#28 – SEPTEMBRE 2026

La Revue **Stratégique**

Extrait
réservé aux décideurs interviewés

Un été de combat et d'adaptation

Entre canicules, incendies et consommateurs plus sélectifs, l'été a creusé les inégalités entre acteurs, mais révèle la capacité de résilience du secteur.



foodservice vision
sharper vision
better decisions

Après la torpeur estivale, l'effet Céline Dion ?

La climatisation des bureaux et des logements aura alimenté le grand débat de l'été, et aura joué aussi le rôle de juge de paix dans la restauration. On pourrait juger la question anecdotique, elle ne l'est pas. Si, comme les experts en climatologie le prédisent, la France doit connaître de nouvelles périodes de longues et intenses canicules, le fait de savoir si un établissement de restauration est climatisé ou non pèsera de plus en plus lourd dans le choix des consommateurs dans les périodes d'été.

Un chiffre éloquent : pendant la période estivale, 59% des consommateurs ont recherché des endroits climatisés (centres commerciaux, cinémas, musées) pour consommer dans un établissement de restauration sur place.

Au-delà de cette quête de fraicheur, toute l'expérience attendue en restauration se trouve profondément transformée : horaires plus matinaux ou plus tardifs, fréquentation des terrasses en berne en journée, recours accru à la livraison, mais aussi modification radicale du « bol alimentaire » avec un transfert massif des repas chauds vers des repas froids et des boissons alcoolisées vers des boissons moins alcoolisées : c'est comme si la restauration française s'était mise à marche forcée à une réinvention de son modèle pour passer à l'heure espagnole avec plus ou moins de facilités.

Mais la chaleur n'explique pas tout. La restauration a démontré une fois de plus cet été qu'elle épousait les interrogations et les inquiétudes de l'ensemble de la population. Dans un contexte de pouvoir d'achat contraint, les consommateurs arbitrent de plus en plus : la restauration est le troisième poste d'économies après l'habillement et les sorties culturelles.

Le taux de fréquentation cet été s'est érodé de deux points par rapport à la même période de 2025. Une autre tendance s'affirme : les ménages classés CSP – font le plus l'impasse sur le restaurant alors que les CSP + changent moins leurs habitudes. Il ne faudrait pas que la restauration devienne une industrie de luxe et c'est une dimension à laquelle l'ensemble des acteurs doit prêter attention.



François BLOUIN
Président fondateur
de Food Service Vision

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



Dans ce contexte, pour se différencier, ***il faudra savoir travailler son excellence opérationnelle*** *pour capter les consommateurs quand et où ils veulent consommer »*

De l'ensemble des chiffres analysés dans cette nouvelle édition de la Revue stratégique, j'en retiendrai un : depuis le début de l'année le marché de la consommation hors domicile est à l'étal, et ces trois derniers mois ont enregistré des performances de 1 à 3 points inférieurs à celles de 2025. Mais comme nous le rappelons régulièrement, ce chiffre global cache une réalité disparate.

La restauration à table décroche nettement en particulier sur le déjeuner du midi en semaine qui finit par devenir un moment sinistré pour la restauration traditionnelle. La restauration rapide résiste davantage même si elle affiche une croissance nulle entre janvier et août, la restauration hôtelière s'accroche. Mais le 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. Quant à la concurrence des nouveaux acteurs, elle se durcit notamment celle des magasins de proximité qui, grâce à leur offre de snacking et au développement de leurs collaborations avec la restauration, ont vu leur activité progresser en moyenne de 20% au cours de la période juin à août.

A quoi ressemblera l'automne ? Il ne faut pas compter sur un rebond spectaculaire, dans un contexte macro-économique plutôt déprimé.

En revanche, les événements devraient apporter une bulle d'oxygène sur la fin d'année : il y aura l'effet Céline Dion, au moins en Île-de-France, dont les concerts génèreraient entre 800 millions et 1 milliard d'euros selon les estimations, la visite du pape Léon XIV en France ou le Mondial de l'Auto en octobre seront des générateurs d'activité, alors que le calendrier des vacances de la Toussaint ne générera cette année aucune possibilité de week-end de quatre jours…

Dans ce marché à fort aléa, nos scénarios pour fin 2026 sont prudents : entre -0,2 % et + 0,5 % de croissance par rapport à 2025.

Dans ce contexte, pour se différencier il faudra savoir travailler son excellence opérationnelle pour capter les consommateurs quand et où ils veulent consommer en mettant par exemple en place un « systemgastronomie » comme le décrit fort bien notre grand témoin, Bart de Vreese, CEO de Pokawa, l'une des enseignes les plus performantes de l'année.

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Sommaire



AVANT-PROPOS
Un été de combat et d'adaptation



1 L'été des extrêmes



2 Les consommateurs choisissent



3 Un marché étouffé



4 Des réalités très différentes



5 Une nécessité de s'adapter



6 L'agilité contrainte



GRAND ENTRETIEN
Bart De Vreese
CEO de Pokawa

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

L'outil de pilotage référent de la conjoncture du food service

Chez Food Service Vision, nous avons la passion de comprendre et d'expliquer comment le marché de la restauration se construit, vibre et se transforme.

Nous captons **les signaux faibles du marché**, nous interviewons consommateurs, professionnels et décideurs pour **identifier des tendances fortes**.

Nous modélisons des millions de lignes de **données d'achats et de ventes** de nos partenaires à tous les maillons de la chaîne de valeur pour **mesurer le marché avec précision.**

Toute cette énergie se retrouve synthétisée dans notre Revue Stratégique.

La Revue Stratégique est ainsi devenue **l'unique instrument d'intelligence économique**, qui mesure et analyse en profondeur, chaque trimestre, la situation économique et stratégique de toute la filière restauration.

