

ÉTUDE JOKO

# Restauration : où et comment les Français consomment-ils en 2024 ?

# Méthodologie et périmètre : Une étude basée sur l'analyse des transactions bancaires



## Un panel de 700k personnes

Accès en temps réel à l'ensemble des transactions bancaires des utilisateurs qui ont connecté leur compte bancaire à l'app Joko.



## Une population âgée de 18 à 64 ans...

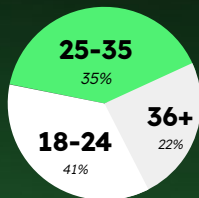
Accès aux données démographiques (âge et sexe) lors de l'inscription sur Joko.



## ...Et représentative de la population française

La donnée analysée est débiaisée pour rendre le panel représentatif de la population française en termes d'âge et de sexe.

2023-12-21	AMAZON PAIEMENT CARTE 21022022 75****	-€33.92
2023-12-28	NETFLIX FACTURE DU COMPTE 20220228	-€6.99
2024-02-24	BOULANGERIE CHEMIN VERT MME XX SARL	-€11.92
2024-02-24	X9016 AROMA ZONE CB **467	-€19.43
2024-02-25	ACHAT CARREFOUR 2074 - LILLE	-€74.92



65%



35%

## FAST FOOD



## SERVICE À TABLE



## CAFÉS & SANDWICHS



6 SECTEURS  
DE LA  
RESTAURATIO  
N ANALYSÉS

## HEALTHY



## SUSHIS & POKÉS

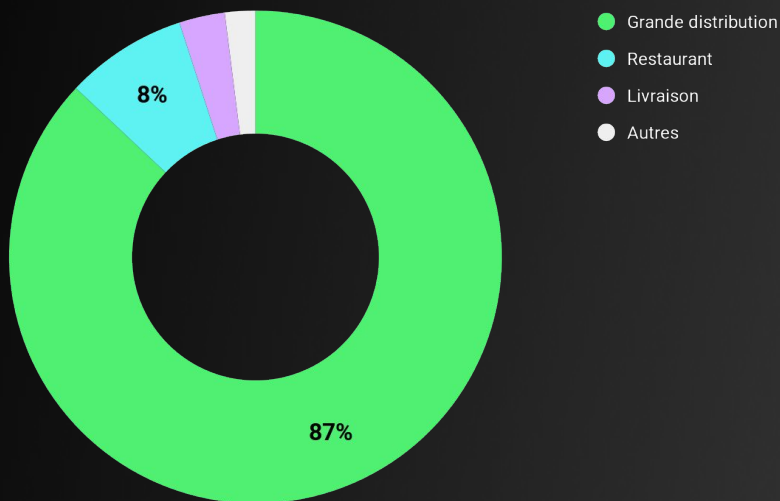


## PIZZAS



# Les Français allouent **8% de leur budget alimentation** dans les restaurants en 2024

## TAUX DE NOURRITURE ALIMENTATION EN 2024



## PANIER MOYEN

# 19€

Dépenses en restaurant en moyenne par transaction en 2024 (+1€ vs. 2023).

## FRÉQUENCE D'ACHAT

# x4,6

Achats réalisés en restaurant en moyenne en 2024 (+0,1 vs. 2023)

# Un segment clé pour la restauration : les clients de 36-45 ans sont ceux qui se rendent et dépensent le plus au restaurant en 2024

## FRÉQUENCES D'ACHAT ET MONTANTS DÉPENSÉS EN 2024

18-26	4,5	...achats par personne sur la dernière année pour un total annuel de...	72€
27-35	4,3		81€
36-45	4,7		95€
46+	4,6		87€

