

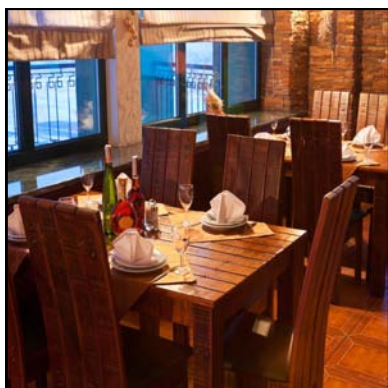


**Bureau  
des marchés  
internationaux**

**RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | JANVIER 2012**



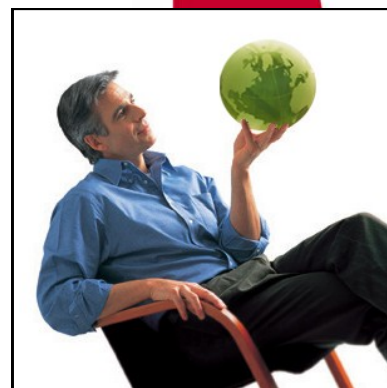
## **Profil du secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale**



Source : Shutterstock, 2011.



Source : Planet Retail, 2011.



## Profil du secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale



### ► INTRODUCTION

Le secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale\* est un marché dont la valeur est actuellement estimée à plus de 48 milliards de dollars américains. Bien que ce marché soit plus petit que celui de l'Europe de l'Ouest, il n'a pas encore atteint sa pleine maturité et présente donc des débouchés futurs pour les producteurs et les exportateurs canadiens. Le secteur de la restauration englobe les cafés et bars, les restaurants à service complet, les restaurants-minute, les établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter et les cafétérias libre-service. Le présent rapport fait état de renseignements généraux sur le secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale et se penche en particulier sur les marchés uniques de la Hongrie, de la Pologne, de l'Ukraine, de la République tchèque et de la Russie.

Les tendances dans le secteur de la restauration dans cette région sont à l'image de la croissance observée en Europe de l'Ouest. Cependant, les habitants de l'Europe centrale et orientale ont une préférence particulièrement marquée pour les produits de grande qualité, les cafés et bars haut de gamme et la restauration rapide. Par ailleurs, nombre des tendances observées en Europe de l'Ouest dans l'industrie des aliments emballés devraient se manifester en Europe centrale et orientale au cours des prochaines années.

### ► DANS CE NUMÉRO

<i>Introduction</i>	2
<i>Aperçu du marché</i>	2
<i>Dépenses en restauration</i>	3
<i>Principaux marchés de l'Europe centrale et orientale</i>	4
<i>Tendances et nouveautés</i>	7
<i>Occasions d'affaires</i>	8
<i>Références</i>	8

### ► APERÇU DU MARCHÉ

Les pays de l'Europe centrale et orientale ont été durement touchés par la récession mondiale en 2008. L'économie de ces pays, déjà fragilisée et tributaire des prix de marchandises comme le pétrole, a, dans la plupart des cas, essuyé une baisse notable de la consommation de services alimentaires. De plus, la migration économique continue et le vieillissement de la population dans la région ont exacerbé la faiblesse de l'économie. Malgré cela, Euromonitor International prévoit que la valeur du secteur de la restauration augmentera à 55 milliards de dollars américains d'ici 2015.

Taille du marché de la restauration en Europe centrale et orientale, données historiques et prévisions, valeur en millions \$US, en prix constants de 2010, taux de change fixes de 2010

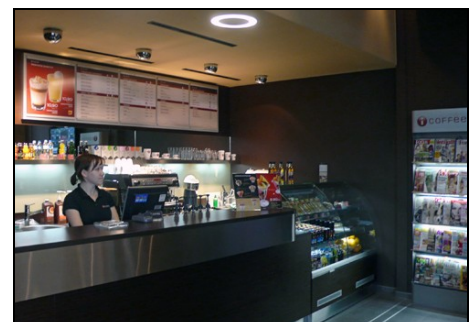
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
50 453,4	48 468,8	48 380,6	49 526,7	51 024,1	52 871,2	55 056,6

Source : Euromonitor, 2011.

