Plus de deux décennies de croissance :

la restauration rapide n'a jamais été aussi puissante

Le Snack Show, en partenariat avec le cabinet d'étude Strateg'eat, dévoile les résultats de l'étude Speak Snacking de 2026. Le snacking poursuit sa progression et s'affirme comme un secteur capable de répondre à tous les usages. Entre innovation, diversité des lieux et nouvelles attentes des consommateurs, le secteur ne cesse de se réinventer.

Salon Snack Show, le 1er et 2 avril
à Paris, Porte de Versailles, Pavillon 7.2

Les chiffres clés du snacking : un secteur qui s'impose

Les données de Circana Foodservice montrent que le secteur de la restauration rapide reste globalement stable, avec une évolution de **+0,5 % du chiffre d'affaires entre 2024 et 2025**, malgré une légère baisse du volume de couverts servis (-0,1 %).

Le snacking confirme pourtant son développement, porté par l'augmentation du nombre d'enseignes, passant de 494 en 2024 à 527 en 2025. Le chiffre d'affaires atteint ainsi **20,6 milliards d'euros,** contre 20,1 milliards l'année précédente (cumul boulangeries et restauration rapide).

Le panier moyen continue de croître, atteignant **13,40 € en restauration rapide sur place** (+5 % en un an) et **9,52 € en boulangerie**, contre 7,30 € en 2024. Cette progression se traduit aussi dans le budget hebdomadaire hors domicile, qui atteint désormais 37 € en moyenne et grimpe jusqu'à 42 € chez les moins de 25 ans, confirmant que **le snacking s'ancre durablement dans les habitudes de consommation**, y compris chez les plus jeunes. Il devient une réponse adaptée face à un portefeuille qui rétrécit.

20,6 Md€ vs 20,1 Md€ en 2024 — Le chiffre d'affaires du snacking

13€40 vs 9€70 en 2024 — Le panier moyen en restauration rapide

9€52 vs 7€30 en 2024 — Le panier moyen en boulangerie

Malgré cette hausse des dépenses, les consommateurs gardent un repère en tête : ils estiment à 12,90 € le prix maximum acceptable pour un repas du midi en restauration rapide, contre 14,10 € en 2024. Un signal qui confirme **leur attention au prix** et l'importance de proposer **des offres à la fois généreuses et accessibles.**

Côté usages, **la restauration sur place confirme son retour** avec 63 % des Français qui la privilégient. **La vente à emporter reste toutefois incontournable**, adoptée par un Français sur deux. Les jeunes, en particulier, plébiscitent ces formats flexibles : 75 % des moins de 25 ans optent pour la vente à emporter, contre 35 % des plus de 60 ans.

Le snacking revient aux fondamentaux : la satiété prime

En 2026, le snacking recentre sa promesse autour de l'essentiel : proposer des repas à la fois **gourmands et généreux.** Les consommateurs ne cherchent plus seulement à « mieux manger », ils veulent « manger utile » et **la satiété devient un critère incontournable.** La générosité des portions est ainsi un levier clé : 27 % des consommateurs la citent parmi les principaux facteurs de choix d'un lieu de restauration.

Les plats copieux, comme **la pizza** (47%), **le burger** (31%), **le kebab** (25%) ou **le sandwich** (25%), demeurent les favoris des Français, un choix qui se justifie par leur capacité à rassasier pleinement.

Les snacks préférés des Français en 2025

47% Pizza
vs 46% en 2025

31% Burger
vs 31% en 2025

25% Kebab
vs 24% en 2025

Le **rapport qualité-prix** reste indissociable de cette promesse de satiété. Si 13 % des Français choisissent un lieu pour ses options économiques, près de **40 % privilégient avant tout la qualité des produits** et du service, bien plus que la communication ou les engagements éco-responsables du restaurant, tous deux cités par moins de 7 %.

Mais **satiété ne rime pas avec austérité** : le plaisir conserve une place centrale. Plus de la moitié des consommateurs ne font jamais attention à la richesse des plats au restaurant et **27 % n'hésitent pas à dépasser leur budget** pour se faire plaisir. Le sucré conserve une place stratégique, avec des classiques largement plébiscités comme le pain au chocolat (35 %) ou les cookies (21 %, et ce chiffre grimpe à 32 % chez les moins de 35 ans). **L'offre sucrée devient un véritable moteur d'attractivité**, avec des visuels forts, des produits réconfortants, des recettes généreuses.

Pour séduire le snackeur de demain, il faudra combiner cette dualité : **rassasier et surprendre, tout en restant accessible.**

Formats hybrides : le snacking s'adapte à tous les moments

Le snacking ne se définit plus uniquement par son format, mais par **sa capacité à s'adapter à tous les usages. Les frontières entre les circuits s'estompent** : boulangeries, coffee-shops et enseignes de restauration rapide adoptent des codes communs et élargissent leur offre pour **répondre à tous les moments de consommation.** Les Français déclarent en moyenne avoir **quatre types de lieux de snacking préférés** : boulangerie (61%), pizzeria (60%), fast food (54%), un établissement de spécialités asiatiques (41%). Ce chiffre monte à six pour les 18-24 ans.