# Cette tranche d'âge est celle dont la fréquentation augmente le plus en 2024

## FRÉQUENCE D'ACHAT RESTAURATION PAR TRANCHE D'ÂGE EN 2024

Comparaison avec 2023

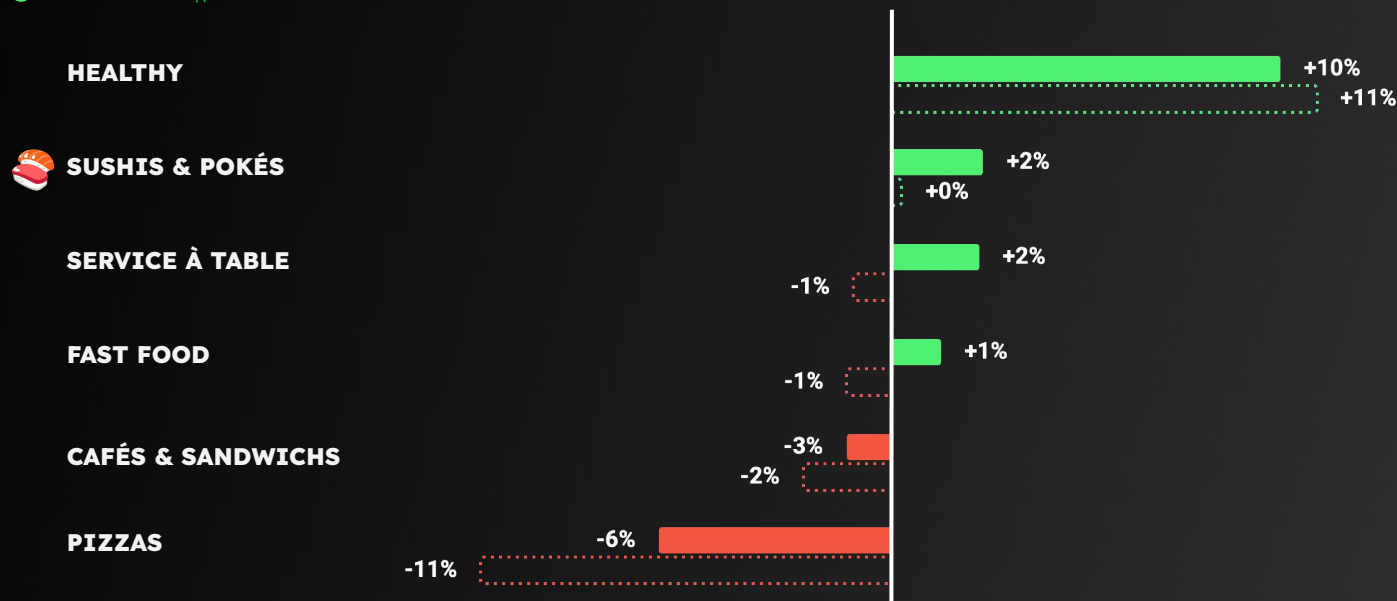


# Manger mieux, la nouvelle norme : en 2024, la restauration healthy séduit toujours plus de Français et affiche +10% de croissance

ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR ET EN VOLUME DES SECTEURS DE LA RESTAURATION, ENTRE 2023 ET 2024

● En valeur

○ En volume



\*Grille de lecture : Les ventes des enseignes "healthy" ont augmenté de 10% en 2024 et le nombre de commandes s'est accru de 11% par rapport à 2023.

# LE MARCHÉ DU FAST FOOD

EN 2024



Enseignes étudiées



PARTS DE MARCHÉ

**80%**

+1 pt par rapport à 2023

PANIER MOYEN

**21€**

+1€ par rapport à 2023

FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

**6,6**

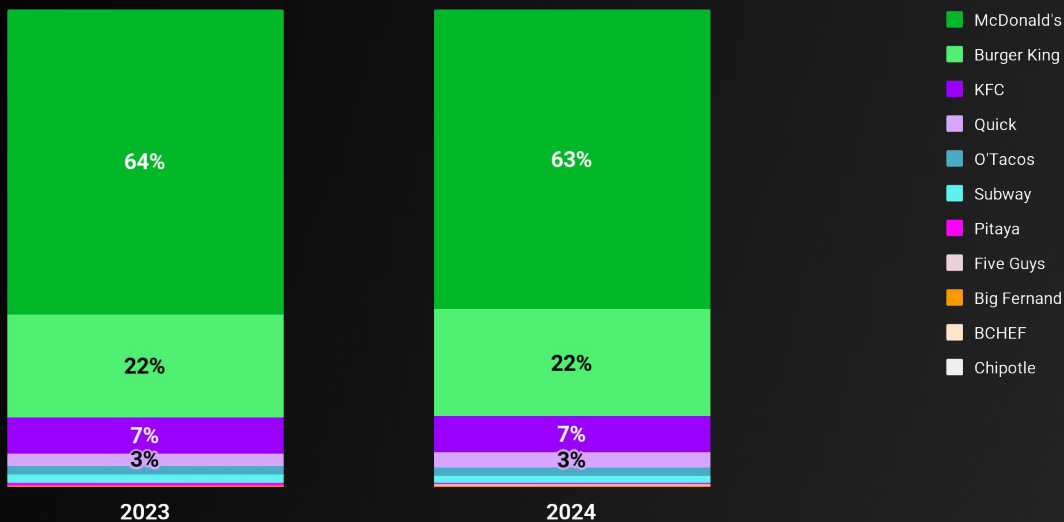
-0,1 par rapport à 2023



# McDonald's reste le leader incontesté du marché de la fast food avec 63% des parts de marché en 2024

Malgré une concurrence de plus en plus intense, McDonald's conserve son leadership sur le marché de la fast food et continue de renforcer son attractivité grâce à ses innovations produit et ses campagnes publicitaires impactantes.