À chaque édition, nous mobilisons nos savoir-faire d'études des consommateurs et des professionnels, nos relations privilégiées avec les institutionnels et l'ensemble de la filière, nos partenariats datas, mais également la **contribution de 100 décideurs,** au plus près de la réalité du marché et de ses enjeux.

*La Revue Stratégique répond à notre besoin de **mieux piloter notre quotidien** et d'avoir de la **vision sur le court moyen terme**. »*

Fournisseur

*« La Revue Stratégique offre une meilleure compréhension du marché, grâce à un **croisement de données**, avec des **lectures qui deviennent bien plus simples à lire.** Il y a le fond, mais aussi cette **capacité de le partager avec nos équipes** et d'avoir des échanges.*

Distributeur

Chaque trimestre nous partageons la revue stratégique en comex. Le bilan précis nous aide, mais surtout nous planifions mieux nos enjeux à venir grâce aux discussions sur les prévisions établies par Food Service Vision. Elles nous permettent de fixer notre cap. »

Groupe de restauration

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Regards croisés : connexion unique avec les acteurs

100 décideurs, 400 professionnels et plus de 1 000 convives interviewés chaque trimestre

100 interviews de décideurs

Distributeurs représentant **90 % du CA de la distribution** structurée,
Chaînes représentant **80 % du CA du marché de la restauration chaînée**
Hôtellerie, acteurs de la livraison, syndicats, offices de tourisme, solutions digitales…



Baromètre Convives

1100 convives interrogés chaque trimestre
28e baromètre « Les Français et la restauration. »
Fréquence mensuelle pour une mesure encore plus précise de l'évolution des comportements consommateurs

Baromètre Professionnels

400 professionnels interrogés chaque trimestre
14ème Observatoire auprès de 160 restaurateurs indépendants
Zoom adhérent GHR auprès de 200 restaurateurs et hôteliers

GHR

Instituts référents

Connexion directe aux instituts publics et privés référents
INSEE, Banque de France, Barclays, Atout France, G2A, Paris je t'aime, Nielsen IQ, …

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Regards croisés : évaluation et prévision par segment

Des données aval & amont, de sell-out, sell-in croisant données réelles et données déclaratives

Ventes « Sell-Out » des opérateurs

Panel Performance exclusif de chaînes de restauration
Traitement anonyme des sorties caisses réelles de plus de 5 500 points de vente sur 37 chaînes couvrant 53% du marché.

Interviews d'opérateurs chaînes, groupes de restauration, groupes hôteliers; acteurs de la livraison représentant **80 % du CA du marché de la restauration structurée**

Panel de points de vente indépendants
Partenariat avec Fyre sur le suivi de ventes réelles de 5000 points de vente indépendants

Analyse exhaustive des performances du circuit proxi sur la catégorie snacking en partenariat avec **Nielsen IQ**



Achats « Sell-In » des opérateurs

Partenariats avec des distributeurs &
partage de données anonymisées de distributeurs couvrant 90% de la distribution structurée
Interviews de Distributeurs spécialistes des **différents segments de restauration**
(RAT, RR, BVP, Collective…)
Déclaratifs d'achats d'indépendants et d'opérateurs structurés

Structure et univers du marché (nombre de PDV)

Analyse dynamique de l'univers
(ouvertures/fermetures d'établissements)
Comptage précis trimestriel via la collecte et le traitement
de l'univers et croisement de sources pour régulation des données

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Regards croisés : évaluation des impacts prix

Des données de prix des cartes des restaurants et des prix d'achat des restaurateurs pour mesurer les impacts prix, de quantifier l'inflation et les mix des ventes des cartes

Suivi des prix des cartes

Tracking mensuel des cartes des opérateurs grâce à des relevés terrain, web, et solutions digitales partenaires



WiiC MENU

DOOD

FYRE



Suivi des tarifs & promos distributeurs et prix d'achat des restaurateurs

Suivi permanent des prix d'achat des restaurateurs grâce à l'analyse mensuelle de factures réelles fournies par nos partenaires

Tracking mensuel des promotions de 23 distributeurs via Food Service Tracking®

Tracking trimestriel des 9 tarifs distributeurs leaders

foodservice tracking



Famille	Evol Prix 2T 2023 vs A-1	Nombre de références (communes entre les 2 trimestres)	Indice de fi
Total	14,3%	8 982	4
Confiserie de sucre	31,1%	111	3
Huiles	28,0%	213	4
Conserves de légumes	27,8%	574	4
erie, pains d'épices, pâtisserie indust.	27,4%	489	4
Vinaigres	24,9%	104	4
Potages	24,9%	180	2
tes, pains grillés et assimilés	24,8%	144	3
Pâtes alimentaires	24,8%	398	4
illons, fonds, fumets et jus	24,7%	352	4
diments et sauces froides	24,2%	651	4
Café, chicorée	24,2%	190	3
écule, semoule, tapioca, purée de pat.	23,2%	357	4
Sauces chaudes	21,9%	280	3

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Disclaimer – limitation de responsabilité

Ce document est confidentiel et réservé à l'utilisation unique du client. Toute reproduction ou diffusion, totale ou partielle sans l'autorisation expresse de Food Service Vision est interdite et constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

En particulier, il est **interdit d'utiliser des systèmes d'intelligence artificielle** sauf autorisation préalable écrite de FOOD SERVICE VISION pour :

- Intégrer tout ou des parties du contenu dans un système d'intelligence artificielle, de machine learning ou de traitement automatisé des données ;
- Soumettre, charger, transmettre ou exploiter les contenus via des outils d'intelligence artificielle générative (tels que, sans s'y limiter, ChatGPT, Copilot, Gemini, Claude ou tout autre outil équivalent) ;
- Utiliser les contenus dans le cadre de l'entraînement, du fine-tuning, de la validation ou de l'amélioration de modèles d'intelligence artificielle
- Exploiter les contenus de manière à permettre leur reproduction, extraction, analyse ou diffusion par un système automatisé.