\*Note : Aux fins du présent rapport, l'Europe centrale et orientale englobe les pays compris dans la définition d'Euromonitor International, à savoir : la Bulgarie, la République tchèque, la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, la Russie, la Slovaquie et l'Ukraine.



Source : Planet Retail 2011.



Source : Planet Retail 2011.



**Taille du marché de la restauration en Europe centrale et orientale selon le sous-secteur, données historiques et prévisions, valeur en millions \$US, prix constants de 2010, taux de change fixes de 2010**

Sous-secteur	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	695,7	651,4	619,0	605,0	607,2	623,8	647,3
Cafés et bars	19 499,1	18 523,8	16 483,7	15 146,8	14 871,7	15 019,5	15 303,5
Restaurants à service complet	17 722,4	17 574,3	15 572,3	14 658,8	14 360,2	14 578,7	14 973,7
Restaurants-minute	12 245,8	12 488,6	11 742,1	12 083,6	12 554,8	13 188,4	13 868,5
Cafétérias libre-service	2 374,9	2 373,9	2 272,0	2 230,3	2 218,4	2 259,6	2 306,3
Stands et comptoirs alimentaires	4 181,8	3 966,1	3 764,2	3 734,0	3 768,2	3 856,6	3 924,8

Source : Euromonitor, 2011.

## ► DÉPENSES EN RESTAURATION

En Europe centrale et orientale, le secteur de la restauration est composé essentiellement de trois sous-secteurs : les restaurants à service complet, les cafés et bars et les restaurants-minute. Chacun de ces sous-secteurs représente près du tiers du marché. Si on les compare à leurs homologues nord-américains, les habitants de l'Europe centrale et orientale manifestent une nette préférence pour les cafés et bars. Ils ont un penchant pour les cafés de spécialité de bonne qualité, mais ne sont pas encore prêts à payer très cher pour ce type de café. Par ailleurs, le sous-secteur de la restauration rapide n'y est pas aussi développé qu'en Amérique du Nord. En effet, en Europe centrale et orientale, il représente 25 % du marché, contre 42 % en Amérique du Nord. Toutefois, on s'attend à ce que la reprise économique dans la région donne lieu à des dépenses plus importantes dans le sous-secteur de la restauration rapide.

**Dépenses en restauration en 2010 selon le sous-secteur, Europe centrale et orientale par rapport à Amérique du Nord, valeur en millions \$US et % des dépenses totales en restauration**

Sous-secteur	Europe centrale et orientale	% des dépenses totales	Amérique du Nord	% des dépenses totales
Restaurants à service complet	14 659,3	30 %	407 552,0	42 %
Cafés et bars	15 146,8	31 %	88 297,7	9 %
Restaurants-minute	12 083,6	25 %	407 655,4	42 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	605,0	1 %	38 085,0	4 %
Cafétérias libre-service	2 230,3	5 %	22 527,9	2 %
Stands et comptoirs alimentaires	3 743,8	8 %	4 123,0	0 %
<b>Total</b>	<b>48 468,8</b>	<b>100 %</b>	<b>968 241,0</b>	<b>100 %</b>

Source : Euromonitor, 2011.

Les dépenses en restauration dans les pays de l'Europe centrale et orientale ont crû lentement depuis 2005. La croissance de l'économie de la région a permis aux consommateurs d'augmenter graduellement leurs dépenses. Les dépenses de consommation des ménages devraient continuer de croître malgré les répercussions de la récession mondiale. Selon les prévisions, les dépenses des ménages en restauration grimperont de 18,3 % entre 2010 et 2015 dans l'ensemble des pays de l'Europe centrale et orientale.

**Dépenses de consommation en restauration selon le pays de l'Europe centrale et orientale, en \$US par ménage, prix constants de 2010, taux de change fixes de 2010**

Pays	Dépenses de consommation des ménages			Croissance	
	2005	2010	2015	2005-2010	2010-2015
République tchèque	20 904,7	22 304,0	24 857,1	6,7 %	11,4 %
Pologne	17 060,5	19 619,0	22 733,5	15,0 %	15,9 %
Hongrie	18 993,1	16 562,5	17 960,3	-12,8 %	8,4 %
Russie	10 457,5	14 490,3	17 031,9	38,6 %	17,5 %
Ukraine	3 201,9	4 228,6	5 492,7	32,1 %	29,9 %
<b>Europe centrale et orientale</b>	<b>11 884,8</b>	<b>13 554,2</b>	<b>16 034,4</b>	<b>14,0 %</b>	<b>18,3 %</b>

Source : Euromonitor, 2011.



