

Executive Summary



Juin 2022



Enseignements

Food Service Vision publie la 11^e édition de sa Revue stratégique de la filière restauration, couvrant la période mars-mai 2022. Cette analyse s'appuie sur les données collectées auprès de l'ensemble des acteurs, sur des interviews menées avec les dirigeants d'entreprises de la filière, sur un baromètre consommateurs, sur une veille multicanale permanente et sur des modélisations dynamiques qui permettent à Food Service Vision d'être au plus près de la situation du secteur et de l'enrichir par ses outils d'intelligence économique. Voici les principaux enseignements à tirer de cette Revue stratégique #11.

La restauration en forte reprise...

Pour la première fois depuis le début de la crise sanitaire, le marché de la restauration est positif en valeur en mai (+4 %). Depuis le début de l'année, il a réussi à limiter ses pertes à 2,1 milliards d'euros, contre 17,6 milliards d'euros pour la même période de 2021.

- La restauration commerciale évolue depuis avril en territoire positif, avec une performance de +7 % en mai 2022 vs 2019. Alors que la restauration collective demeure encore en retrait.
- Quant aux commerces alimentaires, ils poursuivent leur dynamique positive avec une croissance de 12 % en mai.

La demande est très favorable

- 96 % des consommateurs ont acheté un repas hors-domicile entre février et mai ;
- La restauration sur place est à son plus haut niveau de fréquentation depuis le début de la crise (84 %), alors que les autres canaux (vente à emporter, livraison, bars et cafés) se stabilisent ;

- La consommation sur le lieu de travail bénéficie d'un retour des actifs au bureau (91 % en mai 2022, contre 83 % un an auparavant).

Néanmoins la consommation de repas sur le lieu de travail fait l'objet de nouveaux arbitrages : les actifs privilégient de plus en plus le repas préparé à la maison au repas acheté en hors domicile : près de 6 repas sur 10 sont achetés en grande distribution ou préparés à la maison (vs 5 sur 10 il y a 3 mois)

Cette reprise s'explique par un ensemble d'éléments contextuels positifs

- Une levée quasi-totale des restrictions sanitaires à partir du mois de mars ;
- Un retour à la normale pour les salons et les foires ;
- Une météo printanière favorable ;
- Un bilan très positif des vacances de printemps avec une reprise des déplacements, une fréquentation en hausse des centres touristiques et un retour de la clientèle européenne de proximité. ■

... mais un contexte économique préoccupant

La guerre en Ukraine et les conséquences d'une nouvelle vague du variant omicron en Chine ont provoqué une forte hausse des prix de l'énergie, des matières premières et des produits agricoles, ainsi que des ruptures dans les chaînes d'approvisionnement pour un certain nombre de ressources. Le contexte économique s'est donc plutôt dégradé depuis la fin de l'hiver compliquant la reprise de l'après-Covid :

- Le PIB s'est contracté de 0,2 %* au premier trimestre ;
- La consommation des ménages s'est rétractée de 1,3 %* ;
- Après avoir augmenté en 2021, le pouvoir d'achat des ménages ; a baissé de 0,6 %* au cours des trois premiers mois de l'année ;
- Seules les statistiques de l'emploi sont demeurées favorables, avec un taux de chômage en baisse et une bonne tenue de l'emploi salarié.

**Source : INSEE*

L'incertitude sur les perspectives économiques entraîne une perte de confiance des ménages dans l'avenir et un attentisme dans les décisions de consommation. Malgré les dispositifs mis en place par l'État pour contrer les effets de l'inflation, le « reste à vivre » des ménages se contracte.

Néanmoins au global, les signaux présagent la perspective d'un bel été pour la filière. ■

Une filière déstabilisée par la spirale inflationniste

Le taux d'inflation de 5,2 % enregistré en mai constitue un nouveau record. Pour autant, il ne reflète pas la réalité des hausses de prix auxquelles les acteurs de la filière sont confrontés :

- Les tarifs généraux des distributeurs CHD sont en hausse de 13,9 % pour le 2^{ème} trimestre 2022, mais certains produits enregistrent des hausses encore plus importantes comme la moutarde (+23,9 %), la viande de bœuf (+28,2 %) ou les frites (+14,6 %);
- Le coût des matières pour un fast food a augmenté de 20 % entre octobre 2021 et avril 2022, et de 9 % pour une pizzeria ;
- Les restaurateurs et les chaînes sont contraints de répercuter ces hausses en partie : d'après l'enquête GNI – Food Service Vision sur l'inflation des prix, les restaurateurs indépendants ont en moyenne appliqué une hausse de 4,2 % depuis février. Pour l'instant, les consommateurs semblent accepter ces hausses, qu'ils trouvent « justes » à 42 %.
- Ce sont donc les opérateurs de restauration qui supportent l'essentiel du poids de la hausse des prix, en réduisant leurs marges et en dégradant leur modèle économique.