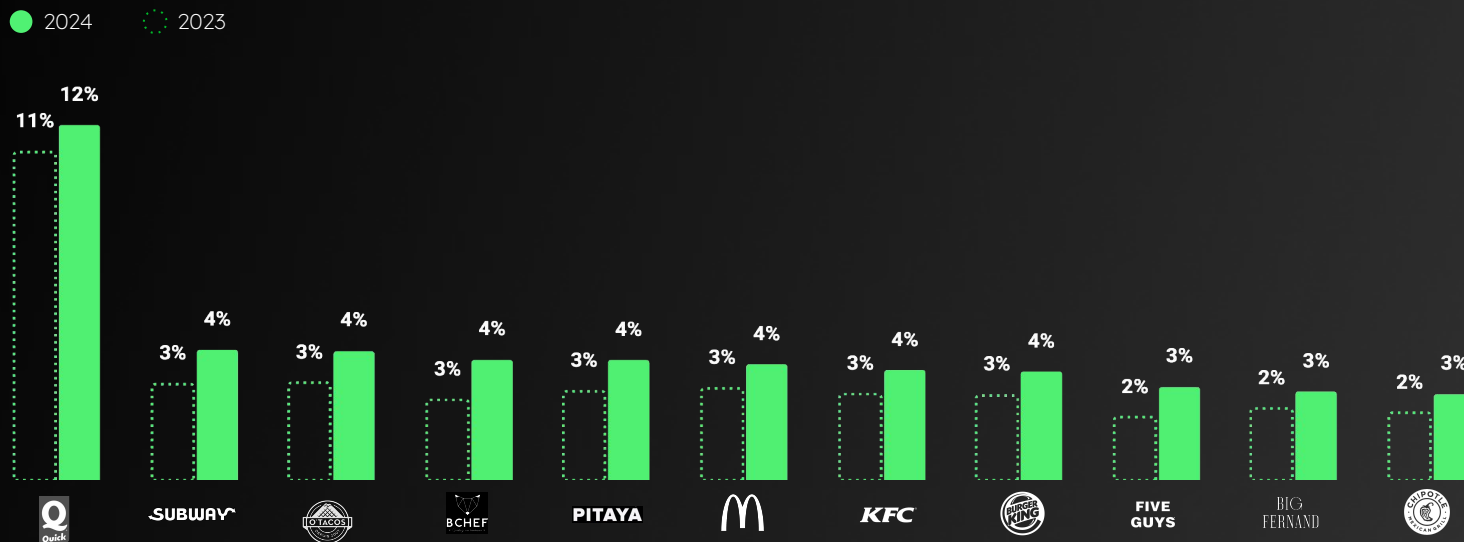
## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES ENSEIGNES FAST FOOD



# Quick, un retour gagnant : les clients de la concurrence augmentent leurs dépenses chez l'enseigne en 2024

Avec l'ouverture de 30 nouveaux restaurants, une stratégie de développement ambitieuse et une collaboration avec Tony Parker, Quick renforce sa visibilité et son attractivité, accélérant ainsi sa reconquête du marché en 2024.

## PART DU BUDGET FAST FOOD ALLOUÉE À QUICK PAR ENSEIGNE

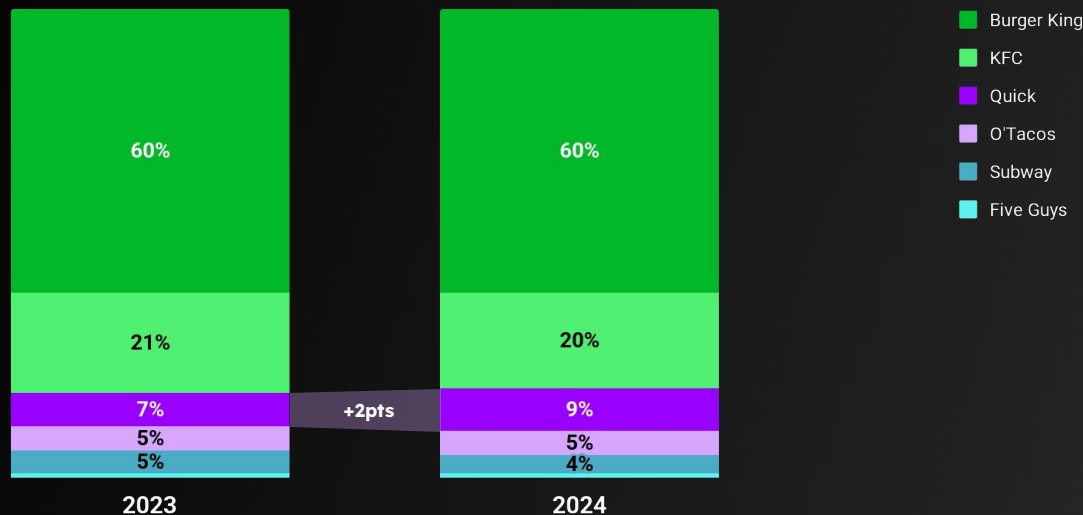


\*Grille de lecture : Les clients Subway allouent 4% de leur budget fast food à Quick en 2024, contre 3% en 2023.

# Les anciens clients McDonald's dépensent **2% de plus chez Quick** en 2024

Avec un menu renouvelé, l'introduction d'offres accessibles et l'ouverture de nouveaux restaurants, Quick renforce son attractivité et capte une part croissante du budget des anciens clients de McDonald's en 2024.

## RÉPARTITION DU BUDGET FAST FOOD DES CLIENTS MCDONALD'S DÉCROISSANTS\*



\*On considère un client McDonald's décroissant s'il n'a pas dépensé dans l'enseigne durant les 12 derniers mois.