## ▶ PRINCIPAUX MARCHÉS DE L'EUROPE CENTRALE ET ORIENTALE

La taille du marché de la restauration en Europe centrale et orientale varie à la fois par pays et les performances de chaque pays sur le marché intérieur et mondial. La taille du marché russe de la restauration s'est contractée de 10,2 % au cours de la période de 2005 à 2010, ce qui n'empêche pas la Russie de demeurer le premier marché de la restauration en importance en Europe centrale et orientale de par sa valeur. Selon les prévisions, ce marché enregistrera une croissance de plus de 20 % entre 2010 et 2015. Des cinq pays présentés ci-après, la Pologne est le seul qui a vu son marché de la restauration croître entre 2005 et 2010. On prévoit d'ailleurs que cette croissance se poursuivra. Euromonitor prévoit une croissance négative en Ukraine et en République tchèque au cours de la période de 2010 à 2015, soit de -9,6 % et de -0,3 % respectivement. Le marché de la restauration de ces pays subit encore les contrecoups de la récession. En revanche, le marché hongrois devrait enregistrer une hausse de près de 20 % entre 2010 et 2015. Quant à la Russie et à la Pologne, elles sont censées elles aussi afficher un taux de croissance positif.

Taille du marché de la restauration en Europe centrale et orientale selon le pays, données historiques et <b>prévisions</b> , valeur en millions \$US, prix constants de 2010, taux de change fixes de 2010					
Pays	Taille du marché			% de croissance	
	2005	2010	2015	2005-2010	2010-2015
Russie	13 282,4	11 931,2	14 383,0	-10,2 %	20,5 %
Pologne	8 885,6	8 935,2	9 944,2	0,6 %	11,3 %
Ukraine	6 241,1	4 375,5	3 955,7	-29,9 %	-9,6 %
Hongrie	4 821,0	3 462,7	4 148,9	-28,2 %	19,8 %
République tchèque	4 420,2	3 882,3	3 872,3	-12,2 %	-0,3 %

Source : Euromonitor, 2011.

Taille du marché de la restauration en Europe centrale et orientale selon le pays et le sous-secteur, valeur en millions \$US, prix constants de 2010, taux de change fixes de 2010					
Sous-secteur	République tchèque	Hongrie	Pologne	Russie	Ukraine
Restauration	3 882,3	3 462,7	8 935,2	11 931,2	4 375,5
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	27,5	81,6	64,3	134,3	90,9
Cafés et bars	1 726,0	1 733,7	2 286,7	1 633,7	2 454,0
Restaurants à service complet	970,2	1 046,7	2 589,7	2 179,1	753,2
Restaurants-minute	690,3	450,0	2 021,6	7 111,6	260,4
Cafétérias libre-service	174,8	43,2	1 299,0	164,0	30,1
Stands et comptoirs alimentaires	293,4	107,5	674,1	708,6	786,8

Source : Euromonitor, 2011.

### RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Le secteur de la restauration de la République tchèque est constitué en grande partie de cafés et de bars, sous-secteur qui représentait 44,5 % du marché en 2010. Les restaurants à service complet et les restaurants-minute sont les deuxième et troisième sous-secteurs en importance, leur part s'établissant à 25 % et à 17,8 % respectivement. Malgré une croissance considérable dans certains sous-secteurs au cours de la période de 2005 à 2010, la récession économique a poussé les consommateurs tchèques à réduire leurs dépenses en restauration. Selon les prévisions d'Euromonitor, c'est le sous-secteur des établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter qui affichera les meilleurs résultats au cours de la période de prévision (2010-2015), soit une croissance de 12 %. Viennent ensuite les sous-secteurs des restaurants-minute et des cafés et bars.