La RSE reste une priorité

La pression des consommateurs et l'évolution législative et réglementaire font de la RSE une préoccupation constante de la filière. De nombreux changements sont en cours comme :

- La relocalisation des approvisionnements en France ;
- Le développement des labels de qualité ;
- La réduction du gaspillage ;
- La mise en place d'emballages réutilisables, notamment dans les points de vente de la restauration rapide ;
- La réduction des consommations d'énergie ;
- Une attention soutenue à la qualité de vie au travail, à la valorisation des salariés, à l'aménagement des temps de travail et aux conditions de rémunération, dans un contexte de rareté de la main d'œuvre qui perdure. ■



Sommaire



Avant-propos

Le joli mois
de mai



3

L'appétit
retrouvé



6

Perspectives



1

Contexte
et environnement



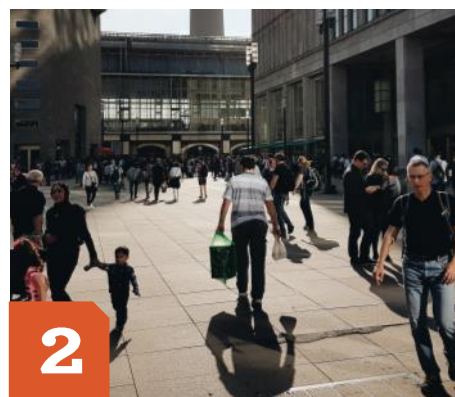
4

La reprise pour
tous, mais inégale



Décryptage

Didier Chenet
Président du
GNI-HCR



2

Le cap 2019,
enfin dépassé !



5

Transformations
sous contraintes



Get a sharper vision,
make better decisions.

EN SAVOIR PLUS

Food Service Vision
Contact@foodservicevision.fr



@FSV_fr

Grand entretien

DIDIER CHENET

PRÉSIDENT DU GNI-HCR

“ La crise que nous venons de traverser a mis en lumière les grands enjeux de nos métiers ”





Crise sanitaire, pénuries alimentaires, pénuries de personnel, inflation, évolutions du métier de restaurateur : le président du GNI-HCR a répondu sans concession à nos questions.

Ces trois dernières années, la profession été secouée par plusieurs crises qui se sont succédé. Selon vous, quelles traces profondes laissent ces crises sur les métiers de l'hospitalité ?

La crise sanitaire a mis en exergue la fragilité d'un certain nombre d'entreprises de notre industrie, due pour une bonne part au fait que nos entreprises sont sous-capitalisées. Pour démarrer, il n'est pas nécessaire de réunir des fonds propres importants, on fonctionne avec un fonds de roulement négatif, donc il faut que

l'activité soit permanente pour que cet équilibre se maintienne. Si l'activité s'arrête, comme ce fut le cas pendant la crise sanitaire, c'est comme à vélo : qui s'arrête, tombe. Cette fragilité de nos modèles économiques doit nous servir de leçon pour travailler sur notre résilience en cas de crises graves.

Une autre trace va rester très profonde : **le confinement a fait connaître aux salariés une autre vie et notamment une vie familiale, certes confinée, mais qu'ils ne connaissaient pas.** Il s'est donc creusé un écart considérable entre la vie d'avant et celle d'après. La première est apparue totalement décalée, car elle sacrifiait trop au travail. Il y a eu

une perception de ce que pouvait être une vie et un équilibre familiaux. La jeune génération est beaucoup moins disposée à sacrifier sa vie familiale au nom de la réussite professionnelle. **Or nous sommes une profession d'accueil et d'hospitalité, qui doit faire face à des contraintes d'organisation du travail qu'il est souvent difficile d'aménager.**

Pour autant, nous devons dans le même temps apporter un certain confort de travail au personnel. C'est un problème complexe qui mobilise les entreprises.

Je dirais enfin que la crise que nous venons de traverser a mis en lumière les grands enjeux de nos métiers : l'exigence d'une



gestion des ressources humaines en ligne avec les aspirations de la jeune génération ; l'importance de l'enjeu environnemental, y compris dans nos recrutements ; et la nécessité de la transition digitale, qui nous a bien rendu service ces deux dernières années.

Les pénuries alimentaires, les pénuries de personnel, l'inflation et bientôt les remboursements des PGE pourraient compromettre la reprise. Face à ces sujets complexes, comment la restauration peut-elle s'ajuster ?

La pénurie ne porte que sur quelques produits. Elle est moins sensible dès que l'on travaille avec des producteurs locaux. D'ailleurs, ces produits locaux, qui étaient plus chers, vont être vendus à des prix presque comparables aux

approvisionnements de masse à cause de l'inflation qui se répand au sein des différents circuits.