Cette interdiction s'applique quel que soit le mode d'accès au système (API, interface web, logiciel tiers, etc.) et couvre également toute utilisation indirecte, y compris par des prestataires, partenaires ou sous-traitants du client. Toute violation de la présente clause est susceptible d'engager la responsabilité du client et de donner lieu à des poursuites, notamment au titre de la protection des droits de propriété intellectuelle et du secret des affaires.

Un travail mené selon la logique de « Best effort »

Les informations communiquées proviennent d'interviews, de sources publiques, des études multi-clients et des bases de données de Food Service Vision. Toutes ces informations et données sont considérées comme fiables. Food Service Vision fait les meilleurs efforts pour en contrôler la crédibilité, mais ne peut pas garantir l'exactitude pleine et entière, ni l'exhaustivité du contenu. En particulier, les variations de plus en plus fortes et les fluctuations d'activité peuvent entraîner des écarts importants entre les moyennes nationales d'un segment et les observations locales d'un acteur ou d'une enseigne.

Les **hypothèses de marché et les scénarios de prévision** constituent des hypothèses **raisonnées et la meilleure estimation à date, compte tenu des éléments de marché,** mais ne sauraient engager la responsabilité de Food Service Vision dans la prise de décisions en découlant. Compte tenu de la forte incertitude liée au conflit en Iran, aux multiples impacts des conditions météos estivales et leurs conséquences sur la chaine de valeur de la restauration, Food Service Vision met en place un dispositif permanent de suivi de l'actualité et de mise en place d'indicateurs avancés pour anticiper les effets de bord négatifs ou positifs liés à cette situation. Le client reste seul responsable de l'utilisation des scénarios émis et de toutes les conséquences directes ou indirectes qui pourraient en découler.

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



1

L'été des extrêmes

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Économie sous tension…

Un PIB stable… mais qui ne tire pas la demande



Source : Pinterest

PIB T1 2026 : - 0,2 % en volume
PIB T2 2026: + 0,0 % en volume
PIB T3 2026 : +0,2 % en volume

Le PIB est en légère croissance au cours du troisième trimestre traduisant une **croissance atone** et **insuffisante** au regard du **poids** et du **potentiel économique** de la France.

Essence et énergie: la pression ne retombe pas



Source : Pinterest

Les prix à la consommation sont tirés par le prix de l'énergie (+ 12,6 % sur un an en juillet) **et les services :**

- Juin: +1,80 % vs A-1
- Juillet: +2,1 % vs A-1
- Août : +2,4 % vs A-1

Les carburants restent au-dessus de 2 €/litre.

*« Le **ressenti** de l'inflation est **beaucoup plus fort** que l'inflation réelle »* Expert

Les Français voient leur pouvoir d'achat reculer



Source : Pinterest

Le pouvoir d'achat des ménages **recule ce trimestre : -0,5** % au **T2 2026.**

Le taux d'épargne baisse à 17,2 %, contre 17,9 % au trimestre précédent sous l'effet combiné de l'accélération de leur consommation et du recul de leur pouvoir d'achat.

Source : Insee veille presse

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

....aggravée par le choc des canicules

L'été le plus chaud jamais enregistré



Source : pinterest

L'été 2026 a connu **53 jours de vague de chaleur, contre 27 en 2025,** soit près de deux fois plus avec :

- Le **mois de juin le plus chaud** jamais enregistré.
- **Juillet 2026, le mois le plus chaud jamais mesuré** en France.
- En août, la troisième vague de chaleur a duré 23 jours, égalant le record de 1983.

Sécheresse et incendies : des records historiques



Source : pinterest

L'été 2026 a été marqué par :

- Une **sécheresse intense** : 70 % du territoire était sous restriction d'eau début août avec 99 départements en alerte.
- Des **incendies historiques** dépassant le record de 2022 : 98 000 hectares brûlés dont 42 000 dans le seul département de la Gironde.

Fort impact climatique sur les récoltes & élevages



Source : tdn

Ces records climatiques ont directement impacté les agriculteurs :

- **Maïs :** culture la plus touchée avec -30 % de pertes dans certaines zones.
- **Blé** : -3 % attendu au niveau national, jusqu'à -30 à -60 % localement.
- **Raisins/vendanges** : vendanges précoces et décalages de maturité.
- **Forte mortalité dans les élevages** de volailles et de porcins.

Source : Météo-France, veille presse, Rapport la France Agricole

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

La consommation quotidienne des Français résiste

La confiance des Français stagne à un niveau bas…



Source: Pinterest

Cet été, **la confiance des ménages est stable** à un niveau inférieur à sa moyenne de longue période (100 entre janvier 1987 et décembre 2025).

- **Juin :** 84
- **Juillet :** 86
- **Août :** 86

…mais, les ménages continuent de consommer



Source: Pinterest

La consommation des ménages en biens de consommation augmente sur l'été :
- Juin : +0,6 % en volume
- Juillet : +0,5 % en volume

La consommation alimentaire progresse également (juin : +0,2 %, juillet +0,7 %) malgré une reprise de l'inflation tirée par les produits frais dont les prix sont en hausse avec la canicule.

