

# Sortie resto en famille : l'enfant influence le choix du lieu dans 22 % des cas

À l'heure où 30 % des visites en restauration commerciale se font en famille, les professionnels du secteur ont plus que jamais intérêt à prendre en compte le public enfant, rappelle le cabinet The NDP Group.

Resto avec les enfants : 43 % des parents optent pour un fast-food

Le restaurant, un lieu pour adultes uniquement ? Pas en 2018 en tout cas ! Les sorties familiales au restaurant gagnent progressivement en popularité, au point que 1 visite sur 3 se fait désormais en famille, révèle le cabinet The NDP Group, spécialisé dans l'étude du comportement des consommateurs. En 2017, 360 millions de visites dans les établissements de restauration commerciale (hors cantines donc) se sont faits en famille.

Le panier moyen de ces repas est certes peu élevé : 30 euros seulement. Ce chiffre s'explique par le fait que la majorité des sorties au restaurant effectuées en famille le sont dans des fast-foods (43 %) et les cafétérias (27 %). Dans le dernier tiers des visites, 19 % relèvent des restaurants thématiques (de type grill ou cuisines du monde).

« Faire plaisir aux enfants », la principale motivation pour manger en extérieur

Toujours selon The NDP Group, le critère « les enfants aiment cet endroit » impacte le choix du lieu dans 22 % des visites familiales en restauration commerciale. « Quant au choix du lieu, les parents considèrent qu'un restaurant est « adapté » quand il propose par exemple des menus enfants originaux (et non pas seulement les portions réduites d'un menu adulte) », commente Maria Bertoch, experte de la restauration hors domicile au sein de The NDP Group. Or, un menu enfant est pris au cours de 15 % des visites en famille seulement. L'offre des restaurateurs à destination du jeune public n'apparaît donc pas suffisamment travaillée aujourd'hui. L'intérêt d'exploiter ce levier apparaît d'autant plus grand que la concurrence reste faible sur ce segment.

« Séduire les plus jeunes est un véritable levier de développement. Les chaînes de fast-food l'ont bien compris en offrant en complément des menus, un jouet décliné en fonction des âges ou en version garçon / fille ainsi que des zones de jeux, des animations ou même des ateliers en dehors des heures de repas. Résultat : les enfants sont satisfaits et incitent leurs parents à revenir », conclut Maria Bertoch.