S'agissant de l'inflation, je note que les prix de la restauration n'ont pas augmenté autant que l'on pouvait le craindre vu les hausses de tarifs pratiquées par les distributeurs par exemple. Mais ce retour de l'inflation va avoir des conséquences sur les modèles économiques de nos métiers. Les professionnels vont probablement réduire en partie leur offre, dans un souci de bonne gestion. Mais ils agiront aussi sur d'autres sujets comme la réduction du gaspillage, la composition des recettes, la valorisation des déchets. Il faudra faire des économies sans affecter la qualité.



Quant aux PGE, oui, il faut les rembourser. Mais nous avons obtenu qu'il soit possible de contracter un PGE « résilience » pour rembourser un ancien PGE. Je regrette d'ailleurs que les banques demeurent encore très frileuses sur le sujet, mais il faut insister...

Enfin, nous essayons d'agir sur la pénurie de personnel.

La profession a augmenté les salaires de 16 % en moyenne.

Alors que 85 % des branches professionnelles ont un minima en dessous du smic, nous faisons partie des 15 % restants qui sommes au-dessus. Nous avons en outre révisé notre grille de classification en y intégrant

la reconnaissance de tous les diplômes et qualifications, y compris de branche. Un salarié justifiant d'une formation saura lors de son embauche que sa rémunération intègre cette qualification. Nous devons agir pour le pouvoir d'achat de nos collaborateurs, leurs conditions de travail et, j'ose le dire, leur confort au travail. Cette dernière notion est amenée à se développer même



dans la restauration. C'est ainsi que devons nous adapter à un changement profond du salariat avec notamment une tendance de plus en plus affirmée au temps partiel choisi et à l'intérim.

La restauration est au cœur de la vie de la cité. Comment pensez-vous que les autres acteurs de la filière (fournisseurs, distributeurs, investisseurs) pourraient contribuer au succès de vos métiers ? Quels types de soutien pourriez-vous demander aux pouvoirs publics ?

Pour les fournisseurs, leur façon de contribuer, c'est d'être le plus transparent possible sur le sourcing des produits.

C'est même une exigence, un engagement capital pour rassurer ses clients sur l'origine



du produit et même sur sa politique en matière de RSE. Quant aux investisseurs, ils doivent comprendre que les arbres ne montent pas jusqu'au ciel. Ils doivent accepter de se comporter comme des indépendants, se donner du temps, nous accompagner de façon raisonnable. **Nous ne sommes pas des métiers de court terme mais de moyen et long terme** et c'est ce qui fait d'ailleurs la solidité des entreprises patrimoniales. Enfin, vis-à-vis des pouvoirs publics, puisque la restauration et l'hôtellerie sont au cœur de la cité, alors il faut revoir la politique de logement de la ville. Il faut des quotas de logements réservés aux métiers qui ont des contraintes

horaires fortes, comme la santé ou l'hôtellerie restauration. Mais nous demandons aussi de revoir la fiscalisation de certains avantages en nature, s'agissant notamment du logement, des repas fournis aux salariés, du transport ou des crèches.

Quelles évolutions voyez-vous dans le métier de restaurateur ?

J'en ai déjà évoqué quelques-unes. Je pourrais citer aussi l'impact du télétravail, qui remodèle complètement la restauration du déjeuner, avec une prime forte à la vente à emporter au détriment de la restauration en salle ou de la restauration collective. Pour autant, je ne crois pas que la livraison soit la panacée pour la

restauration traditionnelle. De mon point de vue, son avenir et sa prospérité dépendent d'un dialogue enrichi entre la cuisine et la salle. **Il ne faut jamais oublier qu'un client vient au restaurant pour l'ambiance, la qualité et la traçabilité des produits et pour retrouver le plaisir des plats d'antan.**

Le GNI et Food Service Vision ont récemment conclu un partenariat pour créer un observatoire des activités des acteurs indépendants. Qu'en attendez-vous pour votre profession ?

Dans toutes les négociations que nous avons menées avec les pouvoirs publics durant la crise du Covid, j'ai toujours mis un point d'honneur à venir avec



DIDIER CHENET

Grand entretien

des éléments et des chiffres incontestables. C'est ce qui nous a permis d'alerter, d'anticiper, de négocier et de trouver des solutions. **Nous devons disposer d'un ensemble de données pointues et réactives qui donnent une représentation fidèle, objective, compétente, indépendante de la profession, car il y aura d'autres crises.** Food Service Vision nous apporte ce professionnalisme. Nous vous avons choisis pour votre science des données et pour l'intelligence avec laquelle vous les analysez. Votre approche à la fois précise et diversifiée dépasse les limites de notre simple profession en intégrant aussi des évolutions sociologiques et de consommation. C'est très précieux pour nous. ●