Et côté GMS **le marché progresse de +2,3 % sur le trimestre vs A-1**

NielsenIQ

La consommation en grandes surfaces *est en* ***forte croissance,*** *ce qui nous permet de gagner des parts de marché en France sur la consommation hors domicile.*

Chaine en GMS

Source Insee, Nielsen

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

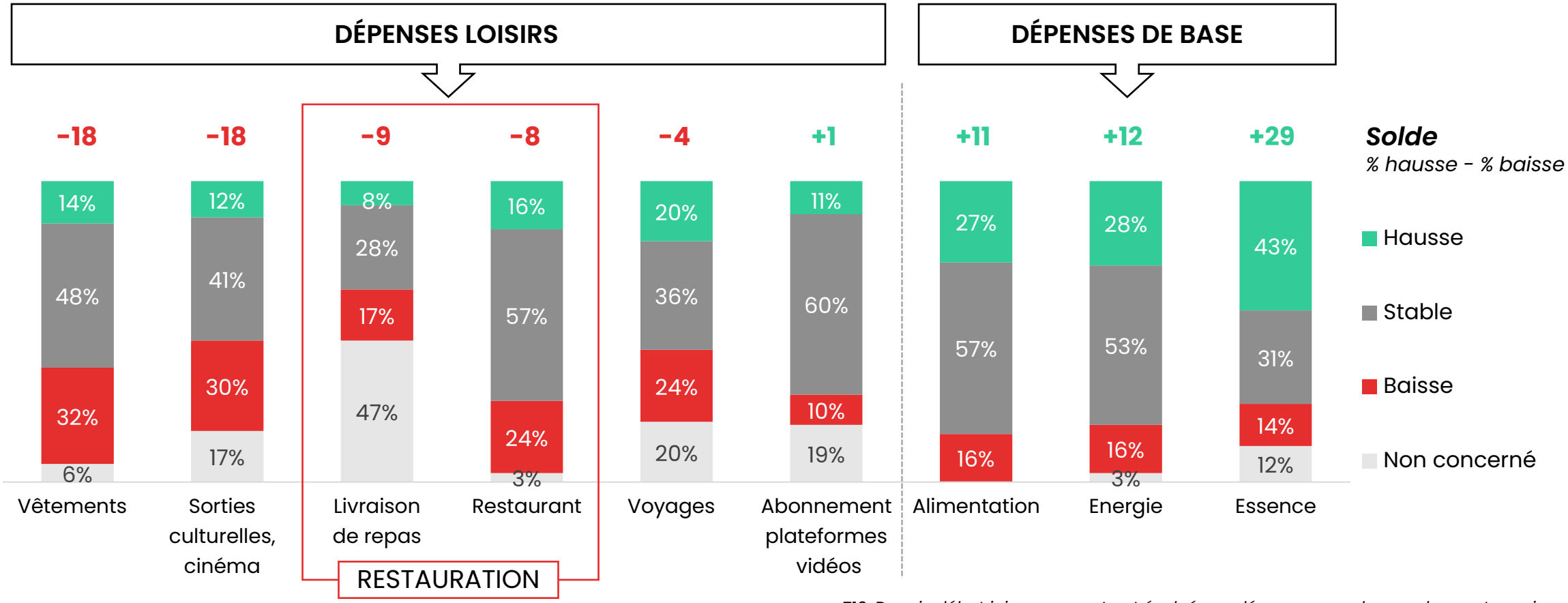


2

Les consommateurs choisissent

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

La restauration: 3e poste de dépense le plus arbitré



T10. Depuis début juin, comment ont évolué vos dépenses sur chacun des postes suivants ?
Base : Convives (505)

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Les convives changent leurs modes de vie…

Impact de la canicule sur les habitudes de consommation en restauration hors-domicile
% consommateurs



Repas froids ou crus privilégiés aux plats chauds

78%



Hausse de la consommation de BRSA

75%



Moins de sorties hors du domicile et au restaurant

68%



Baisse de la consommation de boissons alcoolisées

67%



Repas hors domicile le soir plutôt que le midi

56%

P9. Voici des phrases que nous ont dit d'autres consommateurs concernant l'impact de la canicule sur leurs habitudes de consommation hors domicile. Avec quelle phrase êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord ? Base : Convives (304)

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



3

Un marché étouffé

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Une saison décevante

*On est resté dans **un environnement morose** : pression sur le pouvoir d'achat, climat d'affaires non propice à la consommation, **le prix de l'essence toujours élevé**... »*

Groupe de restauration

*On a **des clients ambivalents : à la recherche du prix comme ils peuvent lâcher 30 euros par tête** quand l'expérience est bonne.... »*

Chaîne de restaurant à thème

*Une fois qu'on a son hébergement, **les choix de consommation se font au détriment de la restauration**. **Les gens mangent davantage en boulangerie ou superette**. C'est quelque chose qui est fort et qui nous remonte. »*

Expert tourisme

***Il y a un trade-off dans la dépense globale du consommateur final**. La fréquence reste, les clients vont au restaurant, mais ils dépensent moins »*

Cash & Carry

***On sort de juillet et août avec de la déception** car ça aurait pu être bien meilleur. **La saison est frustrante à plusieurs niveaux.** »*