# LE MARCHÉ DU SERVICE À TABLE

EN 2024



Enseignes étudiées



PARTS DE MARCHÉ

**11%**

ISO par rapport à 2023

PANIER MOYEN

**34€**

+1€ par rapport à 2023

FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

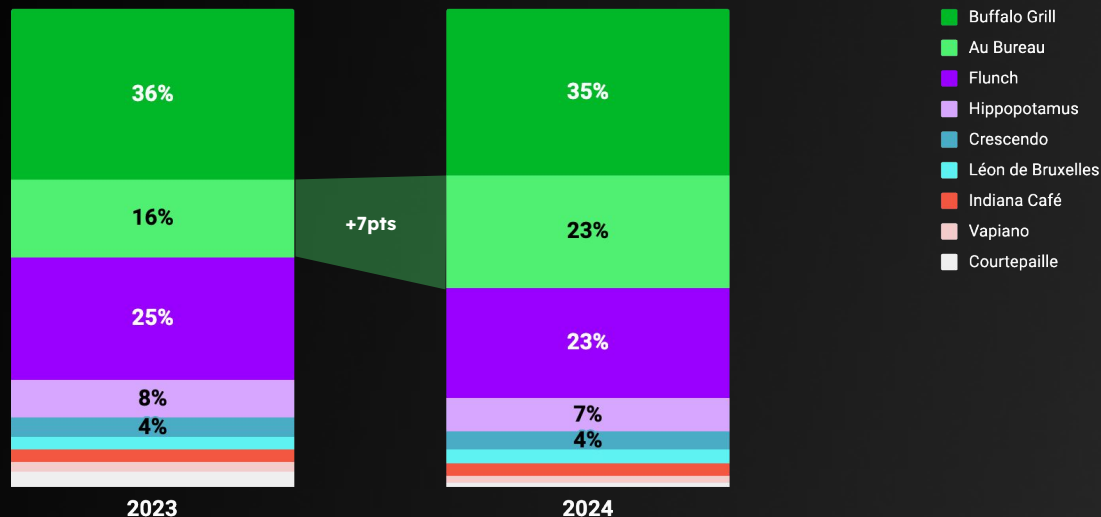
**2,1**

ISO par rapport à 2023

# Si Buffalo Grill domine, Au Bureau confirme sa belle progression en gagnant 7 points de part de marché en 2024

En 2024, l'enseigne Au Bureau a poursuivi son expansion dynamique en France en passant le cap des 200 points de vente. Cette croissance s'inscrit dans une stratégie visant à ouvrir une vingtaine de nouveaux restaurants chaque année.

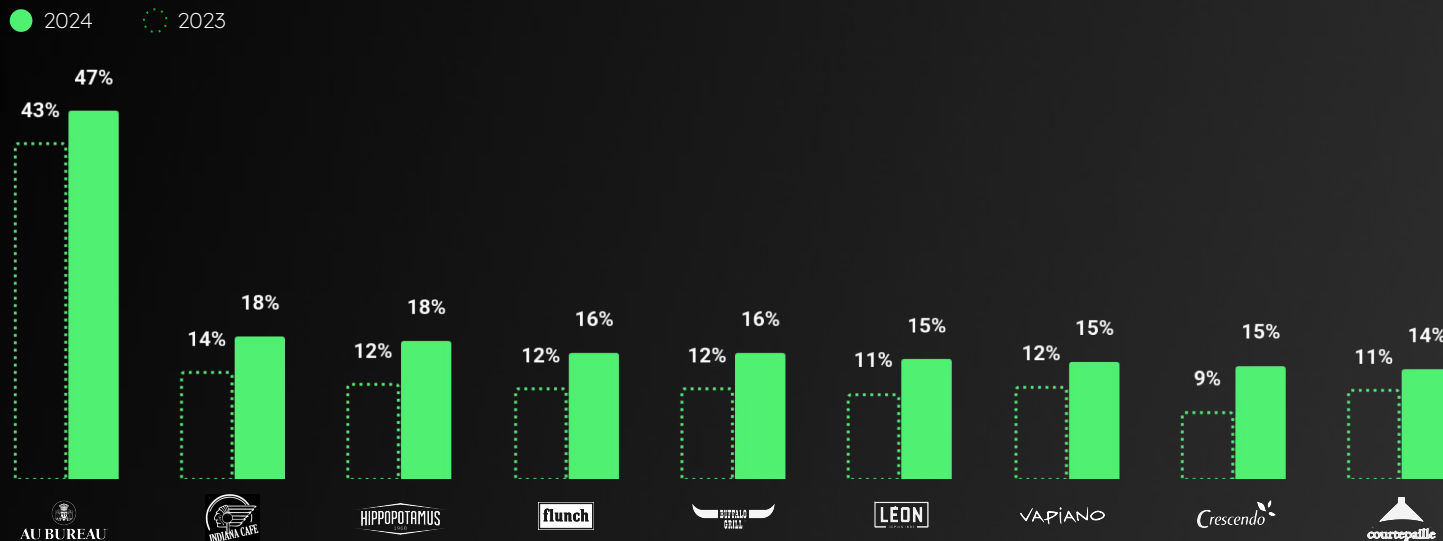
## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES ENSEIGNES "SERVICE À TABLE"



# Avec son concept de pub brasserie, **Au Bureau** séduit et capte une **part croissante du budget** des clients de la concurrence

Soutenu par une expansion rapide, Au Bureau séduit une clientèle toujours plus large en proposant une expérience authentique et conviviale.

## PART DU BUDGET “SERVICE À TABLE” ALLOUÉE À AU BUREAU PAR ENSEIGNE



\*Grille de lecture : Les clients d'Indiana Café allouent 18% de leur budget restauration à table à Au Bureau en 2024, contre 14% en 2023.

