

Executive Summary

Septembre 2022

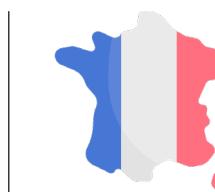


L'euphorie et les nuages

Depuis mai 2022, le chiffre d'affaires de la restauration évolue en territoire positif par rapport à 2019, avec un pic atteint en août à + 9 % et une croissance de 8 % sur la période juin-août. En tendance consolidée sur la période janvier-août, la restauration retrouve son niveau de chiffre d'affaires de 2019. Cette performance remarquable est due à la saison exceptionnelle réalisée par la restauration commerciale (croissance supérieure à 12 % entre juin et août), alors que la restauration collective se rapproche très progressivement de son niveau de 2019. Cependant, cette hausse du chiffre d'affaires de la restauration commerciale est essentiellement dû à l'inflation. ■



Une saison touristique historique qui a surtout bénéficié à la consommation sur-place et aux bars et cafés



- 7 Français sur 10 sont partis en vacances cette été dont 75 % sont restés en France, ce qui représente environ 2 millions de touristes supplémentaires. Le taux d'occupation moyen dans l'hôtellerie a atteint 73%, en augmentation de 14 % par rapport à 2021, avec des dépenses en hausse de 10 %.

- 25 millions d'étrangers ont visité l'hexagone, autant que durant la même période de 2019, au bénéfice notamment de Paris qui a enregistré 9,9 millions de visiteurs en juillet et août. ■

La fréquentation estivale a essentiellement favorisé la consommation sur-place (+ 4 points entre mai et août) et les bars et cafés (+ 10 points), alors que la livraison subit une baisse d'usage de 4 points sur la même période.

Qui sont les grands gagnants de l'été ?

L'évolution du chiffre d'affaires des principaux segments de la restauration en distingue quatre :

La restauration rapide
+19 %

Les cafés, bars, pubs, discothèques
+14 %

Les hôtels
+11 %

Le transport
+3 %

L'inflation reste une préoccupation majeure

Même si le rythme de hausse des prix a légèrement ralenti en août (5,8 % contre 6,1 % en juillet), rien ne laisse augurer une baisse sensible de l'inflation dans les mois qui viennent, essentiellement en raison de la hausse des prix de l'énergie (+ 22 % en août par rapport à août 2021), ces derniers étant responsables de 58 % de l'inflation observée au cours du 2^{ème} trimestre, selon l'INSEE).

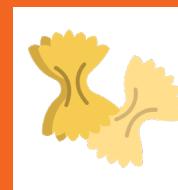
Dans la filière restauration, l'inflation continue de progresser :

- Les tarifs généraux des distributeurs affichent une hausse moyenne de 15,1 % au troisième trimestre 2022 (contre 13,9 % au deuxième trimestre).
- La hausse atteint même 19,5 % dans le surgelé et 15,4 % dans l'épicerie

Ces hausses ne sont encore que partiellement répercutées chez les consommateurs mais la hausse des prix des cartes se confirme face à l'enjeu de rentabilité des établissements. ■

Quels sont les produits alimentaires qui ont augmenté le plus ?

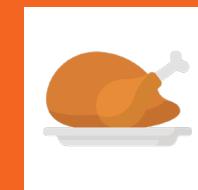
(Chiffres du troisième trimestre 2022)



Pâtes alimentaires de qualité supérieure
+33,8 %



Découpes de poissons surgelés
+24,1 %



Poulets
+17,5 %

Des inquiétudes fortes sur la gestion de l'énergie



Les acteurs de la restauration manifestent une réelle inquiétude concernant la gestion de l'énergie, avec une perspective de hausses très élevées mais plafonnées à 15 % au cours de l'année 2023, des exigences de baisse de la consommation entre 18 et 20 heures et les difficultés liées à la renégociation des contrats, à l'identification et la mise en œuvre de nouvelles sources. « L'énergie, on travaille dessus pour diminuer la facture. C'est compliqué. On réduit les éclairages de 40 % », déclare un hôtelier. ■

Des modèles économiques mis sous tension, une rentrée incertaine



En dépit des bons résultats observés durant l'été, les modèles économiques de la restauration sont mis sous tension par une augmentation des charges (hausse des coûts de l'énergie et des salaires), une pénurie sur un certain nombre de produits, un manque chronique de personnel et un certain nombre de dispositions de la loi AGEC. (mise en place de solutions de tri, d'achat de vaisselle réutilisable, de nouveaux circuits de lavage, obligation de recyclage à 100 % en 2025 des emballages en plastique à usage unique...).

La dynamique de la consommation au cours des prochains mois pourrait être freinée au moment où la restauration doit faire face à, une hausse des charges et à une baisse des marges, observée notamment cet été.

En août, 33 % des Français affirmaient leur intention de moins dépenser au restaurant dans les prochaines semaines (contre 24 % en mai).

Le dernier trimestre 2022 devrait néanmoins rester à des niveaux solides par rapport à 2019 grâce à la vigueur de l'emploi, des flux B2B, du tourisme international et de la comparaison favorable avec une année 2019 impactée par la crise des Gilets Jaunes et les grèves.

Pour l'année 2022, en synthèse de notre prévision, le chiffre d'affaires du marché CHD pourrait se situer à +3 % vs 2019. ■

Méthodologie

La 12^e édition de la Revue stratégique Food Service Vision sur la filière restauration s'appuie sur les données collectées auprès de l'ensemble des acteurs, sur des interviews menées avec les dirigeants de 65 entreprises de la filière, sur un baromètre consommateurs, une veille multicanal permanente et des modélisations dynamiques.

L'ensemble de ces outils permet à Food Service Vision d'être au plus près de la situation du secteur et de l'enrichir par ses outils d'intelligence économique. ■

Sommaire



1

Contexte et environnement



2

Un été historique



Avant-propos

L'embellie estivale sera-t-elle durable ?



3

Les touristes français et étrangers moteurs de la consommation



6

Perspectives



Décryptage

Éric DUMONT
Président du Groupe Pomona



4

Une euphorie estivale pour certains segments



5

Des modèles économiques sous tension



Get a sharper vision,
make better decisions.

food
service
VISION

EN SAVOIR PLUS

Food Service Vision
Contact@foodservicevision.fr



@FSV_fr