

Pénurie de main-d'œuvre, technologies et évolution du secteur : étude Lightspeed sur les RH de l'hôtellerie-restauration

Lors de sa visite au SIRHA, Emmanuel Macron a exprimé son désir de défiscaliser les pourboires versés par carte bancaire. Une annonce attendue par les secteurs de l'hôtellerie-restauration pour faciliter leur gestion des pourboires, mais surtout pour **attirer et fidéliser leurs salariés**. En effet, depuis la crise de la covid-19 et les fermetures répétitives des établissements, les professionnels de l'industrie sont confrontés à une **pénurie de main-d'œuvre qualifiée sans précédent**. D'ailleurs, Élisabeth Borne, ministre du Travail, s'est exprimée sur le sujet en insistant sur le « manque d'attractivité » des salaires proposés.

Récemment, Lightspeed a mené une étude auprès des restaurateurs et hôteliers français afin de mieux comprendre leurs enjeux, besoins et priorités face à cette situation. **Pour 29% des répondants, recruter de nouveaux talents et les retenir s'avère être le défi principal auquel ils sont confrontés.**

Si **44% des sondés expriment avoir des difficultés à fidéliser leurs employés**, tous tentent de proposer des alternatives pour les convaincre de rester. Ainsi, **38% des professionnels n'hésitent pas à augmenter les salaires** ou encore à encourager les candidatures grâce à des avantages en nature. Mais pour une majorité des répondants (53%), **les aides gouvernementales seraient plus que jamais nécessaires** pour permettre au secteur de redevenir compétitif en termes de salaire. D'ailleurs, Élisabeth Borne s'est dite prête à entendre les représentants de l'industrie, les invitant à « mettre des propositions sur la table ».

Néanmoins, **plus d'un tiers des répondants (38%) estiment que les technologies de l'automatisation les aident** à pallier cette pénurie en les accompagnant dans leurs tâches quotidiennes, telles que la prise de commande, l'organisation du service et même l'inventaire des produits. Une grande partie d'entre eux estiment que l'intégration d'outils numériques dans leurs établissements a modifié leur façon d'exercer leur activité ces 2 dernières années, principalement à travers 2 aspects : **la communication sur les réseaux sociaux pour mieux échanger avec leurs clients (57%)** et l'adoption ou le développement de la commande en ligne (51%).

30% affirment que leur façon de gérer leurs établissements est plus efficace aujourd'hui qu'il y a un an. 2020 fut donc un challenge mais également une refonte structurelle pour un certain nombre de professionnels, ce qui pourrait représenter un atout important : à l'approche des fêtes de fin d'année, **47% des sondés se déclarent optimistes quant au retour des séminaires de Noël** en entreprise, et anticipent d'ores et déjà un fort regain d'activité sur cette période. **25% estiment même qu'elle excèdera le niveau d'avant la crise sanitaire.**

**Lightspeed a interrogé 850 restaurateurs dans le monde entier avec OnePoll en août et septembre 2021.*

À propos de Lightspeed

La plateforme de commerce tout-en-un Lightspeed propulse les entreprises qui constituent la base de l'économie mondiale en les aidant à innover pour simplifier leur quotidien, développer leur activité et offrir une expérience client exceptionnelle.

Ventes multicanales, gestion de multiples établissements, traitement des paiements à travers le monde, solutions financières ou encore mise en relation avec nos réseaux de fournisseurs : notre solution logicielle sur le cloud transforme et unifie les opérations effectuées en ligne et en personne.

Fondée en 2005 à Montréal, au Canada, Lightspeed est inscrite à la bourse de New York et de Toronto (NYSE: LSPD) (TSX: LSPD). Ses équipes en Amérique du Nord, en Europe et dans la région Asie-Pacifique accompagnent les entreprises du secteur de la vente au détail, de la restauration, de l'hôtellerie et du golf dans plus de 100 pays.

De plus amples informations sont disponibles sur le site Internet du groupe : www.lightspeedhq.fr

Sur les réseaux sociaux : [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#) et [Twitter](#)

Énoncés prospectifs

Le présent communiqué pourrait contenir de l'information prospective et des déclarations prospectives, au sens des lois sur les valeurs mobilières applicables (les « déclarations prospectives »). Les déclarations prospectives comprennent de l'information de nature prédictive, dépendent ou font référence à des événements

futurs et se reconnaissent à l'emploi d'expressions comme « va », « prévoit », « anticipe », « envisage », « planifie », « croit », « estime » ou d'autres expressions semblables concernant des sujets qui ne sont pas des faits historiques. Ces déclarations sont fondées sur les attentes actuelles de la direction de Lightspeed et comportent plusieurs risques et incertitudes, connus et inconnus, incluant des facteurs économiques. De nombreux risques, incertitudes et d'autres facteurs peuvent faire en sorte que les résultats réels s'écartent de manière importante des énoncés prospectifs contenus dans le présent communiqué de presse, y compris, mais sans s'y limiter, les facteurs de risque mentionnés dans notre plus récent rapport de gestion ainsi qu'à la rubrique « Facteurs de risque » de notre plus récente notice annuelle, et dans nos autres déclarations de renseignements auprès des Autorités canadiennes en valeurs mobilières et de la U.S. Securities and Exchange Commission, qui peuvent être consultés sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com et sur EDGAR au www.sec.gov. Les lecteurs sont priés d'étudier attentivement tous ces facteurs et d'autres avant de prendre une décision concernant les actions à droit de vote subalterne de Lightspeed et de ne pas se fier indûment aux déclarations prospectives. Les déclarations prospectives contenues dans le présent communiqué ne constituent pas une garantie du rendement futur et, bien qu'elles soient fondées sur certaines présomptions que Lightspeed juge raisonnables, les événements et résultats réels pourraient différer de manière importante de ceux exprimés ou supposés dans les déclarations prospectives faites par Lightspeed. Sauf si les lois applicables l'exigent, Lightspeed ne s'engage aucunement à mettre à jour publiquement ou à réviser ces déclarations prospectives, notamment à la suite de nouvelles informations ou de nouveaux événements.

