

Ce que les clients acceptent et rejettent

À la sortie de la crise sanitaire, l'évolution des attentes des clients est un indicateur essentiel qui déterminera la vigueur de la reprise de la consommation. .

Pour : 88 % des clients acceptent de consulter un menu imprimé, 77 % de choisir un repas au sein d'une offre plus courte, 71 % de scanner un QR code sur un cahier de rappel.

Contre : 67 % des clients ne jugent pas acceptable la présence d'ingrédients surgelés, 66 % de payer un complément de charge Covid, 59 % de patienter vingt minutes avant de disposer d'une table.

À noter : 33 % des convives seulement ont peur d'être contaminés au restaurant et l'hygiène ne fait plus partie du Top 3 des critères de choix du restaurant.

Le télétravail et la fréquentation des restaurants

Le recours massif au télétravail durant les différentes périodes de confinement a eu un impact très important sur la filière restauration. Néanmoins, Food Service Vision a constaté un retour des actifs au bureau dès le mois de mai. Les Français passent 70 % de leurs temps de travail dans leurs bureaux, contre 64 % en janvier-février. C'est le signe d'une reprise progressive de la mobilité des actifs même si elle n'a pas encore rejoint son niveau d'avant-crise.

« Un vent d'optimisme souffle à nouveau sur la restauration. Ce qui est très rassurant, c'est que les clients reviennent et qu'ils expriment ainsi leur attachement pour les restaurateurs et leurs équipes. Il existe certes des problèmes d'organisation, mais le redressement de la filière devrait se poursuivre et s'accélérer d'ici la fin de l'année. »

François Blouin
Président Fondateur
de Food Service Vision



Méthodologie Une étude exclusive Food Service Vision

Pour la 7^e livraison de la Revue stratégique « Food service & Covid-19 », 40 nouvelles interviews confidentielles ont été réalisées en mai-juin 2021 avec des décideurs, des leaders d'opinion, des experts et des syndicalistes de la restauration. Une étude quantitative auprès de 518 convives a par ailleurs été réalisée

Cette étude prospective, conçue et pensée pour les clients de Food Service Vision, qui en ont l'exclusivité, entend enrichir notre éclairage sur les enjeux et conséquences de cette crise sanitaire sans précédent et aux conséquences économiques majeures pour le secteur du food service. Elle propose aussi des clés de lecture pour analyser et comprendre le futur redémarrage de l'activité.

La prochaine édition de la Revue stratégique sera publiée en septembre 2021.



DOSSIER DE PRESSE

Food service & Covid-19

#7 - Juin 2021

Les premières leçons de la réouverture

Le 19 mai, le Food service a basculé dans une ère nouvelle.
Bilan de ce qui a changé... et de ce qui va changer.

Une Revue stratégique de Food Service Vision
foodservicevision.fr

Entre janvier et mai 2021, la filière restauration a perdu 17,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit plus que sur la même période de l'année précédente (14,1 milliards d'euros). Le prix payé à la crise est donc élevé et les restrictions renforcées opérées entre janvier et avril de cette année ont pesé lourd.

Dans quel contexte, la filière restauration aborde-t-elle la sortie progressive de la pandémie et quels sont les enseignements que l'on peut d'ores et déjà tirer du processus de réouverture des restaurants au cours des mois de mai et juin 2021 ? Cette nouvelle édition de la Revue stratégique Food Service & Covid-19 permet d'apporter des réponses documentées à ces deux questions.



Les principaux chiffres à retenir

En mai 2021, la perte de chiffre d'affaires de la filière restauration était inférieure de 1 milliard d'euros à celle d'avril. Cette performance relative témoigne d'une réelle amorce de reprise.

- **64 % des consommateurs ont acheté un repas hors domicile en mai**, soit une hausse de 6 points par rapport au mois précédent.
- Depuis la réouverture des terrasses, **la part des convives ayant consommé sur place est remontée de 0 à 26 %**, alors que la part des repas à emporter diminue, même si elle reste à un niveau supérieur à celui d'avant crise.
- Selon les estimations de Food Service Vision, le **taux de fréquentation** des restaurants devrait **remonter à 59 % en juin et à 86 % à la fin de l'été**.
- La dynamique de chiffre d'affaires devrait être forte au troisième trimestre, et selon les estimations de Food Service Vision, le chiffre d'affaires de la restauration en 2021 n'enregistrerait qu'un **recul final de 25 % par rapport à 2019**.

Par ailleurs, la reprise s'amorce sur quasiment l'ensemble de la restauration commerciale, avec cependant des nuances en fonction du type de restauration :

- La restauration rapide est le segment qui progresse le plus rapidement et qui est **proche de retrouver son niveau de 2019**, porté par les performances des chaînes.
- La **restauration à table** indépendante enregistre également de **bonnes performances**.
- En revanche, la **restauration de self-service** et la **restauration de concession** n'ont **pas encore redémarré**.

Les mesures de soutien prises par le gouvernement ont atteint leur but. Selon les données de Food Service Vision et d'Infolegale portant sur l'année 2020, le chiffre d'affaires médian de la restauration a baissé de 31,8 % entre 2019 et 2020, mais le résultat net s'est amélioré de 59,8 % et l'endettement médian de 48,6 %.

Au total, 85 % des dirigeants de groupes et d'enseignes de la restauration commerciale estiment avoir été « bien ou très bien soutenus » par l'État, d'après le Panorama BRA de BRA Tendances Restauration.



La boulangerie-pâtisserie a tiré son épingle du jeu

La crise sanitaire a mis en lumière les bonnes performances de la boulangerie-pâtisserie, dont le chiffre d'affaires 2020 a progressé par rapport à 2019. Celle-ci emprunte de plus en plus les codes de la restauration, avec une offre élargie en termes de produits (local, origine France, produits de saison...), et propose des places assises et des petites terrasses. Il y a tout lieu de croire que ces services vont s'installer dans la durée, en réponse à la tendance montante du snacking à l'heure du déjeuner.

Une flambée des matières premières

Alors que les prix de l'alimentation en grande distribution sont encore orientés à la baisse (- 0,4 % selon l'INSEE), la restauration est confrontée, dans cette phase de reprise à une flambée des prix des matières premières et des emballages (carton, caoutchouc, verre, aluminium, plastique...). Cette hausse s'explique en partie par une tension sur l'offre d'un certain nombre de produits, due notamment à la période de gel du mois d'avril, mais aussi par une forte tension sur le coût du fret. Une inflation qui commence à se voir dans l'indice de prix Food Service Vision calculé à partir des tarifs généraux des distributeurs RHD (+2,9 % au 2^e trimestre par rapport au 2^e trimestre 2020). Autre signal inquiétant pour la filière, la forte pénurie de main d'œuvre qualifiée pourrait se traduire par une augmentation des coûts salariaux.



La livraison va-t-elle pâtir de la réouverture ?

La réouverture des restaurants peut-elle entraver le développement à moyen terme de la livraison ? Probablement pas. 78 % des établissements indépendants en restauration à table et 95 % en restauration rapide affichent l'intention de poursuivre leur service de livraison. Certains restaurants ont lancé une ou plusieurs offres de repas uniquement disponibles en livraison. Par ailleurs, les opérateurs de la livraison proposent des offres de plus en plus attractives en termes de prix ou de services annexes. Leur offre s'élargit également de plus en plus vers les communes rurales et vers la livraison de produits d'épicerie.

