

# Executive Summary

MARS 2024

## La Revue Stratégique de Food Service Vision

Food Service Vision revient sur la trajectoire de la restauration en 2023 et analyse les premières données du début de 2024. Les deux premiers mois de 2024 se révèlent dans la lignée de la croissance de 2023, mais de manière plus modérée.



## Un chiffre d'affaires en hausse en 2023, porté par l'inflation

L'année 2023 s'est achevée sur une note positive avec une hausse de 9 % du chiffre d'affaires de la consommation hors domicile par rapport à l'année précédente, même si le rythme de croissance s'est singulièrement ralenti au cours de l'année. Les performances de la restauration commerciale ont suivi la même tendance, passant d'une croissance à deux chiffres au premier trimestre 2023 à 3 % en décembre, en retrait par rapport à la restauration collective (10 %). La restauration commerciale aura tout de même affiché une croissance de son chiffre d'affaires de 9 % en 2023, due essentiellement à la hausse du ticket moyen (+ 7 %) et, dans une moindre mesure, grâce à la fréquentation (+ 2 %). À partir du troisième trimestre, la fréquentation n'a plus progressé.

## 2024 démarre doucement, en raison des arbitrages des consommateurs

Pour les mois de janvier et février, la croissance du chiffre d'affaires de la consommation hors domicile a atteint 3 %, confirmant ainsi la tendance au ralentissement observée dans les derniers mois de 2023. La hausse du chiffre d'affaires de la restauration commerciale se stabilise à 2 % en valeur (3 % pour la restauration collective, + 5 % pour les commerces de proximité).

Pourtant, la fin décembre 2023 et les deux premiers mois de 2024 ont profité de la dynamique des vacances d'hiver, portée par les touristes français et les visiteurs étrangers. La montagne a tiré son épingle du jeu (notamment les massifs alpins) avec 82 % de taux d'occupation, en hausse de 9 % par rapport à la saison précédente (source ADN Tourisme).

Au plan économique, la situation s'est plutôt stabilisée. L'inflation atteint son plus bas niveau depuis deux ans, avec une hausse des prix de l'alimentation de 5,7 % sur un an en janvier et de 3,6 % en février, contre 7,2 % en décembre (et 15,9 % en mars 2023). Quant au pouvoir

d'achat du revenu disponible, il est reparti à la hausse au quatrième trimestre 2023 à + 0,7 % (source : INSEE).

### Les raisons d'une conjoncture en demi-teinte

- Le marché se resserre sur les gros consommateurs : au mois de février 2023, les convives qui se sont rendus plus de cinq fois au restaurant constituent désormais 36 % de la population et représentent 73 % des occasions de repas.
- Au cours des trois derniers mois, les consommateurs ont maintenu leur fréquence mais ont arbitrqué sur le contenu de leurs repas : 56 % d'entre eux ont sacrifié au moins une composante (en majorité les entrées).
- L'arbitrage des dépenses se fait au profit des vacances : 36 % des Français se sont fait plus plaisir en février 2024 pendant leurs vacances, soit 14 points de plus qu'en 2023. En dehors des périodes de vacances, les dépenses des consommateurs restent sous contrôle.

## La culture, première cible des arbitrages budgétaires des consommateurs

Même si les consommateurs affichent une tendance à limiter leurs dépenses de consommation au restaurant, il ne s'agit pas du premier poste d'arbitrage, loin s'en faut. À la question : « Dans les prochains mois, si vous aviez des arbitrages budgétaires à faire, quels types de dépenses réduiriez-vous en premier ? », le panel de consommateur interrogé par la Revue Stratégique répond :



## La détente sur les prix des matières premières se traduit sur les cartes

Après un dernier trimestre 2023 quasiment sans hausse de prix, l'inflation des tarifs des distributeurs s'est limitée à 1,2 % au cours du premier trimestre de cette année. Sur un an, la hausse moyenne s'est établie à 5,7 % sur l'ensemble des familles de produits. Ce ralentissement de l'inflation se traduit sur les cartes de restaurants dont l'augmentation est quasi-nulle (+ 0,2 %) sur le dernier trimestre, chaînés comme indépendants.

### Le top 5 des baisses de prix des produits destinés à la restauration

(1<sup>er</sup> trimestre 2024)

Volailles	- 1,7 %
Viennoiseries	- 1,9 %
Produits de la mer	- 2,1 %
Boeuf haché	- 2,5 %
Huile de tournesol	- 4,3 %

### Une disparité croissante entre les acteurs

La restauration rapide et la restauration à table affichent en janvier et février 2024 une croissance modeste de leur chiffre d'affaires (respectivement + 1 % et + 2 %), ce qui traduit une baisse de fréquentation des

consommateurs. Les chaînes de restauration à table sont plus à la peine que les chaînes de restauration rapide, avec des croissances négatives sur les deux premiers mois de l'année 2024.