Taille des sous-secteurs du marché tchèque de la restauration, valeur en millions \$US et % de l'ensemble du marché de la restauration				
Sous-secteur	Taille du marché		% de croissance	
	Valeur en 2010	% de l'ensemble	2005-2010	2010-2015
Restauration	3 882,3	100 %	-12,17 %	-0,26 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	27,5	0,71 %	47,06 %	12,00 %
Cafés et bars	1 726,0	44,46 %	-14,39 %	2,45 %
Restaurants à service complet	970,2	24,99 %	-22,75 %	-3,13 %
Restaurants-minute	690,3	17,78 %	15,43 %	6,19 %
Cafétérias libre-service	174,8	4,50 %	-13,12 %	-7,21 %
Stands et comptoirs alimentaires	293,4	7,56 %	-11,14 %	-18,78 %

Source : Euromonitor, 2011.





## HONGRIE

Le secteur hongrois de la restauration s'est replié en 2009 en raison de la crise économique mondiale. Les cafés et bars représentaient 50 % du marché, tandis que les restaurants à service complet et les restaurants-minute détenaient respectivement une part de 30 % et de 13 %. Au cours de la période de 2005 à 2010, tous les sous-secteurs ont vu leur taille s'amoinrir considérablement, à l'exception du sous-secteur de la restauration rapide, qui a enregistré une hausse de 8,7 %. On croyait au départ que près du tiers des établissements fermeraient leurs portes à cause du ralentissement économique. Toutefois, comme la demande de petits déjeuners et de déjeuners rapides a crû chez les employés de bureau et les étudiants, seuls 10 % des établissements ont cessé leurs activités (Euromonitor). On ne s'attend pas à ce que l'économie hongroise se redresse avant 2011, mais on prévoit tout de même une croissance notable dans tous les sous-secteurs au cours de la période de prévision de 2010 à 2015. L'industrie devrait croître de près de 20 % dans son ensemble.

Taille des sous-secteurs du marché hongrois de la restauration, valeur en millions \$US et % de l'ensemble du marché de la restauration				
Sous-secteur	Taille du marché		% de croissance	
	Valeur en 2010	% de l'ensemble	2005-2010	2010-2015
Restauration	3 462,7	100 %	-28,17 %	19,82 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	81,6	2,36 %	-21,01 %	19,49 %
Cafés et bars	1 733,7	50,07 %	-26,82 %	10,01 %
Restaurants à service complet	1 046,7	30,23 %	-41,18 %	28,29 %
Restaurants-minute	450,0	13,00 %	8,70 %	32,69 %
Cafétérias libre-service	43,2	1,25 %	-12,20 %	51,39 %
Stands et comptoirs alimentaires	107,5	3,10 %	1,22 %	29,30 %

Source : Euromonitor, 2011.

## POLOGNE

Les ventes du secteur polonais de la restauration étaient évaluées à 8,9 milliards de dollars américains en 2010, ce qui en fait le deuxième marché de la restauration en importance de l'Europe centrale et orientale. Les restaurants à service complet occupaient près de 30 % du marché, contre 25 % pour les cafés et bars et 22 % pour les restaurants-minute. Le secteur a essuyé un léger repli en 2009, année où les dépenses de consommation des Polonais étaient les plus faibles de toute l'Europe centrale et orientale. De 2005 à 2010, le sous-secteur de la restauration rapide a enregistré une croissance considérable de plus de 30 %, en partie à cause de l'apparition de sociétés internationales comme Subway, McDonalds, Burger King et Starbucks. Dans l'ensemble, le marché de la restauration de la Pologne devrait progresser de 11 % au cours de la période de 2010 à 2015.



Source : Planet Retail, 2011.

Taille des sous-secteurs du marché polonais de la restauration, valeur en millions \$US et % de l'ensemble du marché de la restauration				
Sous-secteur	Taille du marché		% de croissance	
	Valeur en 2010	% de l'ensemble	2005-2010	2010-2015
Restauration	8 935,2	100 %	0,56 %	11,29 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	64,3	0,72 %	24,13 %	28,93 %
Cafés et bars	2 286,7	25,59 %	-10,71 %	4,59 %
Restaurants à service complet	2 589,7	28,98 %	-6,73 %	14,53 %
Restaurants-minute	2 021,6	22,63 %	32,08 %	20,71 %
Cafétérias libre-service	1 299,0	14,54 %	-3,61 %	1,89 %
Stands et comptoirs alimentaires	674,1	7,54 %	9,13 %	9,76 %

Source : Euromonitor, 2011.