# LE MARCHÉ DES CAFÉS & SANDWICHS

EN 2024

## Enseignes étudiées



## PARTS DE MARCHÉ

4%

ISO par rapport à 2023

## PANIER MOYEN

11€

ISO par rapport à 2023

## FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

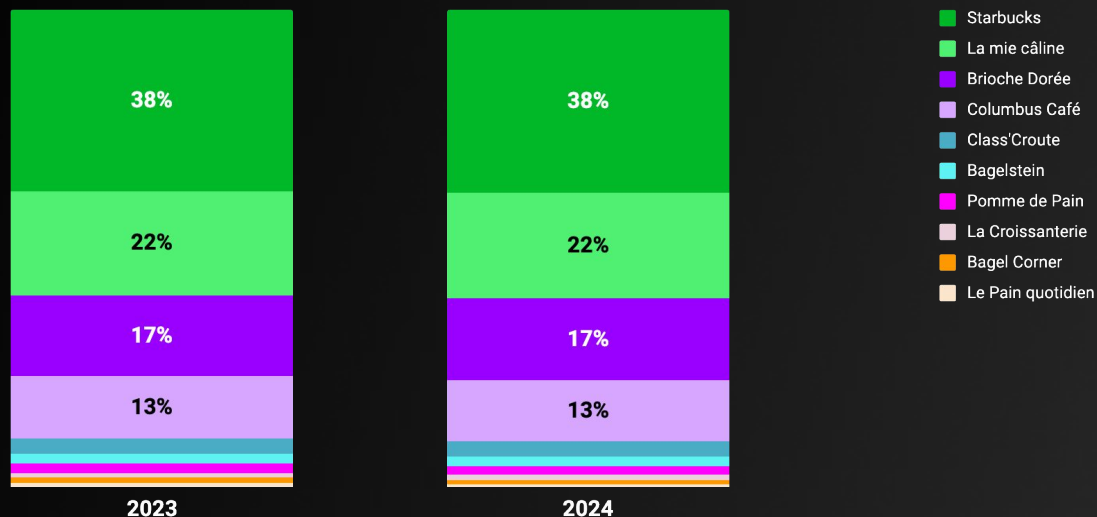
2,7

ISO par rapport à 2023

# Starbucks domine le secteur avec 38% des parts de marché depuis 2023

Malgré une croissance ralentie et des défis opérationnels, Starbucks maintient sa position dominante en France grâce à une expansion continue, notamment avec l'ouverture de nouveaux points de vente et de son premier drive à Creil (Oise).

## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES CAFÉS & SANDWICHS

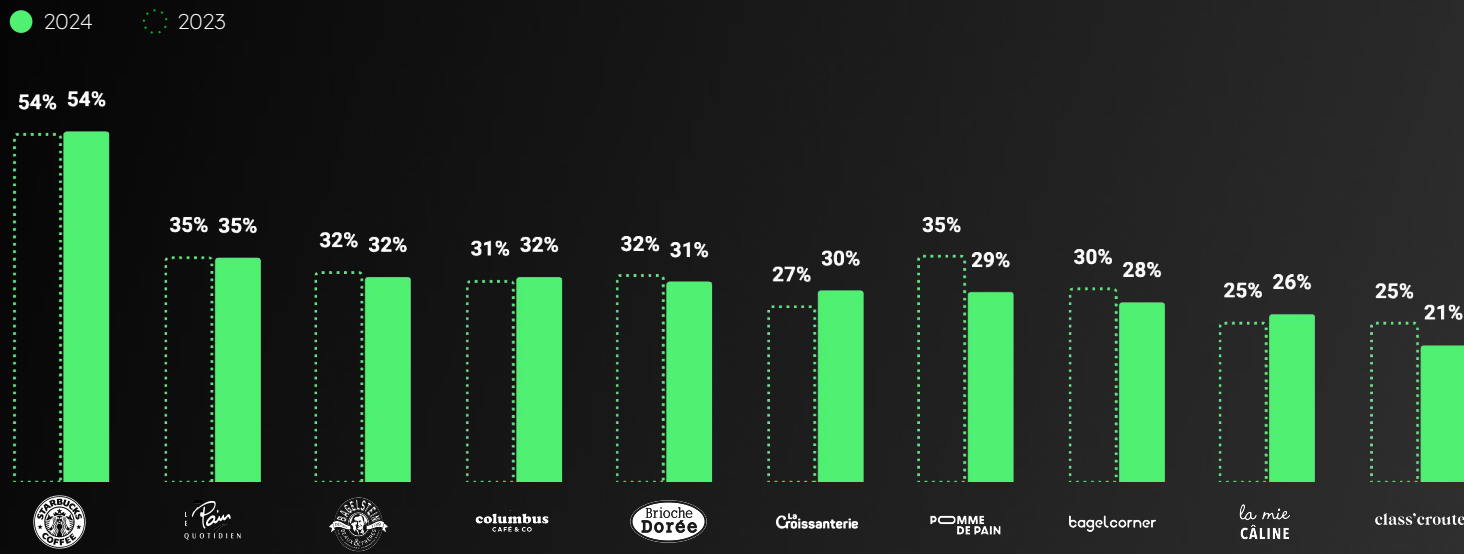




# Malgré sa domination, la part du budget alloué à Starbucks **stagne** voire **décroît** en 2024

La nomination de Brian Niccol en tant que nouveau PDG en septembre 2024 devrait marquer un tournant pour Starbucks, avec l'ambition de repenser sa stratégie et de relancer sa dynamique auprès des consommateurs.

## PART DU BUDGET CAFÉS & SANDWICHS ALLOUÉE À STARBUCKS PAR ENSEIGNE



\*Grille de lecture : Les clients de Pain Quotidien allouent 35% de leur budget cafés & sandwiches à Starbucks en 2024, comme en 2023.

