



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Le rapport sur le lancement de restaurants dévoile les marchés de l'Union européenne qui offrent les meilleures conditions pour démarrer une activité**

Cette nouvelle étude compare 20 marchés de l'Union européenne dans neuf critères qui couvrent la demande, les coûts, les conditions d'installation et les facteurs d'emplacement.

- L'Espagne occupe la 1<sup>re</sup> place du classement des meilleurs marchés sur lesquels installer de nouveaux restaurants.
- La France, les Pays-Bas et la Grèce offrent des conditions propices au lancement d'une activité sur leur territoire. En revanche, les entrepreneurs pourront faire face à de plus grandes difficultés en Allemagne et en Autriche.
- Les Pays-Bas, la Pologne et la Tchéquie offrent les prix les plus bas en matière d'alimentation et de boissons, quand les coûts énergétiques sont plus attractifs dans les pays nordiques.

**Düsseldorf, Allemagne, le 6 octobre 2026.** Dans son [\*Rapport sur le lancement de restaurants\*](#), Marketplace METRO publie les résultats d'une étude qui couvre les conditions d'ouverture actuelles d'un restaurant dans 20 marchés de l'Union européenne. Ce rapport repose sur une analyse étayée par des données de critères comme la demande, les coûts, les obstacles administratifs et la tension locative. Il apporte des valeurs de référence permettant d'évaluer le marché et de mettre en avant les principaux atouts et faiblesses de chaque pays.

En moyenne, l'Espagne est le pays qui réunit actuellement les meilleures conditions pour lancer un restaurant ou pour développer votre activité à l'international par rapport aux autres marchés étudiés. Ce résultat s'explique principalement par une forte demande, soutenue par des dépenses élevées au niveau local et par une activité touristique importante, ainsi que par des facteurs de coûts plutôt favorables. Les touristes dépensent plus de 98 milliards d'euros par an en Espagne, le chiffre le plus élevé de cette analyse devant la France (71 milliards). Le secteur hôtelier fait partie des principaux bénéficiaires de ce volume de dépense important.

**Tableau :** Extrait du classement des meilleurs marchés sur lesquels lancer un restaurant. Vous y trouverez les scores dans chaque catégorie ainsi que le score total. Le classement complet est disponible à l'adresse suivante :

[www.metro.fr/marketplace/content/les-meilleurs-marches-europeens-sur-lesquels-lancer-un-restaurant](http://www.metro.fr/marketplace/content/les-meilleurs-marches-europeens-sur-lesquels-lancer-un-restaurant)

| Position | Marché   | Demande et chiffre d'affaires | Coûts et marges | Tâches administratives et recrutement | Concurrence et immobilier | Score total |
|----------|----------|-------------------------------|-----------------|---------------------------------------|---------------------------|-------------|
| 1        | Espagne  | 99,5                          | 100,0           | 69,9                                  | 89,7                      | 100,0       |
| 2        | Finlande | 41,8                          | 88,6            | 90,3                                  | 92,7                      | 83,4        |
| 3        | Danemark | 68,4                          | 50,2            | 64,8                                  | 100,0                     | 72,5        |
| 4        | Suède    | 49,8                          | 86,7            | 71,5                                  | 62,8                      | 67,9        |
| 5        | Irlande  | 100,0                         | 1,0             | 100,0                                 | 66,9                      | 66,9        |
| 6        | France   | 79,8                          | 58,7            | 53,1                                  | 68,8                      | 64,2        |
| ...      | ...      | ...                           | ...             | ...                                   | ...                       | ...         |
| 18       | Autriche | 84,8                          | 40,2            | 6,5                                   | 50,2                      | 35,6        |
| 19       | Hongrie  | 6,5                           | 64,6            | 69,4                                  | 26,3                      | 30,1        |
| 20       | Tchéquie | 1,0                           | 83,5            | 1,0                                   | 1,0                       | 1,0         |

