1 Profils des professionnels.....	48
2.2.2 Tableau d'analyses qualitatives des professionnels .....	49
2.2.3 Analyse verticale des entretiens : .....	54
2.3 Analyse quantitative du net.....	56
PARTIE 3 : LES RÉSULTATS.....	63
CHAPITRE 1 : Alors ces hypothèses, vraies ou fausses ? .....	63
CHAPITRE 2 : Et si on répondait à notre problématique ? .....	73
CHAPITRE 3 : Y a-t-il des limites ou critiques ? .....	75
CHAPITRE 4 : Nos suggestions pour être au top.....	77
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	79
Bibliographie .....	81
Table des annexes .....	86
Annexes.....	87
Table des tableaux.....	163
Table des figures.....	164
Table des matières .....	165
Résumé.....	167

## Résumé

La restauration rapide est connue pour ses hamburgers trop gras et ses sodas trop sucrés. L'arrivée du géant américain *MacDonald's* en France n'a pas arrangé l'image de cette restauration qui continue à avoir un impact sur la santé des consommateurs français. Les consommateurs en ont ras-le-bol de cette malbouffe, ils ne veulent plus se nourrir de produits transformés et non qualitatifs. C'est pourquoi, la restauration rapide rentre désormais dans une nouvelle ère avec la tendance du bien manger. Pour répondre aux attentes des consommateurs, les professionnels de la restauration rapide proposent de nouveaux concepts comme le *fast casual* et le *fast good* avec des produits sains et de qualité. Nous avons voulu approfondir sur cette tendance et également les enjeux qu'elle aura sur le marché de la restauration rapide.

Mots clés : bien manger - *fast casual* - *fast good* – malbouffe - restauration rapide -*fast food* »  
- tendance - produits sains – qualité - pas cher- *MacDonald's*.

### Summary : the well eating in fastfood

The fast food industry is famous for its too greasy hamburgers and its too sugary drinks. Since the arrival of *MacDonald's* in France, the image of the fast food industry has gotten worse and worse and especially its impact on the health of the French consumer. They don't want to eat junk food anymore, they are boycotting processed and non-qualitative food. This is the reason why fast food is entering a new era with a tendency towards "the well eating". To meet consumer's expectations, fast food industrials are offering new concepts such as fast casual and fast good with healthy and quality produces. We have wanted to focus on this tendency and also on its consequences on the fast food industry.

Keywords : eat healthy - fast good - fast casual - junk food - fast food industry – tendency - healthy products - quality products - not expensive – *McDonald's*.