



# Communiqué de presse

Mercredi 28 juin 2023

## Étude RMS : les Français de plus en plus sensibles aux prix de la restauration

Revenu Management Solutions (RMS), spécialisée dans l'amélioration de la rentabilité de la restauration, vient de réaliser une étude sur l'évolution des pratiques des consommateurs français en matière de restauration. Les résultats de cette étude font apparaître une sensibilisation croissante des consommateurs à la question du prix, avec de premiers signes de changements de comportements.

### Une évolution des comportements

- Six consommateurs sur dix estiment que les prix des restaurants sont plus élevés aujourd'hui qu'il y a plusieurs mois. Mais près de huit consommateurs sur dix font le même constat pour les prix des produits alimentaires, ce qui correspond bien à la réalité des chiffres, puisque l'inflation alimentaire à la fin du premier trimestre 2023, était de 15,9 % par rapport à la même période de l'année dernière, contre 6,6 % pour l'inflation des prix des cafés et restaurants.

- Un peu plus de quatre consommateurs sur dix indiquent moins dépenser en restauration par rapport à l'année dernière en commandant moins souvent, en choisissant des plats moins onéreux ou des restaurants moins chers. En outre, plus de deux personnes sur trois déclarent comparer les prix avant de passer commande.

- Les applications mobiles informant les consommateurs de promotions sont de plus en plus populaires. Trois personnes interrogées sur quatre utilisent au moins une application, sur-tout pour consulter les menus, utiliser un programme de fidélité et s'informer des promotions.

### Le « drive » a le vent en poupe

L'étude de RMS révèle également une certaine désaffection des consommateurs pour les repas pris en salle (privilegiés par 70 % des personnes interrogées, contre 91 % pour la même période de 2022), alors que les autres canaux de vente demeurent relativement stables. En revanche, la part des consommateurs ayant eu recours au drive est passée en un an de 17 % à 48 % et cette tendance semble s'installer durablement, si l'on en juge les intentions de consommation affichées pour les mois qui viennent.

### Un « must » : cuisiner à la maison

En un peu moins de deux ans, le pourcentage de personnes interrogées qui préparent leurs repas quotidiens à la maison est passé de 50 % à 88 %. Même si cela concerne majoritairement les repas pris au foyer, cela explique probablement le fait que la proportion de consommateurs préférant se retrouver au restaurant plutôt que chez eux dans le cadre de moments familiaux ou amicaux est en baisse significative (34 % contre 43 % l'année dernière).

*RMS a interrogé, en mars 2023, 469 personnes en France  
auprès de consommateurs se rendant au restaurant au moins une fois par semaine.*

truth in numbers + trust in people

### À PROPOS DE REVENUE MANAGEMENT SOLUTIONS

Créé en 1994 à Tampa (États-Unis), Revenu Management Solutions (RMS) est un pionnier de l'analyse de la clientèle des opérateurs de restaurants. Spécialisé dans l'analyse des données des points de vente, RMS accompagne, grâce à ses technologies brevetées, les acteurs du commerce de détail et de la restauration dans l'optimisation de leur politique tarifaire et promotionnelle avec zéro impact sur leurs clients. Au service de plus de 100 000 restaurants dans plus de 40 pays, le groupe emploie 150 collaborateurs. RMS est présent en France depuis 2006. Son bureau parisien emploie une quinzaine d'experts. [revenuemanage.com](http://revenuemanage.com)