# LE MARCHÉ DES PIZZAS

EN 2024

Enseignes étudiées



PARTS DE MARCHÉ

**4%**

ISO pt par rapport à 2023

PANIER MOYEN

**30€**

+2€ par rapport à 2023

FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

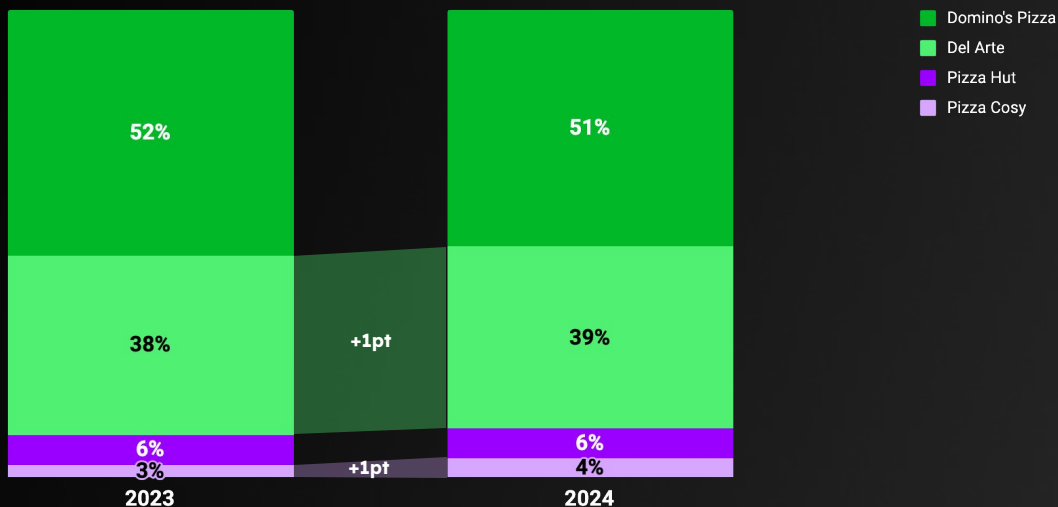
**2,3**

-0,1 par rapport à 2023

# Del Arte et Pizza Cosy gagnent du terrain en 2024 en gagnant respectivement 1 point de part de marché

En 2024, Del Arte et Pizza Cosy gagnent des parts de marché en s'adaptant aux nouvelles attentes des consommateurs : Del Arte séduit avec son positionnement familial et son offre diversifiée, tandis que Pizza Cosy attire une clientèle en quête de qualité et d'authenticité grâce à son image premium.

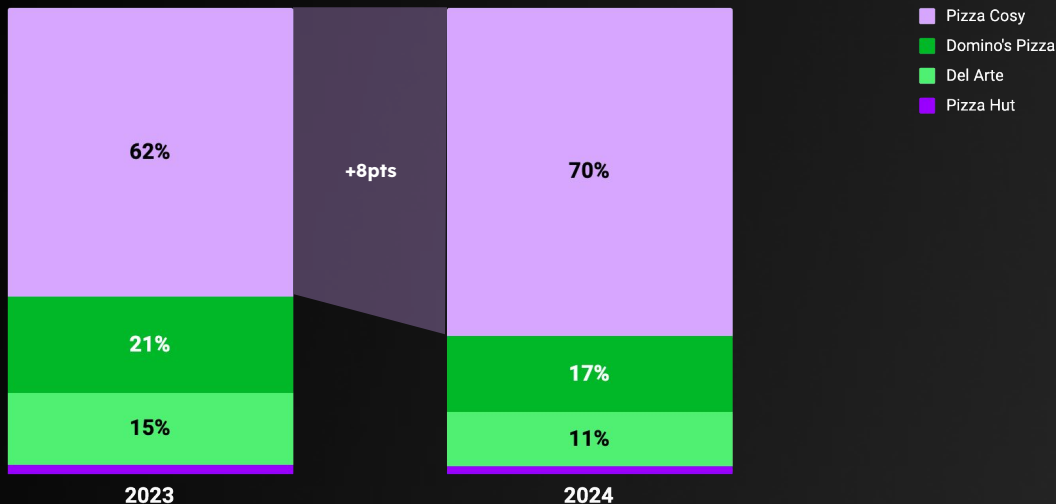
## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES ENSEIGNES PIZZAS



# Expansion rapide et nouvelle identité de marque : **une stratégie de fidélisation payante pour Pizza Cosy**

En 2024, Pizza Cosy accélère son expansion avec l'ouverture de nouveaux points de vente tout en affirmant son positionnement grâce à une nouvelle identité de marque plus moderne et engageante.

## RÉPARTITION DU BUDGET PIZZAS DES CLIENTS PIZZA COSY



\*Grille de lecture : Les clients de Pizza Cosy allouent 70% de leur budget pizzas à l'enseigne en 2024, contre 62% en 2023.