Distributeur

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

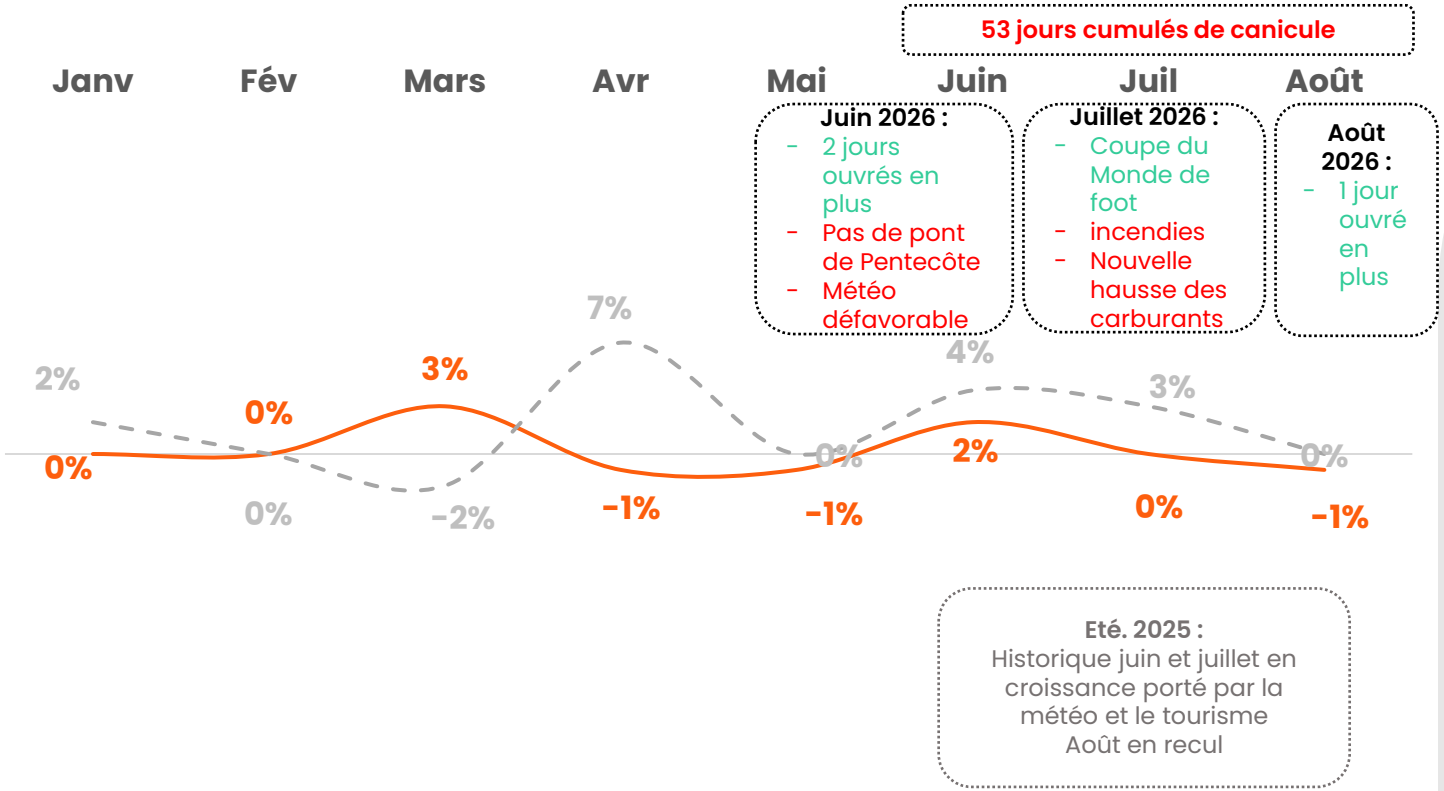
Un marché figé depuis le début de l'année

+ 0 %

YDT Jan - Août 2026 vs 2025

CONSOMMATION HORS DOMICILE

Évolution du chiffre d'affaires 2026 vs 2025



Après un mois de **juin en hausse de +2 %,** le marché ralentit sous les effets combinés de la canicule et des arbitrages de consommation.

La contreperformance **d'août** est notable, s'inscrivant **sur un historique à 0 %.**

Sur la période, et malgré un effet calendaire positif, le marché affiche des performances 1 à 3 points en dessous de celles de 2025. **En cumul, le marché est à l'étal depuis le début de l'année.**

***Disclaimer** : Les variations de marché constituent des hypothèses raisonnées et la meilleure estimation à date, compte tenu des éléments de marché, mais ne sauraient engager la responsabilité de Food Service Vision dans la prise de décisions en découlant.*

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



4

Des réalités très différentes

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



4 - Des réalités très différentes

Restauration Commerciale

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2025 Food Service Vision ®

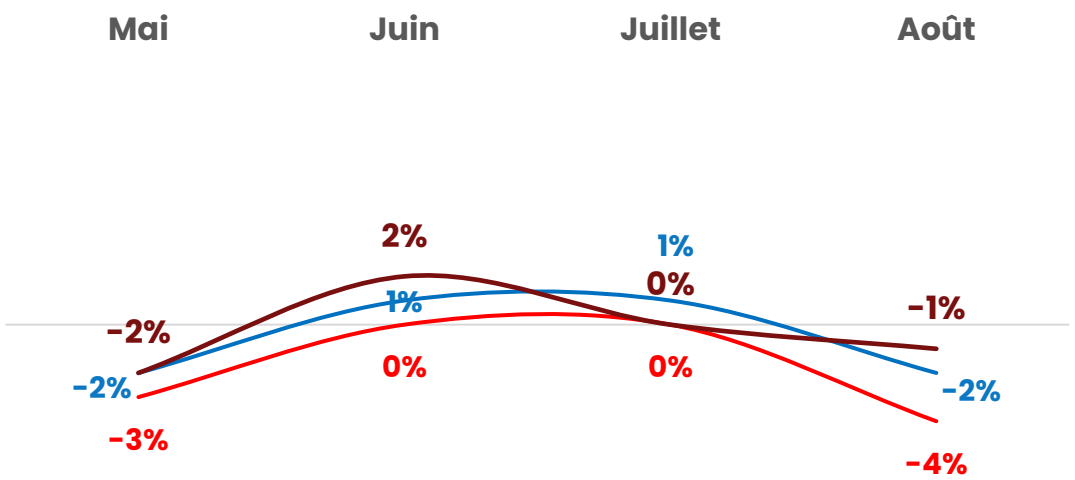
La restauration à table en recul marqué

YTD 2026 vs 2025

Jan-Août

R. COMMERCIALE	+ 0%
R. RAPIDE	+0 %
R. SERVICE À TABLE	-1 %

Évolution du chiffre d'affaires
(Vs A-1)



La restauration à table décroche nettement depuis le printemps. Tout juste à l'équilibre en juin et juillet, elle décroche en août (-4 %). Elle cumule depuis le début de l'année un recul de -1 % de CA.