On observe une grande

dispersion dans la performance des opérateurs de la restauration au sein d'un même segment de restauration, les écarts de performance se creusent, pour chaînés comme indépendants.



## Méthodologie

La Revue stratégique de Food Service Vision est l'unique instrument d'intelligence économique de la filière restauration. Elle analyse en profondeur, tous les 3 mois, la situation économique et stratégique de toute la filière restauration. Elle est construite sur la base de plusieurs baromètres consommateurs et professionnels exclusifs, d'une veille internationale, de l'analyse d'un grand nombre de données, notamment en matière de prix, qui permettent une modélisation dynamique des différents flux de consommation. 80 décideurs parmi les leaders du marché contribuent à enrichir la Revue d'éléments qualitatifs et quantitatifs supplémentaires.

## Un second souffle d'ici l'été ?

Le début d'année à petite vitesse constaté par les experts de Food Service Vision à l'occasion de cette Revue stratégique est-il susceptible de laisser la place à une accélération de la dynamique de croissance au cours des prochains mois ? C'est tout à fait possible, car les perspectives sont assez largement positives :

- **Le calendrier est particulièrement favorable au tourisme** : on compte notamment quatre jours fériés au mois de mai. Par ailleurs, le jeudi de l'Ascension tombe le 9 mai, soit le lendemain du 80e anniversaire de la fin de la seconde guerre mondiale, ce qui signifie que les écoles seront fermées les 10 et 11 mai.
- **Le calendrier des grands salons internationaux en France est riche pour la période à venir** (Vivatech, Fashion Week, Japan Expo...) et n'est pas altéré par la tenue des Jeux Olympiques. En outre, même si la phase finale de l'Euro 2024 se déroule en Allemagne (14 juin-14 juillet), il est

probable que l'évènement sera célébré dans les bars et restaurants par les fans de football français.

Au total, les restaurateurs sont plutôt optimistes : 78 % des indépendants sont confiants ou très confiants sur leur activité au premier semestre, soit 15 points de plus par rapport au trimestre précédent.

### Quels scénarios pour 2024 ?

**F**ood Service Vision prévoit une hausse de chiffre d'affaires de la restauration pour 2024, portée par une bonne dynamique de fréquentation liée à une forte activité touristique et un maintien des flux professionnels ainsi qu'une inflation des cartes modérée voire stabilisée. Les arbitrages consommateurs devraient se maintenir, mais davantage sur la réduction du nombre de composantes que sur la fréquence.



# Sommaire de la Revue Stratégique



## AVANT-PROPOS

A la recherche  
d'un second  
souffle...



**1**  
Une saison  
hivernale  
presque sereine



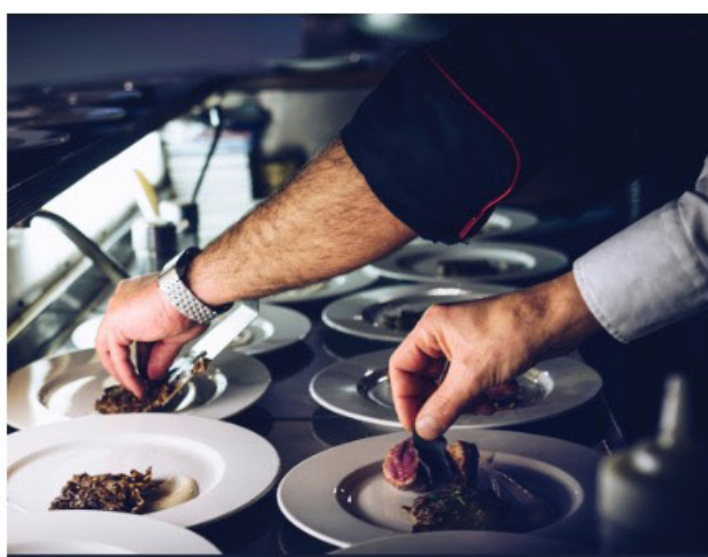
**2**  
Un marché  
en croissance  
modérée



**3**  
Les arbitrages  
consommateurs  
se détendent



**4**  
La croissance cache  
une grande disparité  
entre acteurs



**5**  
Une pression allégée  
sur les ressources



**6**  
Perspectives



## GRAND ENTRETIEN

Michel Sanson  
Président  
GECO Food Service





foodservice  
vision sharper vision  
better decisions

10, rue des Émeraudes, 69006 Lyon  
+33(0)4 37 45 02 65

[foodservicevision.fr](http://foodservicevision.fr)