## RUSSIE

La Russie constitue le plus important marché de la restauration de l'Europe centrale et orientale de par sa valeur. Ce secteur est principalement constitué de restaurants-minute. La restauration rapide est l'un des deux seuls sous-secteurs à avoir enregistré une hausse entre 2005 et 2010. C'est également ce sous-secteur qui devrait afficher la plus importante croissance au cours des cinq prochaines années, soit de 29 %. Un mode de vie plus trépidant, la commodité et une plus grande variété seront des moteurs importants de ce sous-secteur. Le sous-secteur des établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter progressera également de manière notable au cours des cinq prochaines années. Ce sous-secteur n'est pas encore parvenu à maturité en Russie. Il présente donc de nombreuses occasions de croissance.

On a observé un repli dans le sous-secteur des cafés et bars en 2009, mais on s'attend à ce qu'il reprenne de la vigueur durant la période de 2010 à 2015, car les consommateurs russes, en particulier ceux qui habitent dans les grandes villes comme Moscou et Saint-Petersbourg, devraient suivre la nouvelle tendance des petits déjeuners sur le pouce. Les chaînes de cafés spécialisés enregistreront la plus forte croissance du sous-secteur, les consommateurs russes étant influencés par les tendances de l'Europe de l'Ouest. Le sous-secteur des cafés n'est pas encore saturé, si bien qu'il présente toujours de nombreuses possibilités de croissance.

Taille des sous-secteurs du marché russe de la restauration, valeur en millions \$US et % de l'ensemble du marché de la restauration				
Sous-secteur	Taille du marché		% de croissance	
	Valeur en 2010	% de l'ensemble	2005-2010	2010-2015
Restauration	11 931,2	100 %	-10,17 %	20,55 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	134,3	1,13 %	26,22 %	28,44 %
Cafés et bars	1 633,7	13,69 %	-14,78 %	15,04 %
Restaurants à service complet	2 179,1	18,26 %	-25,20 %	7,15 %
Restaurants-minute	7 111,6	59,61 %	0,27 %	29,02 %
Cafétérias libre-service	164,0	1,37 %	-26,19 %	-4,21 %
Stands et comptoirs alimentaires	708,6	5,94 %	-31,30 %	-6,35 %

Source : Euromonitor, 2011.

## UKRAINE

En Ukraine, le sous-secteur des cafés et des bars est le plus important du secteur de la restauration (56,1 %). Viennent ensuite les sous-secteurs des restaurants à service complet et des stands et comptoirs alimentaires, qui occupent, dans les deux cas, 17 % du marché. La récession mondiale a eu d'importantes répercussions sur l'économie ukrainienne, en particulier sur les secteurs de la finance, de la fabrication et de la construction. En 2009, le revenu annuel des Ukrainiens a chuté considérablement pour s'établir à 1 580 \$US par habitant, ce qui est de beaucoup inférieur aux revenus dans les autres pays de la région. Une telle baisse du revenu disponible a forcé les consommateurs à faire des sacrifices, entre autres à réduire leur consommation de services alimentaires. Le sous-secteur de la restauration rapide est le seul à avoir enregistré une croissance entre 2005 et 2010, lui qui a progressé de près de 50 %. Il s'agit également du seul sous-secteur qui est censé afficher une croissance au cours de la période de prévision. Cependant, cet accroissement ne parviendra pas à compenser les baisses dans les autres sous-secteurs. On prévoit que, dans l'ensemble, le secteur ukrainien de la restauration se contractera de 9,6 % de 2010 à 2015.

Taille des sous-secteurs du marché ukrainien de la restauration, valeur en millions \$US et % de l'ensemble du marché de la restauration				
Sous-secteur	Taille du marché		% de croissance	
	Valeur en 2010	% de l'ensemble	2005-2010	2010-2015
Restauration	4 375,5	100 %	-29,89 %	-9,59 %
Établissements de livraison à domicile ou de commandes de plats à emporter	90,9	2,08 %	-56,51 %	-29,70 %
Cafés et bars	2 454,0	56,09 %	-33,20 %	-10,97 %
Restaurants à service complet	753,2	17,21 %	-29,37 %	-8,48 %
Restaurants-minute	260,4	5,95 %	47,95 %	23,58 %
Cafétérias libre-service	30,1	0,69 %	-43,53 %	-5,98 %
Stands et comptoirs alimentaires	786,8	17,98 %	-25,98 %	-15,15 %

Source : Euromonitor, 2011.

