Un été très chahuté pour la restauration

La nouvelle édition de la Revue Stratégique de Food Service Vision montre que les arbitrages de dépenses chez les consommateurs et les épisodes de canicule ont modifié les rythmes et rites estivaux de la restauration, dans un contexte d'activité étale entre juin et août.

L'été 2026 n'aura pas produit l'embellie attendue de la restauration, après un printemps plutôt atone, même si certains segments de la consommation hors domicile ont affiché de belles performances. Tels sont les principaux enseignements de la Revue Stratégique #28 réalisée par Food Service Vision, leader de l'intelligence économique de la filière restauration.

La consommation hors domicile a enregistré une croissance nulle entre juin et août, en ligne avec la tendance observée depuis janvier. Les différents segments de la restauration sont confrontés au même résultat, le commerce de proximité faisant timidement exception à la règle avec une croissance d'un peu plus de 1 % entre juin et août. En matière de fréquentation des points de vente de restauration, l'érosion se confirme, avec une baisse de deux points par rapport à la même période de 2025.

La restauration rapide résiste davantage

Ces résultats ne sont pas une surprise, étant donné le contexte dans lequel a évolué la restauration au cours de l'été. Les clients des restaurants sont dans une phase d'arbitrage de leurs dépenses non contraintes, sur fond de recul du pouvoir d'achat des ménages (- 0,5 % au deuxième trimestre). Or, la restauration est le troisième poste le plus arbitré, derrière l'habillement et les sorties culturelles. Et lorsqu'ils se rendent néanmoins au restaurant, les convives consomment moins d'items, les boissons alcoolisées étant le premier poste sacrifié devant le fromage et les entrées. En outre, les écarts se creusent entre les ménages dans le rapport à la restauration, selon leur niveau de revenus. Les plus aisés changent peu leurs habitudes de fréquentation, tandis que les moins aisés réduisent leurs visites.

Dans les différents segments, la restauration rapide résiste davantage, même si elle affiche une croissance nulle entre janvier et août. La restauration hôtelière s'est plutôt bien tenue, surtout dans l'hôtellerie premium. Mais le grand gagnant de l'été est le segment des cafés/bars/pubs, porté par la Coupe du monde de football… et les fortes chaleurs qui ont favorisé la consommation de boissons et des sorties plus tardives.

À l'évidence, la perspective d'étés sous forte chaleur affectera dans les années à venir la façon dont est rendue la prestation de restauration, avec des horaires d'ouverture plus tardifs, une modification de l'organisation du travail, des évolutions dans l'offre et dans l'aménagement des restaurants avec l'installation de climatiseurs ou d'équipements qui réduisent la température.
Il ne s'agit plus d'une simple adaptation, mais d'une forme de réinvention, surtout dans les régions qui ne sont pas habituées aux fortes chaleurs.



Parmi les autres enseignements à retenir de la Revue Stratégique :

- **Des prix relativement stables** : dans un contexte de regain de l'inflation, les acteurs de la restauration ont appliqué une hausse relativement modeste du prix des cartes (+ 1 % en moyenne).
- **Des magasins de proximité qui gagnent encore du terrain** : leur activité a progressé en moyenne de 20 % entre juin et août, alors que celle de la boulangerie-pâtisserie a baissé d'un peu plus de 1 %.
- **Des intentions de dépense en forte baisse** : au cours des trois prochains mois, 32 % des consommateurs indiquent vouloir diminuer ou cesser leurs dépenses de restauration, une hausse de plus de 7 points par rapport à l'été 2025

Une possible embellie à l'automne ?

L'arrière-saison pourrait toutefois se révéler plus positive. Météo France anticipe un automne plus chaud que la normale et la période sera marquée par des évènements majeurs, comme les concerts de Céline Dion, la visite du pape Léon XIV ou le Mondial de l'Auto.

Food Service Vision a élaboré deux scénarios d'atterrissage du chiffre d'affaires de la consommation hors domicile à fin 2026 : -0,2 % pour le scénario bas plus pessimiste, et + 0,5 % pour le scénario haut.

MÉTHODOLOGIE
La Revue Stratégique est élaborée grâce à la mobilisation de l'ensemble des ressources data de Food Service Vision (dont le Panel Performance des chaînes, l'analyse dynamique de l'univers, le tracking mensuel du prix des cartes des opérateurs, le suivi des tarifs et des promotions des distributeurs, les données agrégées anonymisées de groupes de restauration…) et de ses différents partenaires data, dont NielsenIQ. En complément de cette data intelligence, Food Service Vision réalise chaque trimestre une centaine d'entretiens avec des décideurs de la filière de la distribution et de la restauration, et interroge les 1 100 convives de son Baromètre « Les Français et la restauration » et 400 établissements indépendants de son « Observatoire de la restauration commerciale ».

À propos de Food Service Vision
Leader en Europe de l'intelligence économique de la filière restauration. Grâce à ses 30 collaborateurs experts, à sa maîtrise des technologies de recueil et d'analyse des données, à sa connaissance intime des différents segments de la filière restauration, Food Service Vision produit études, veilles stratégiques, analyses de données et accompagne ses clients dans leur transformation et leurs décisions stratégiques. L'entreprise est basée à Lyon. **foodservicevision.fr**