La **restauration rapide** résiste davantage, avec, sur la période, 2 pts voire 3 pts en août d'écarts de performance mais peine à engendrer de la croissance (0% en cumul depuis janvier).

Le mois de juillet est atone pour toutes les formules.

1 La dynamique de CA de la restauration commerciale est la moyenne des 6 sous-segments de la restauration commerciale : restauration à table, rapide, cafés/bars/pubs, self-service, hôtellerie, transports et concession. Certains autres segments viennent donc relever la moyenne.

Estimation Food Service Vision

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Pour résister, les chaînes ont adapté leurs offres

Les offres froides soutiennent le trafic face à la canicule



Gaufre salée froide



Des enseignes peu positionnées sur le frais **adaptent leur offre aux pics de chaleur.**

- **Burger King** affiche sundaes et boissons à 1,50 € en vigilance orange canicule et 1 € en rouge.
- **Waffle Factory** lance une gamme de gaufres salées froides.

Les boissons froides bien travaillée (smoothies…) ont bénéficié de bons taux de prise.

Restauration rapide : les formats à partager s'imposent





Les **offres à dipper** et **les formats « mini » adaptés au partage** se renforcent en restauration rapide.

Subway, Pokawa et Chicken Street enrichissent leurs cartes de produits à tremper.

Restauration à table: Les formules tapas séduisent



Buffalo Grill teste avec « *Enjoy – Eat – Drink* » un concept de lieu de vie combinant **tapas, pinsas, cocktails, mocktails et bières à partager**.

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



5

Une nécessité de s'adapter

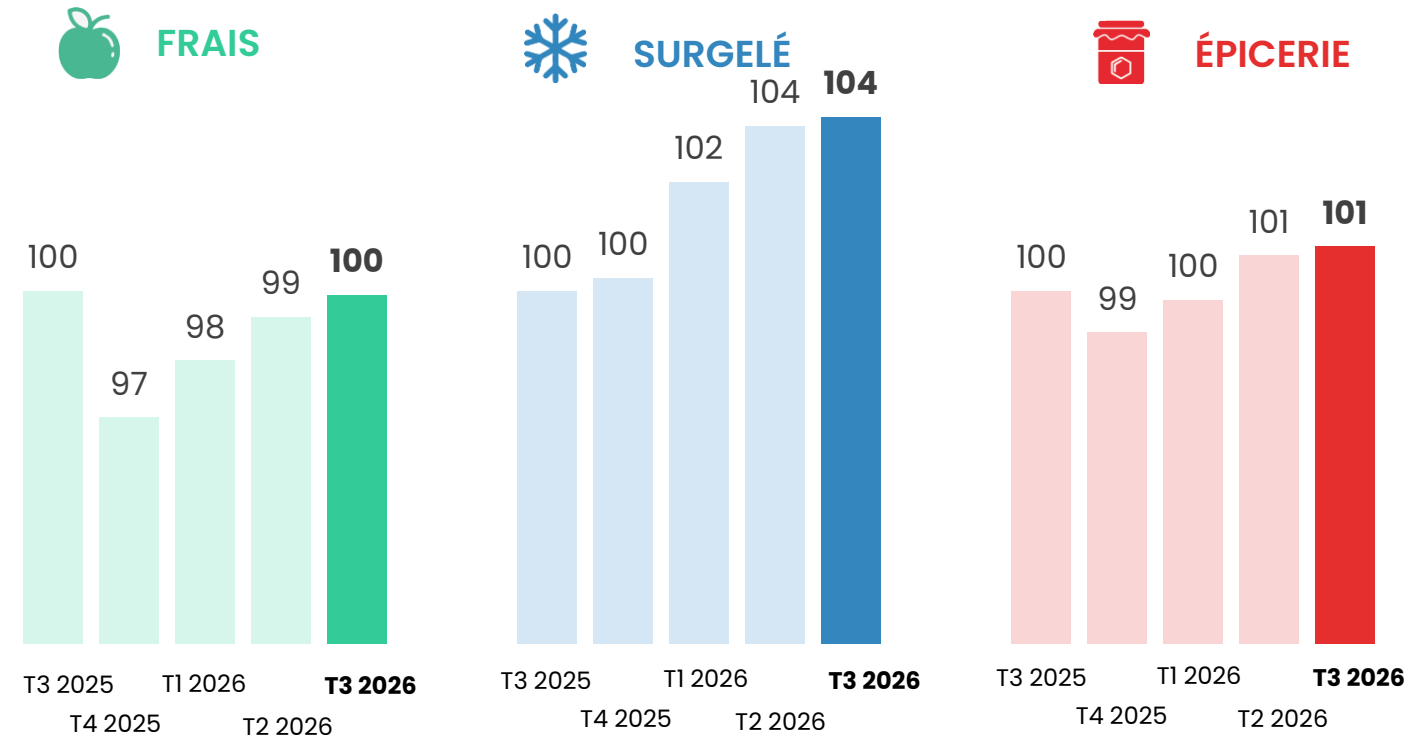
Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