# LE MARCHÉ DES SUSHIS & POKÉS

EN 2024

Enseignes étudiées



PARTS DE MARCHÉ

1%

ISO pt par rapport à 2023

PANIER MOYEN

27€

ISO par rapport à 2023

FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

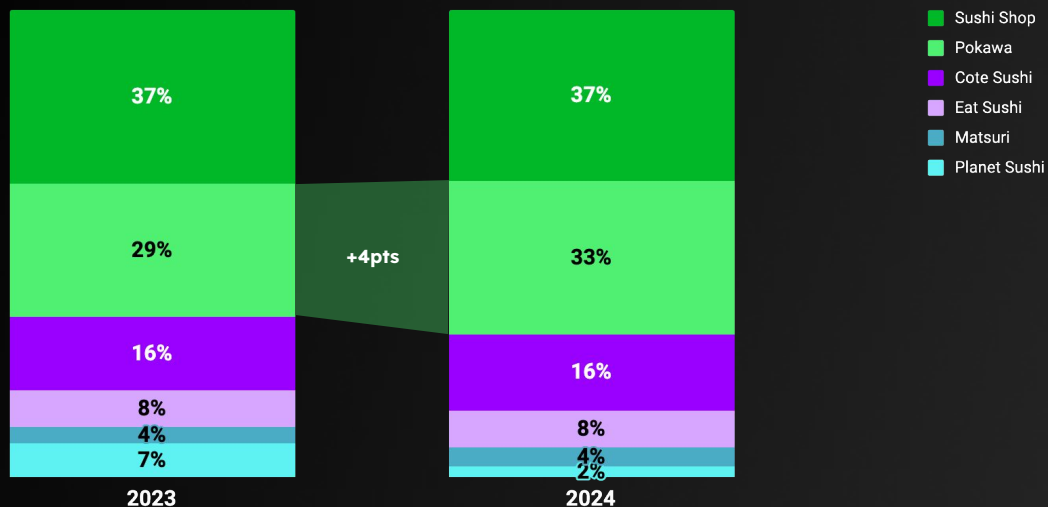
1,9

-0,1 par rapport à 2023

# Pokawa surfe sur la tendance healthy et gagne 4 points de part de marché en 2024

En 2024, Pokawa renforce sa position sur le marché des sushis et des pokés en innovant avec de nouvelles recettes (gamme chaude, onigiris) et en accélérant son expansion avec de nouveaux points de vente.

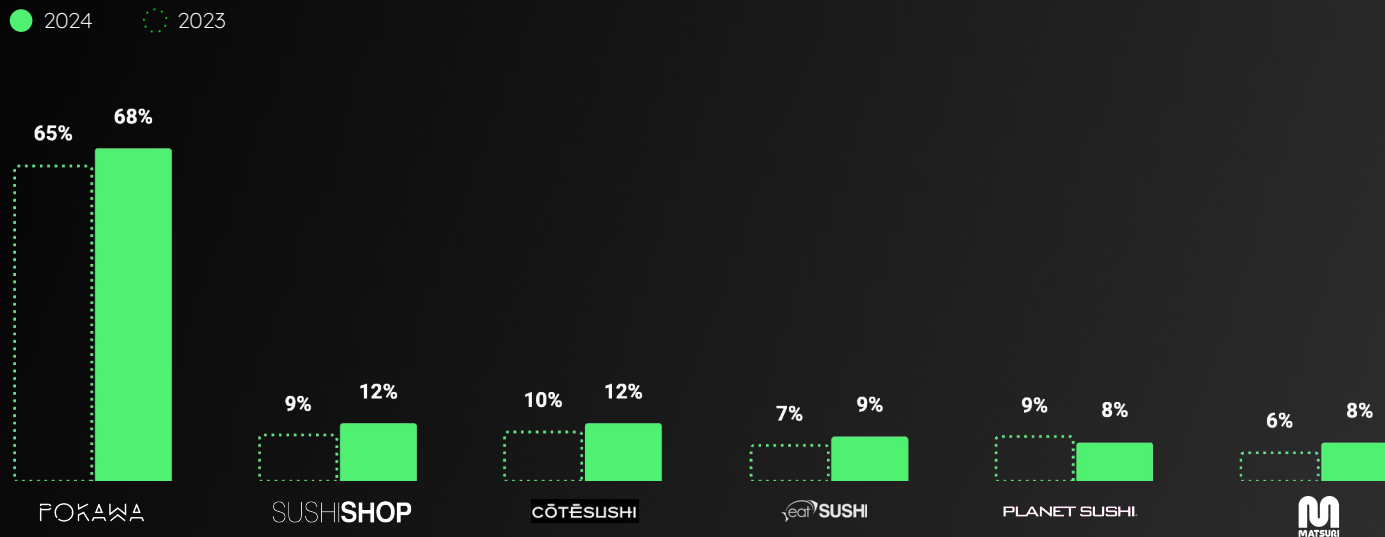
## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES RESTAURANTS SUSHIS & POKÉS



# Une croissance portée par les amateurs de sushis, qui consacrent une **part croissante de leur budget à Pokawa**

En proposant une alternative moderne et personnalisable aux sushis traditionnels, Pokawa séduit des consommateurs de sushis en quête de fraîcheur, de diversité et d'originalité.

## PART DU BUDGET SUSHIS & POKÉS ALLOUÉE À POKAWA PAR ENSEIGNE



\*Grille de lecture : Les clients de Sushi Shop allouent 12% de leur budget Sushis & Pokés à Pokawa en 2024, contre 9% en 2023.