« Les consommateurs naviguent entre plusieurs lieux et moments de consommation : c'est cette diversité qui pousse les acteurs du snacking à hybrider leurs offres. »

explique Béatrice Gravier, directrice du Salon Snack Show

Le petit-déjeuner hors domicile reste à développer, mais **les pauses dans la journée représentent un vrai potentiel.** 41 % des Français n'en prennent aucune, contre 29 % des 18-24 ans. Pour ceux qui en font, **70 % commencent par une boisson chaude.** Ces comportements montrent que les **formats hybrides,** capables de combiner boissons chaudes et snacking sur plusieurs moments de la journée, ont un avenir prometteur.

La **GMS prend elle aussi une place croissante dans le snacking** sous la forme de la gamelle préparée ou sous la forme de solutions snacking, notamment en milieu rural. Les repas à consommer immédiatement y sont particulièrement plébiscités : les ruraux dépensent en moyenne 14,00 € pour leur déjeuner en GMS, contre 10,00 € pour les autres Français. Ce canal montre que le snacking peut être rapide, accessible partout et **complète parfaitement les formats traditionnels** pour toucher tous les publics.

Boisson : le chaud s'impose, le froid se réinvente

La **boisson chaude retrouve une place majeure hors domicile** et devient un vrai terrain de conquête. 77 % des Français déclarent boire du café ou du thé en dehors de chez eux, contre 61 % en 2025, signe d'une très forte progression. Les cafés, bars et brasseries restent les lieux privilégiés, quel que soit le profil.

À l'inverse, **la consommation de boissons froides recule** : jus de fruits, sodas, eaux aromatisées ou thés glacés sont en baisse, et seules les nouvelles boissons fonctionnelles ou à base de plantes progressent. Elles répondent à une attente émergente : **proposer des boissons qui « ont du sens »**, naturelles et en accord avec un mode de vie plus sain, même si elles restent encore très marginales (3 à 9 % des consommateurs).

« La boisson a toujours été une catégorie stratégique sur le salon, mais aujourd'hui, une nouvelle génération de boissons plus naturelles émerge, répondant à une vraie quête de sens chez les consommateurs. Les boissons chaudes prennent également de plus en plus de place, avec une offre barista qui se structure »

ajoute Béatrice Gravier

MÉTHODOLOGIE STRATEG'EAT

Etude Conso online sur au moins 1 000 consommateurs (représentatifs de la population française de plus de 18 ans) sur le parcours hebdomadaire du consommateur hors domicile. Enquête Nationale représentative sur une base 12-13 minutes pour valider les lieux de consommation hors domicile dans le quotidien d'un utilisateur afin de faire ressortir le poids du snacking vs les autres espaces et la mesure des différentes alternatives d'instants snacking dans une journée au-delà du midi et du soir. Sondage réalisé sur la semaine du 2 au 8 février 2026 et sur la semaine du 26 janvier au 1er février 2026.

Save The Date Snack Show
1er & 2 avril 2026, Pavillon 7.2, Paris Porte de Versailles

Parizza Gusto · Snack Show · Smart Lab

Speak Snacking © Strateg'eat et Snack Show / RX France – Tous droits réservés.

FOOD, TECH & MORE...

À propos de RX

RX est un leader mondial d'événements et de salons. RX s'appuie sur son expertise sectorielle, les données et la technologie pour le développement des entreprises, des collectivités et des individus. Présent dans 25 pays et couvrant 41 secteurs d'activité, RX organise près de 350 événements par an. RX s'engage à créer un environnement de travail inclusif pour tous ses collaborateurs et collaboratrices. RX permet aux entreprises de se développer grâce à la donnée et aux solutions digitales. RX fait partie de RELX, un fournisseur mondial de données, d'outils d'analyses et de décisions pour les professionnels et les entreprises. Pour plus d'informations, visitez le site www.rxglobal.com.

RX France est créateur de places de rencontres à forte valeur ajoutée, leaders sur une quinzaine de marchés différents. Parmi les salons emblématiques de RX France et incontournables sur le plan national et international, figurent MIPIM, MIPCOM, Batimat, Pollutec, EquipHotel, SITL, IFTM, Big Data & AI Paris, MAPIC, Paris Photo, Maison&Objet* et bien d'autres… Nos événements se déroulent en France, à Hong Kong, en Italie et au Mexique. Pour plus d'informations sur www.rxglobal.fr

*Organisé par la SAFI, filiale de RX France et Ateliers d'Art de France

À propos de Snack Show

Snack Show est le salon de référence des professionnels du snacking. Il réunit chaque année plus de 400 exposants et 14 500 professionnels autour de trois univers : Snacking (concepts alimentaires et packaging), Parizza+Gusto (snacking italien) et Smart Lab (foodtech et équipements). Avec près de 1 800 nouveautés et innovations présentées chaque année et plus de dix concours et remises de prix, le salon met en lumière les concepts, personnalités et produits les plus innovants du secteur. Conférences et interventions d'experts rythment également l'événement et dévoilent les tendances à suivre.
La 26e édition du Snack Show se tiendra les 1er et 2 avril 2026.

Contact presse - Agence Match
Clémence Bodinier
clemence@agencematch.fr - 06 33 41 45 04
Oanh Lecomte
oanh@agencematch.fr