L'inflation se stabilise, le surgelé reste en hausse sur un an

Indice cumulé des prix sur un an
Tarifs généraux distributeurs CHD
Alimentaire et Boisson

+ 1 %
T3 2026
vs T3 2025

Évolution des prix vs T-1 et indice cumulé
Tarifs généraux distributeurs CHD—Alimentaire et Boisson



Source : Base de données Tarifs Généraux Food Service Vision

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



6

L'agilité contrainte

- **Contexte**
- Les scénarios 2026
- Les défis du secteur

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Entre inquiétude et combativité

*Sur le marché **je vois du positif car avec les fermetures il y aura moins d'offres**. Fin 2026 aura un effet parc qui nous sera favorable. »*

Chaîne de restauration à thème

*On attaque la rentrée en conquérant, on a une activité à deux vitesses. **Il faudra faire des choix tous les jours, il faudra tailler dans le vif car il n'y en aura pas pour tout le monde.** »*

Industriel

*L'état d'esprit, c'est plutôt la **vigilance**. Je ne m'attends pas à des bonnes nouvelles dans les mois qui viennent, **je ne crois pas à une résolution instantanée des conflits** donc cela va peser sur les **carburants, sur les débats politiques** avec des débats budgétaires… **Les mois à venir vont être compliqués**. »*

Distributeur

*Oui, **pour septembre** on a une belle activité MICE sur septembre, ce qui va bien porter le mois. **Plutôt confiant pour derniers mois de l'année**. »*

Chaîne d'hôtels

*Les récoltes sont catastrophiques, **il y aura de gros problèmes de disponibilités produits**. Sur les petits pois et haricots les récoltes sont en baisse historique, c'est du jamais vu ! »*

Industriel

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Tourisme : la bulle d'air prévue dans un marché difficile

Arrivées aériennes en hausse mais recul du TO hôtelier



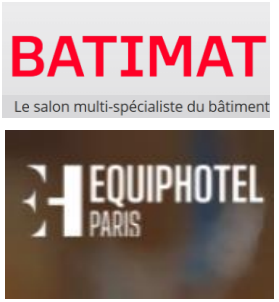
A Paris, **les réservations enregistrées** pour août, septembre et octobre **progressent** de +**2,9%.**

En septembre, les **arrivées aériennes** progressent de + **2,1 %** mais le **taux d'occupation hôtelier prévisionnel est de - 1,6 pts vs A-1** confirmant la tendance **aux réservations de dernière minute.**

Source : Paris je t'aime

Un calendrier évènementiel Btob très porteur





2 grands salons biennaux à Paris Batimat (28 sept.–1er oct.) et **EquipHotel** (2–5 nov.), vont soutenir la demande d'affaires et la fréquentation hôtelière.

Pour le salon SIAL Paris 2026 qui aura lieu en octobre : **85 % de la surface d'exposition disponible est déjà réservée**.

Source : SIAL, veille

Des évènements grand public soutiennent les flux





L'effet Céline Dion, du 12/09/26 au 29/05/27, au moins en Île-de-France, devrait générer **1Md€** de retombées économiques selon les estimations **d'Atout France.**

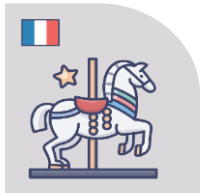
Aussi, la venue du pape Léon XIV (25 et 26 sept) devrait générer une **forte affluence à Paris** avec **600 000** personnes attendues.

« L'arrivée du pape va générer du trafic avec les déplacements en cars et sur les autoroutes. »

Acteur du travel

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Une envie de se faire plaisir moins affirmée face aux contraintes budgétaires