Dans un secteur où la consommation d'énergie est élevée et où les marges reposent beaucoup sur la stratégie d'achats et sur un contrôle précis des coûts, des dépenses plus faibles apportent un avantage structurel. Les données concernant les prix d'Eurostat indiquent qu'en ce moment, les prix de l'alimentation et des boissons sont plutôt favorables en Pologne, en Tchéquie, en Hongrie, en Espagne et aux Pays-Bas. Quant aux coûts énergétiques, ils varient également beaucoup : les prix de l'électricité dans les pays nordiques restent exceptionnellement bas entre 0,09 € et 0,13 € du kilowatt-heure contre environ 0,16 € du kilowatt-heure en France. Un tel niveau d'inégalité influe directement sur les coûts opérationnels au quotidien et sur la rentabilité à long terme.

Des procédures d'installation simplifiées et un accès à de la main-d'œuvre qualifiée sont également essentiels. Des pays comme la France et les Pays-Bas se distinguent par leurs facilités d'installation quand les entrepreneurs font face à des processus plus

longs en Allemagne, au Luxembourg et en Italie où les limites administratives ont tendance à ralentir les entrées sur le marché.

La possibilité de recruter rapidement les équipes est un autre facteur clé lors du déploiement de nouveaux concepts. Les données sur les postes vacants montrent que les ouvertures de postes de serveurs en Espagne et au Portugal sont pourvues relativement rapidement. Les pénuries de main-d'œuvre sont en revanche bien plus importantes en France, aux Pays-Bas et en Belgique. Ainsi, les nouvelles activités pourraient avoir plus de difficultés à mettre en place des équipes opérationnelles fiables dans ces pays.

**Angélique Mhiri, directrice pays de Marketplace METRO en France :** « La France présente un profil mixte dans notre évaluation : la demande et le chiffre d'affaires potentiels y sont stables, mais les performances en matière de coûts et de marges sont plutôt moyennes. La tension locative élevée et les contraintes en matière de recrutement peuvent ralentir les lancements de nouveaux concepts. Le rapport sur le lancement de restaurants met ces compromis en perspective dans 20 marchés de l'Union européenne et apporte un point de départ fiable à l'évaluation d'une activité ».

**Note sur la méthodologie :** Le rapport sur le lancement de restaurants compare une sélection de 20 marchés de l'Union européenne à l'aide d'un ensemble normalisé de critères. L'objectif est de comparer les conditions de base à l'installation de restaurants. Ce rapport tient compte de neuf facteurs dans quatre sous-domaines : le chiffre d'affaires et la demande, les coûts et les marges, l'installation et la dotation en personnel ainsi que la concurrence et l'immobilier. L'analyse globale attribue la même importance à chaque facteur et à chaque sous-domaine. Les résultats font office de valeurs de références et d'indicateurs de comparaison. Ils ne remplacent pas des études de faisabilité ou des évaluations de site.

Pour accéder aux données complètes, aux informations sur la méthodologie et à la liste des sources utilisées, rendez-vous sur : [metro.fr/marketplace/content/les-meilleurs-marches-europeens-sur-lesquels-lancer-un-restaurant](https://metro.fr/marketplace/content/les-meilleurs-marches-europeens-sur-lesquels-lancer-un-restaurant)

## **À propos de la Marketplace METRO**

La Marketplace [METRO](#) aide les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie à trouver les équipements, fournitures et solutions dont ils ont besoin pour développer et gérer leur activité. Son offre comprend notamment du matériel de cuisine professionnel, de la vaisselle et des arts de la table, des équipements technologiques, des produits d'entretien, des fournitures de bureau ainsi que de nombreux autres produits essentiels

à l'exploitation quotidienne des établissements. Intégrée à l'offre globale de METRO destinée aux clients professionnels, la Marketplace donne accès à une large sélection de produits proposés par des vendeurs sélectionnés. Elle permet aux professionnels de répondre à leurs besoins plus simplement et plus efficacement afin qu'ils puissent se concentrer sur leur cœur de métier : servir leurs clients.