## ► TENDANCES ET NOUVEAUTÉS



### **Les consommateurs renoncent aux sorties en vue d'économiser.**

L'économie de l'Europe centrale et orientale devrait se redresser tranquillement à la suite de la récession mondiale, mais les consommateurs continueront de réévaluer leur budget. Afin d'économiser ou de maximiser leurs dépenses, les consommateurs opteront pour des solutions moins coûteuses, privilégieront les repas à la maison ou iront au restaurant seulement à l'occasion de rencontres familiales ou d'événements importants. L'économie de la région est censée reprendre de la vigueur, mais les consommateurs demeureront prudents en ce qui concerne leurs dépenses en restauration.

### **Croissance en vue pour les cafés**

Les consommateurs de l'Europe centrale et orientale continueront de fréquenter les cafés et les bars afin d'y consommer des cafés abordables et des cafés de spécialité. Selon Euromonitor, la consommation de café ne fera qu'augmenter, ce qui aura pour effet d'accroître les débouchés pour les entreprises du domaine de la restauration. Par ailleurs, plus la variété de cafés et d'arômes offerte aux consommateurs s'élargira, ils seront de plus en plus demander des produits de meilleure qualité. Alors que ce sous-secteur continue à croître, il est important de souligner que, selon Euromonitor, il atteindra un point de saturation à court terme.

### **Aliments sains**

Les consommateurs qui voient leur revenu croître graduellement du fait de la reprise ou de la croissance de l'économie s'intéressent de plus en plus aux produits de santé et de mieux-être. Les consommateurs tchèques en particulier exigent déjà plus d'aliments sains et biologiques. Les consommateurs connaissent les produits, mais leurs prix élevés freinent la consommation. De nombreuses entreprises du domaine de la restauration offrent déjà des options santé comme des sandwiches contenant moins de mayonnaise ou des repas accompagnés de salade plutôt que de frites.

### **Diminution de la population**

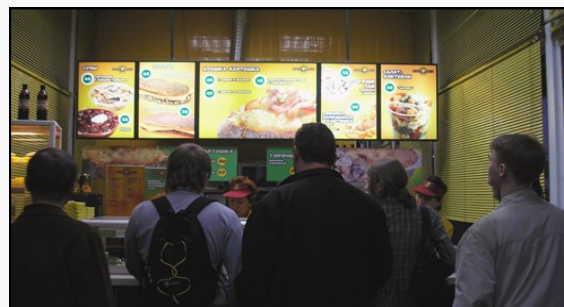
On prévoit que la population des pays de l'Europe centrale et orientale va continuer de se baisser, ou du moins demeurer stable, au cours des cinq prochaines années. La population ukrainienne, par exemple, se replie de 1,14 % par année en moyenne. Une telle tendance démographique risque de poser problème au secteur de la restauration de la région. Une baisse de la population active et du nombre de consommateurs pourrait se traduire par une diminution du nombre d'opérations dans le secteur de la restauration. De plus, compte tenu du vieillissement de la population, les activités de certains sous-secteurs, comme celui des restaurants à service complet, deviendront essentiellement tributaires d'une clientèle plus âgée.

### **Dépendance à l'égard du tourisme**

Le tourisme joue un rôle déterminant dans l'économie des pays de l'Europe centrale et orientale, et de nombreux pays comptent sur le tourisme comme source importante de revenu. On a observé un repli du tourisme intérieur et étranger en République tchèque et en Hongrie au cours des deux dernières années; les dépenses globales des touristes ont chuté, ce qui a eu des répercussions sur le secteur de la restauration. Lorsque l'économie se redressera, le tourisme étranger reprendra de la vigueur en Europe centrale et orientale et les touristes internes exploreront de nouveau leur pays. Le tourisme demeurera un moteur important du secteur de la restauration ainsi que de l'économie de l'Europe centrale et orientale dans l'ensemble.