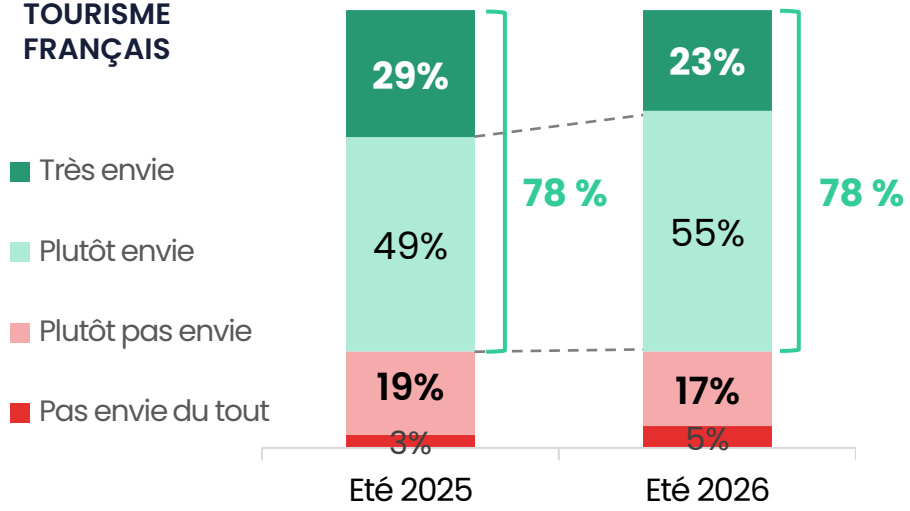
FRANÇAIS LOISIR



TOURISME FRANÇAIS

Envie d'aller au restaurant

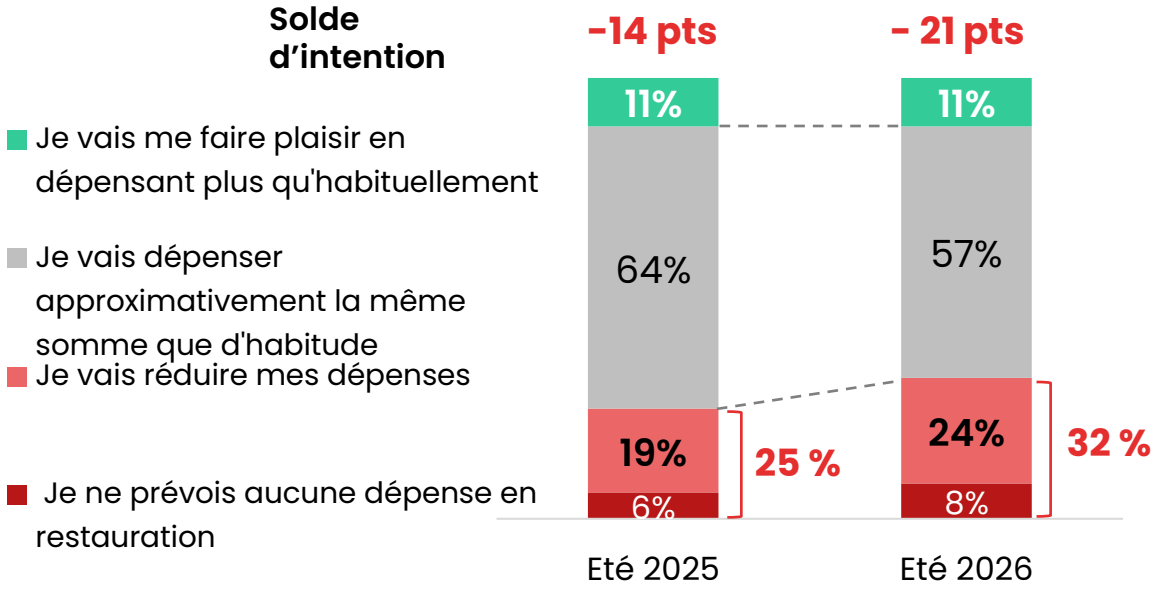
% convives



T17. Aujourd'hui, comment qualifierez-vous votre envie d'aller au restaurant pour y prendre des repas ? Base : Convives (303 / 502)

Intention de dépenses en restauration

au cours des 3 prochains mois
% de convives



T18. Et au cours des 3 prochains mois, au niveau de vos dépenses en restauration (restaurant sur-place, repas à emporter ou livraison) quelle phrase vous correspond le mieux… ? Base : Convives (303 / 502)

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision



6

L'agilité contrainte

Contexte

Les scénarios 2026

✔ **Les défis du secteur**

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®



GRAND ENTRETIEN

Bart DE VREESE

CEO de Pokawa

L’avenir est à une alimentation qui conjugue plaisir, nutrition, transparence et responsabilité ”

Décryptez les tendances et ajustez vos stratégies

Comparez

Vos performances chaque trimestre, avec celles du marché, et bénéficiez des clés d'explication des variations de valeur

Anticipez

les prévisions de vente et les scénarios à venir pour la construction de vos plans



Connectez

Vos équipes dirigeantes et opérationnelles avec les transformations du foodservice

Captez

les signaux faibles et anticipez les changements à l'œuvre dans les stratégies des opérateurs en 2026

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Tarification

	Service ponctuel	Service annuel
Revue de conjoncture trimestrielle	1 revue	4 revues
Présentation au Comex / Codir	✓	✓
✓ Personnalisation du rapport *(de marché, opportunités par segment)* ✓ Animation de workshop interne *(construction de plan, budget, etc)*	En Option	✓ En Option
Conjoncture forecast par catégorie de produits	En option	En option
	12,2 K€	41K€ HT au lieu de 48K€

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

Des revues au service de votre décryptage du marché



La Revue Stratégique

Chaque trimestre, une analyse approfondie de la conjoncture de l'ensemble des acteurs de la filière du Food Service pour décrypter les tendances et anticiper les évolutions.



La Revue Chaînes

L'analyse de la situation et des stratégies des chaînes de restauration, un document indispensable pour comprendre l'évolution de la restauration.



La Revue Boulangerie-Pâtisserie

L'analyse référente des mutations du segment de la boulangerie-pâtisserie et des comportements consommateurs pour construire votre développement auprès de ces acteurs.



La Revue Distribution

L'analyse référente des stratégies de la distribution hors domicile en France, pour repérer les mouvements des acteurs et anticiper l es mutations à venir.



La Revue des Restaurations collectives

L'analyse référente des enjeux et évolutions du marché de la restauration collective et décrypte les stratégies des sociétés de restauration collective en France.



La Revue décision d'achat

L'analyse des pratiques d'achat des restaurateurs, avec une vision des circuits d'achat, des impacts des promotions selon leur mécanique, afin d'optimiser ses investissements promotionnels.

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

La rédaction



François BLOUIN
Président fondateur
f.blouin@foodservicevision.fr



Florence BERGER
Directrice Associée
f.berger@foodservicevision.fr



Giuliano TEDESCHI
Business Analyst
g.tedeschi@foodservicevision.fr



Virginie PERNIN
Directrice études sectorielles
v.pernin@foodservicevision.fr



Claire DIEMER
Directrice études qualitatives
c.diemer@foodservicevision.fr



Yves Emmanuel TIENGOU
Directeur études quantitatives
y.tiengou@foodservicevision.fr

Document confidentiel - Tous droits réservés ©2026 Food Service Vision ®

foodservice vision

sharper vision
better decisions

10, rue des Émeraudes,
69006 Lyon

foodservicevision.fr