

L'Observatoire de la Consommation et le réseau « Table de terroir » sont deux projets de l'Apag-W soutenus par le Plan de Relance de la Wallonie.

Le lancement par l'Observatoire d'une étude de marché relative à l'image du secteur HoReCa, aux attentes du consommateur et à ses habitudes, a aussi permis d'évaluer la notoriété du réseau « Table de terroir » et les qualités qui lui sont attribuées.

## MÉTHODOLOGIE

1.000

Belges francophones de 18 à 74 ans

Marge d'erreur 3,1%

Résultats récoltés en janvier 2023



## Image globale des différents types d'établissements

(Pourcentage de répondants ayant une image positive)

Restaurants 73%

Brasseries 63%

Traiteurs 61%

Hôtellerie 55%

## Quelques chiffres clés...

(Pourcentage de répondants en accord avec la proposition)

65%



Se rendre dans un établissement HoReCa **est un moment de détente**

64%



Manger dans l'HoReCa **est globalement cher**

58%



Les établissements HoReCa sont assez **diversifiés et nombreux dans ma région**

48%



Le personnel **est qualifié**

Base: Totalité du panel (N=1.000).

## Les deux attentes principales du client relèvent...

du **Rapport qualité-prix\***

de la **Fraîcheur des produits\*\***



### Et ça tombe bien!

Selon une étude précédente\*\*\*, **les produits locaux** représentent pour...

**48%** des consommateurs, un gage de **qualité**

& pour

**38%** des consommateurs, un gage de **fraîcheur**

D'où l'importance d'une plus forte sensibilisation **à l'utilisation de produits locaux!**

\* Pour 79% des clients de restaurants, 77% brasseries, 71% hôtellerie

\*\* Pour 79% des clients de restaurants, 75% brasseries, 71% hôtellerie

\*\*\* Source: étude de marché relative au potentiel de vente de produits locaux dans les différents canaux de ventes - Observatoire de la Consommation, Apag-W, 2022

30% des répondants

estiment que les établissements HoReCa mettent suffisamment en valeur les **produits locaux qu'ils utilisent**

**27%** sont en désaccord avec cette proposition



L'utilisation des produits locaux dans les établissements HoReCa est une attente pour...

56%

des clients de **l'hôtellerie**

51%

des clients de **restaurants**

48%

des clients de **brasseries**

## Et c'est là que le réseau « Table de terroir » entre en jeu!

Au moins 2/3 des répondants lui attribuent, entre autres, les qualités suivantes:

• **Découverte** des produits et producteurs locaux

• **Mise en avant** des établissements qui travaillent localement

• **Valorisation** du travail des producteurs locaux

• **Clarté et facilité** de compréhension du label

• **Crédibilité**

Depuis le lancement du réseau **en juin 2021**, **29%** des répondants affirment connaître au moins un peu ce réseau

Parmi ceux qui le connaissent, **27%** ont déjà mangé dans un établissement labellisé

Étude de marché

# Consommation dans les établissements HoReCa

Apag-W

## Pour plus d'informations sur l'étude



Scannez ce QR code

[www.apagw.be/fr/actualites-observatoire](http://www.apagw.be/fr/actualites-observatoire)

### Contacts

**Clément Manguette**  
081 84 89 41  
c.manguette@apagw.be

**Julien Capozziello**  
081 33 17 18  
j.capozziello@apagw.be

**Antoine Romain**  
Graphisme et mise en page  
a.romain@apagw.be

Apag-W

## Fréquence de visite par types d'établissements HoReCa

(Pourcentage de répondants s'y rendant au moins une fois par trimestre)

**61%**  
Friteries  
#01

**56%**  
Restaurants  
#02

**55%**  
Fast-food  
#03

**41%**  
Brasseries  
#04

**13%**  
Hôtellerie  
#07

**22%**  
Traiteurs  
#06

**28%**  
Food trucks  
#05

Base: Totalité du panel (N=1.000).

## Évolution de la fréquence de visite

Au cours des **12 derniers mois**, la fréquence de visite...

(janvier 2022 - janvier 2023)

**14%** ↑↑  
a augmenté

**47%** ↔  
est restée stable

**40%** ↓↓  
a diminué

Et à l'avenir, elle...

**12%** ↑↑  
va augmenter

**64%** ↔  
va rester stable

**24%** ↓↓  
va diminuer

Base: Totalité du panel (N=1.000).

## Part des clients qui dépensent plus de 30€\* de façon hebdomadaire dans l'HoReCa

\*Budget hebdomadaire médian dépensé de façon hebdomadaire dans le secteur HoReCa en général.

**74%**

Hôtellerie

**64%**

Brasseries

**58%**

Restaurants

Base: répondants connaissant leur budget hebdomadaire dépensé en HoReCa (N=652).

## Via quels canaux les consommateurs s'informent-ils?

Sur les établissements HoReCa

**#01**  
Recommandations des proches **61%**

**#02**  
Moteurs de recherche **51%**

**#03**  
Réseaux sociaux **37%\***

\*Pour les moins de 35 ans, les réseaux sociaux sont plus importants que les recommandations des proches

### Les autres canaux

(publicités, sites spécialisés, guides gastronomiques, influenceurs...)

Sont cités par **13% du panel ou moins**

Base: Répondants se rendant au moins de temps en temps en restaurant ou en brasserie (N=913).