

Restauration : l'écart se creuse entre la reprise en dépenses, boostée par l'inflation, et des visites toujours en retrait

The NPD Group dévoile sa dernière enquête

- ***The NPD Group prévoit un marché 2022 en recul de 5 % en dépenses et de 9 % en visites, par comparaison avec 2019***
- ***Le ticket moyen a bondi de 7 % depuis 2019, toutes occasions de consommation confondues en restauration rapide et en restauration à table***
- ***Quatre Français sur 10 déclarent qu'ils se rendront moins souvent au restaurant dans les prochains mois***
- ***Les Français préservent leurs sorties en famille***

Paris, le 8 novembre 2022 — À l'occasion de la publication d'une enquête consacrée à la restauration hors domicile*, [The NPD Group](#), qui a récemment [fusionné](#) avec Information Resources, Inc. (IRI®) pour constituer un groupe mondial leader et fournisseur de technologies, d'analyses et de données, livre ses résultats.

The NPD Group révèle ses prévisions pour 2022 : l'année devrait se terminer sur un recul de 5 % en dépenses et de 9 % en visites pour le total marché, par rapport à 2019 qui sert d'année de référence pré-Covid. S'appuyant sur un panel CREST de 18 000 personnes interrogées tous les mois sur leurs habitudes de restauration, The NPD Group fonde ses prévisions sur les données du marché RHD qu'il suit en France depuis 2004 et sur son expertise sectorielle unique.

Bilan 2022 à neuf mois : l'effet inflation

Même si le marché semble progresser plus vite et tendre vers la normale côté dépenses, cette bonne santé apparente repose en partie sur l'inflation. Le bilan des neuf premiers mois de l'année montre que le marché de la restauration commerciale est en recul de 11 % en visites et de 10 % en dépenses par rapport à 2019. La restauration rapide, qui a augmenté de 3 % en valeur en comparaison de 2019, a vu son ticket moyen s'élever de 7 % en trois ans, avec un pic de 10 % à l'heure du déjeuner. Côté visites, le circuit affiche toujours un retard de 3 % par rapport à 2019. La restauration à table reste à la traîne : elle est toujours en recul de 19 % en dépense et de 25 % en visites par comparaison avec 2019 avec un ticket moyen en augmentation de 7 % également et un pic de 15 % à l'heure du déjeuner.

Enquête : les Français face à la hausse des prix

Lors de l'enquête « Les Français face à la hausse des prix en restauration » réalisée en septembre 2022, 54 % des répondants ont affirmé que leur situation financière impactait leurs habitudes de consommation hors domicile, soit 7 points de plus qu'en avril 2022. Les 18-34 ans se montrent particulièrement sensibles au prix, puisqu'ils sont 65 % à déclarer changer leurs habitudes de consommation en raison de leur situation financière.

Arbitrage : famille je vous aime !

Si quatre Français sur 10 ont l'intention de se rendre moins souvent au restaurant dans les

prochains mois, ils semblent toutefois préserver certaines occasions particulières et faire des arbitrages. En effet, par comparaison avec avril 2022, les visites en famille ne reculent que d'un point, tandis que les sorties au restaurant entre amis reculent de neuf points et les déjeuners de travail de huit points (ratio net, part en pourcentage de consommateurs déclarant moins d'occasions soustraite de la part de ceux en déclarant davantage).

Maria Bertoch, experte foodservice au sein de The NPD Group, commente : « *Les résultats de cette étude montrent que les consommateurs prévoient de dépenser mieux plutôt que plus du tout, comme ce fut le cas lors de la crise de 2008. À l'époque, alors que 51 % des consommateurs allemands, britanniques, français, italiens et espagnols envisageaient de restreindre leurs sorties au restaurant, les résultats dans ces cinq pays avaient été moins impactés au final que prévu, avec un recul de seulement 2,3 % du total marché en 2009.* »

* « *COVID-19 Foodservice Uncertainty Impact Survey France Vague 2* », une enquête The NPD Group menée le 22 septembre 2022 auprès de 512 répondants (42 pages). Plus d'informations sur demande.