### **Des idées novatrices pour conquérir la clientèle**

Les entreprises du domaine de la restauration ont déployé des efforts considérables pour trouver des idées novatrices qui leur permettraient de conserver leur clientèle durant les périodes économiques difficiles. Divers restaurants ont offert des menus spéciaux à prix réduit, des menus « spéciaux en temps de crise » ou des coupons dans l'espoir de maintenir l'intérêt des consommateurs et leur chiffre d'affaires. On ne s'attend pas à ce que la reprise se fasse aussi rapidement en Europe centrale et orientale qu'en Europe de l'Ouest, mais les fournisseurs de services alimentaires à l'esprit novateur parviendront plus facilement à conserver leur clientèle.



Source : Planet Retail, 2011.

### **Ralentissement économique**

L'incertitude économique qui règne dans certains pays pourrait se répercuter sur les pays de l'Europe centrale et orientale. Ces pays, dont l'économie est déjà fragilisée, pourraient être encore plus durement touchés par une baisse des dépenses de consommation si le climat actuel persiste. Les exportateurs doivent suivre de près l'état actuel de l'économie mondiale et ses effets potentiels sur le secteur de la restauration. Ils doivent également prendre connaissance de la situation économique avant d'exporter leurs produits afin d'assurer et de maximiser leurs profits.



## ► OCCASIONS D'AFFAIRES

Le secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale n'a pas encore atteint sa pleine maturité. Comme il s'agit d'un marché en développement qui est tributaire des importations, l'Europe centrale et orientale présente des débouchés pour les exportateurs canadiens.

Le sous-secteur de la restauration rapide continuera de prospérer dans les cinq principaux marchés de la région, et les entreprises chercheront à présenter de nouveaux produits à leurs clients. De ce fait, tout produit pouvant s'inscrire dans cette catégorie connaîtra probablement du succès dans ce secteur. Toutefois, le marché russe pourrait s'avérer le plus intéressant.

Les petites et moyennes entreprises exportatrices de produits comme le vin, la viande de qualité et les spécialités de fruits de mer trouveront dans le secteur de la restauration de qualité supérieure de la Russie une occasion de percer le marché. D'après un rapport récent du département de l'Agriculture des États-Unis, le secteur de la restauration russe importe la grande majorité de ses produits agroalimentaires (plus de 80 %).

La croissance de l'économie russe et l'accroissement des dépenses de consommation portent à croire que le secteur russe de la restauration continuera de croître au cours des années à venir. Le sous-secteur de la restauration rapide n'est pas encore parvenu à maturité en Russie et présente des débouchés pour les entreprises du secteur. L'augmentation du nombre de restaurants ainsi que la commodité et la valeur des produits attireront les consommateurs russes.

## ► RÉFÉRENCES

Euromonitor International. 2010. Consumer Foodservice – Czech Republic

Euromonitor International. 2010. Consumer Foodservice – Hungary

Euromonitor International. 2010. Consumer Foodservice – Poland

Euromonitor International. 2010. Consumer Foodservice – Russia

Euromonitor International. 2010. Consumer Foodservice – Ukraine

IGD Supply Chain Analysis. 2011. France – A supply chain profile

IGD Supply Chain Analysis. 2011. Germany – A supply chain profile

IGD Supply Chain Analysis. 2011. Italy – A supply chain profile

IGD Supply Chain Analysis. 2011. Spain – A supply chain profile

IGD Supply Chain Analysis. 2011. U.K. – A supply chain profile

Planet Retail. 2011.

United States Department of Agriculture Foreign Service. 2004. *Global Agriculture Information Network Report: Russian Federation HRI Foodservice Sector Report*. Qualitel Data Services, ATO Staff. (RS4304: édition web). 27 p.



Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

**Profil du secteur de la restauration de l'Europe centrale et orientale**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).  
ISSN 1920-6623  
No AAC. **11679F**

**Références photographiques**

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :  
Agriculture et Agroalimentaire Canada  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0C5  
Courriel : [infoservice@agr.gc.ca](mailto:infoservice@agr.gc.ca)

Also available in English under the title:  
**Foodservice Profile: Central and Eastern Europe**

*Canada* 