Réservations en hausse, baisse du ticket moyen : les restaurateurs français vivront-ils les mêmes fêtes que leurs homologues Américains ?

Plusieurs mois se sont écoulés depuis la réouverture des restaurants, l'occasion pour Lightspeed d'évaluer quelles ont finalement été les répercussions des confinements successifs sur les consommateurs et les professionnels. Dans ce contexte où des disparités géographiques se dessinent, [Lightspeed a mené 2 études](#), l'une basée sur les témoignages de 850 restaurateurs du monde entier entre août et septembre 2021. L'autre est un rapport dédié quant à lui à l'observation des nouveaux comportements des consommateurs des marchés Nord-Américain et Britannique, basé sur les réponses de 1500 consommateurs interrogés entre le 27 août et le 2 septembre.

En France : augmentation des réservations, recrutement massif et une activité accrue pour la fin d'année

Comme attendu, les Français étaient bel et bien au rendez-vous le 9 juin dernier et l'engouement de la réouverture des établissements semble être toujours présent dans l'esprit des consommateurs. Comme le démontre la dernière étude Lightspeed, **45% des établissements de restauration enregistrent une augmentation des réservations** pour consommer sur place et pour un nombre de convives en augmentation. Néanmoins, si l'on s'attendait à une forte reprise du secteur, **47% des professionnels constatent que les clients dépensent moins** et sont plus avares en pourboire qu'auparavant.

Pourtant, **67% des professionnels estiment que leur business est plus profitable aujourd'hui** et 48% prévoient qu'il le sera encore davantage dans les mois à venir. Un paradoxe qui peut, en partie, s'expliquer par le nombre croissant de réservations et par une sur-fréquentation des établissements, un afflux qui inquiète 34% des répondants, notamment à l'approche des fêtes de fin d'année, une période qui, pour **25% des professionnels, excèdera le niveau d'avant la crise sanitaire**.

Les restaurateurs s'interrogent sur leur capacité à répondre au volume et aux typologies des demandes, à gérer les nouvelles habitudes de consommation et les mesures mises en place par le gouvernement. D'autant plus que le secteur est confronté à une pénurie de Talents sans précédents. D'ailleurs **29% des répondants ont pour principal défi de recruter de nouveaux talents**. Face à de telles interrogations et pour fidéliser leurs employés, **38% des professionnels n'hésitent pas à augmenter les salaires** ou encore à encourager les candidatures grâce à des avantages en nature.

Bien que la marge d'adoption d'outils digitaux reste importante en France, comparée aux 5 autres pays interrogés, il semble que ces derniers aient davantage identifié l'automatisation comme une solution pour soutenir l'activité et aider à faire face à la demande accrue de la période des fêtes.

Là est le véritable enjeu de cette reprise et **les sondés sont quasiment unanimes : pour 82%, la technologie est la solution à leurs interrogations**. D'ailleurs 50% d'entre eux utilisent déjà des solutions basées sur le cloud.

La technologie prend une telle place dans l'écosystème de l'hospitalité que **54% des répondants estiment que la prise de commande en ligne devient une nécessité** pour s'adapter aux nouvelles habitudes des consommateurs. Un constat relativement homogène partout dans le monde.

En Amérique du Nord : augmentation des salaires et désir de fréquenter les restaurants plus régulièrement

Pour fournir une photographie mondiale, Lightspeed **révèlent des disparités mais aussi des similitudes entre le marché de la restauration Français et Nord-Américain**, dans son dernier rapport publié le 14 octobre.

Tout d'abord, et de manière surprenante, compte tenu de leurs habitudes culinaires d'ordinaire assez éloignées de celles des Français, **51% des Américains déclarent se rendre plus régulièrement au restaurant pour soutenir l'industrie ; soit 3 points de plus que les Français**, dont la gastronomie fait pourtant partie intégrante de la culture.

Si en France **38% des entreprises sondées ont augmenté les salaires et offert de nouveaux avantages pour attirer et retenir leur personnel**, **59% des entreprises américaines** déclarent avoir effectué la même manœuvre pour pallier la pénurie de talents ; le résultat le plus élevé des pays sondés.

Enfin, la majorité (54%) des salariés Français de la restauration déclarent que **les clients sont plus compréhensifs depuis la réouverture des établissements**. Tandis qu'outre-Atlantique et d'après 62% des professionnels, la tendance contraire est observée.

Les conclusions de cette étude sont disponibles dans le [rapport sur l'état mondial du secteur de la restauration 2021](#).