# BIBLIOMER

**Veille bibliographique et réglementaire à l'intention des professionnels de la filière produits de la mer**

Bibliomer n° **: 5 – Mars 1999**
Thème : **5 – Consommation et marchés** Sous-thème : **5 – 3 Economie et consommation**
Notice n° : **1999-0477**

**S'adapter pour conquérir le marché de la RHD**
**Gattegno I.**
RIA, 1998, décembre, n° 586, p. 30-31

## ● Résumé

La restauration hors domicile, ou RHD, représente un marché de près de 7 milliards de repas par an pour moitié en restauration collective (cantines, restaurants d'entreprise, maisons de retraite, hôpitaux …) et en restauration commerciale (restaurants, self-services, fast-foods …). En 1997, les achats alimentaires de ce secteur se sont élevés à 100 milliards de francs, mais les opérateurs désireux de s'implanter en RHD doivent bien connaître les spécificités de ce marché. Le mode de fonctionnement des sociétés de restauration collective, qui constituent moins de 30% du secteur s'apparente à celui des GMS (Grandes et Moyennes Surfaces), avec un rôle prédominant des centrales d'achat. Cependant, la plus grosse partie du secteur, dite autogérée, ne dispose pas encore de structures de groupement d'achat.

Les industries alimentaires ont une carte à jouer pour répondre à la demande croissante en produits pré-cuisinés permettant aux restaurateurs de gagner du temps tout en respectant les normes d'hygiène en vigueur. En particulier, la RHD est très demandeuse en produits réchauffables et portionnables, avec des spécifications techniques très précises qui exigent un dialogue étroit entre l'industriel et le restaurateur. Il faut noter que les nouveaux produits développés pour la RHD se retrouvent souvent peu après en GMS, comme les steaks hachés, les préparations panées ou les desserts lactés.