# LE MARCHÉ HEALTHY

EN 2024

Enseignes étudiées



PARTS DE MARCHÉ

**1%**

ISO par rapport à 2023

PANIER MOYEN

**13€**

ISO par rapport à 2023

FRÉQUENCE D'ACHAT ANNUELLE

**2,3**

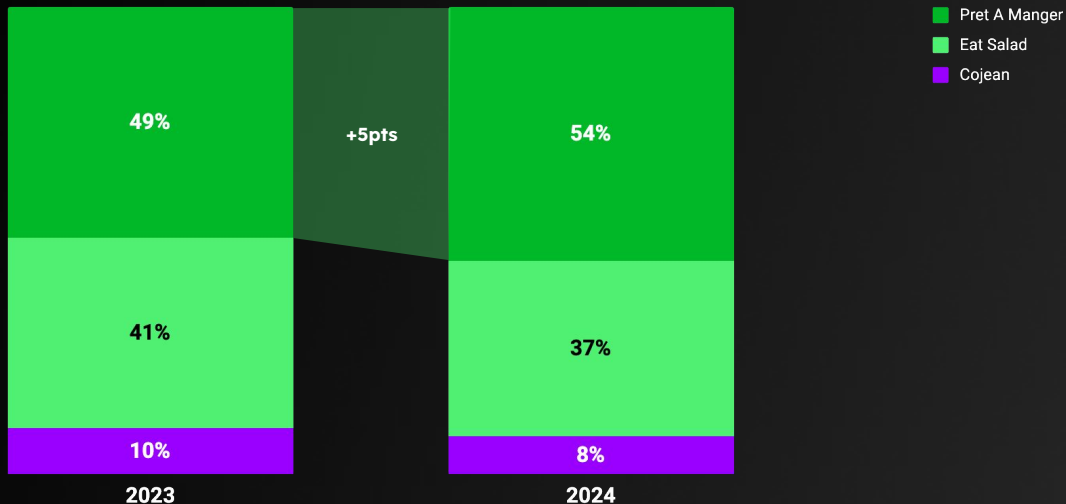
-0,1 par rapport à 2023



# Pret A Manger confirme son statut de leader du “Healthy” avec +5 points de part de marché en 2024

L'enseigne a poursuivi son développement en France, notamment avec l'ouverture d'un nouveau restaurant à la gare Saint-Lazare à Paris. Cette expansion stratégique vise à accroître la présence de Pret A Manger dans des lieux à fort trafic.

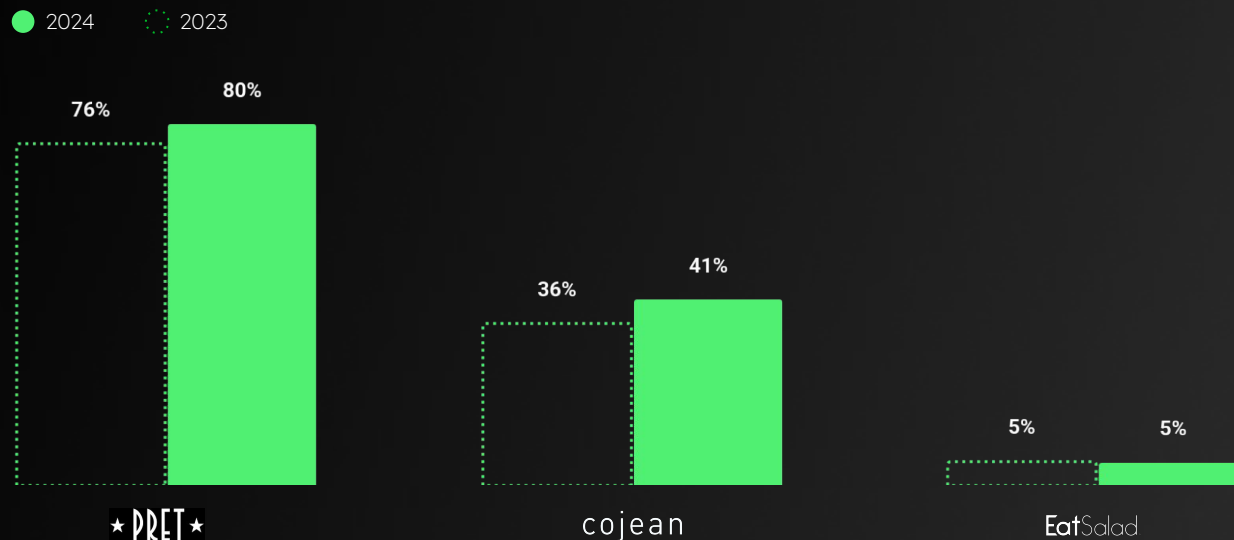
## PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DES RESTAURANTS HEALTHY



# Avec le lancement de “Club Pret” fin 2023, Pret A Manger renforce l’engagement de ses clients et séduit ceux de la concurrence

En novembre 2023, Pret A Manger a introduit le Club Pret, un abonnement mensuel à 25 € offrant cinq boissons Barista par jour et une réduction de 20 % sur l’ensemble du menu.

## PART DU BUDGET HEALTHY ALLOUÉE À PRET A MANGER PAR ENSEIGNE



\*Grille de lecture : Les clients de Cojean allouent 41% de leur budget Healthy à Pret A Manger en 2024, contre 36% en 2023.



**Abonnez-vous à notre newsletter pour recevoir nos dernières études et actualités**

**[Cliquez ici](#) pour remplir le formulaire d'inscription**

Nous contacter : [partnerships@joko.com](mailto:partnerships@joko.com)