



Restauration : un été entre ombre et lumière

Derrière une performance globale plutôt satisfaisante, les disparités se creusent entre les acteurs dans un contexte économique et social imprévisible

Comment la restauration a-t-elle traversé l'été 2025 ?

Food Service Vision, leader de l'intelligence économique du secteur, apporte avec la nouvelle édition de sa Revue Stratégique, une réponse attendue par tout le secteur, dans un contexte d'interrogations provoquées par la circulation de rumeurs catastrophistes.

Pendant l'été, le marché de la consommation hors domicile a enregistré une progression de 4 % en juin et 3 % en juillet, pour se stabiliser en août. Cette dynamique est due à un effet de **rattrapage** en juin et des **performances** en hausse sur juillet, en année post-olympique. En cumul, la croissance pour le début de l'année 2025 est modérée mais reste positive,



Au sein de chaque segment, la vision gagnant/perdant s'accroît selon les actions entreprises : les établissements qui misent sur la générosité, l'expérience et le rapport qualité-prix tirent leur épingle du jeu. Mais le grand gagnant de l'été est le snacking de proximité, avec une hausse du chiffre d'affaires moyenne de plus de 10 %.

Un pilotage de plus en plus fin de la performance

L'inflation se poursuit et se concentre avec des hausses marquées sur les

avec une augmentation de 2 % en valeur.

La restauration commerciale a, pour sa part, enregistré une progression de son chiffre d'affaires de 3 % en juin, de 4 % en juillet et est resté stable en août, une performance meilleure que celle de la restauration collective, mais un peu inférieure à celle des commerces de proximité.

L'économie tient bon, mais la confiance s'effrite

Si la consommation des ménages a légèrement progressé (chiffres Nielsen), les Français restent préoccupés par leur pouvoir d'achat : 60 % d'entre eux réduisent leurs dépenses non essentielles et 54 % surveillent les prix, selon le baromètre Cofidis. L'augmentation du taux d'épargne indique d'ailleurs un manque de confiance dans l'avenir.

Nous notons toujours un recul du hors domicile sur les occasions fonctionnelles des actifs, au profit des commerces de proximité et du snacking. Toutefois, les dépenses des Français en restauration pendant leurs vacances restent une nouvelle fois préservées : 34 % des Français déclarent avoir

protéines, en visant directement le cœur d'assiette.

Cette conjoncture pousse les acteurs de la restauration à adopter une grande prudence dans la gestion de leur activité :

- 35 % des établissements à table déclarent avoir **changé de fournisseurs sur certaines catégories** pour ne pas augmenter le prix de leurs clients.
- L'achat des MDD a été notamment soutenu par une hausse des promotions depuis le début de l'année (+7 % d'inserts promotionnels des MDD sur les TOP familles de janvier à août 2025 vs 2024).

Quelle trajectoire d'ici la fin de l'année?

Compte tenu des incertitudes qui entourent encore les choix budgétaires et sociaux du nouveau gouvernement, il est bien difficile de prévoir la tendance à venir de la consommation hors domicile et de la restauration. La confiance des acteurs est très fragile. En août, seuls 48 % des restaurateurs indépendants (service à table) se déclaraient « très confiants » ou « plutôt confiants » sur leur niveau d'activité au cours des quatre prochains mois, contre 55 % pour les acteurs de la restauration rapide indépendante.

dépend plus qu'habituellement pendant leurs congés cet été, tandis qu'ils sont 16 % à avoir réduit leurs dépenses.

Le tourisme s'est révélé porteur avec une légère croissance des arrivées aériennes internationales sur la période estivale (+1 % en juillet, +4 % en août), mais les comportements des vacanciers, notamment Français, ont changé, bénéficiant à des destinations plus économiques, à la montagne ou à la campagne.

Les écarts de performance entre les segments se creusent

Les écarts de performance se sont ainsi accentués au cours des trois derniers mois, avec une différence de 7 points entre le segment le plus performant (restauration de concession à +5 %) et le segment le plus en difficulté (self-service).

Le scénario privilégié de Food Service Vision prévoit une tendance positive sur le quatrième trimestre, bien que légèrement ralentie, à 1,4 % et une croissance de 1,7 % pour l'ensemble de l'année 2025. Une tendance confirmée par le Grand Témoin de cette édition de la Revue Stratégique, **Alexandre de Suzzoni**, Directeur général de l'activité Foodservice du groupe STEF, qui s'attend à un ralentissement de l'activité d'ici à la fin du mois de septembre.