

-->

1. Industrie & Services

2018, année morose pour la restauration

Christophe Palierse 

Le mouvement des « gilets jaunes » s'ajoute à divers facteurs qui ont affecté la restauration à table cette année : intempéries de début d'année, grèves dans les transports, Coupe du monde de football. La restauration rapide fait, elle, preuve de vitalité, affichant une croissance de 1,6 %.

La restauration commerciale aborde la période des fêtes, moment clef pour le secteur, en petite forme. Après les intempéries du début de l'année (neige puis inondations), les turbulences printanières dans les transports– grèves à la SNCF et à Air France –, la Coupe du monde de football et son traditionnel impact, la canicule de l'été, les professionnels connaissent un automne « compliqué » avec le mouvement des « gilets jaunes ». Et ce dernier pourrait peser sur l'activité jusqu'à la fin de l'année.

Ouvertures

« *Je m'attendais à un bon mois de décembre jusqu'au 17 novembre* [premier samedi avec manifestation à Paris des « gilets jaunes », NDLR]. *Depuis, c'est compromis*, confie ainsi le président du directoire de Léon de Bruxelles, Laurent Gillard. *Après deux belles années pour nous, 2018 ne sera pas un bon millésime.* » Le spécialiste de la formule moules-frites devrait enregistrer un volume d'affaires annuel « *légèrement négatif* » à périmètre comparable. La baisse constatée à Paris et en Ile-de-France (-3 % à fin octobre) est pour partie compensée par sa croissance en province.

Globalement, la déléguée générale du Syndicat national de la restauration thématique et commerciale (SNRTC), Agnès Théodose, le confirme : « *2018 n'a pas été l'année espérée.* » La responsable de cette organisation qui réunit 1.700 établissements, soit près de 2,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires et plus de 37.000 salariés, constate que « *la croissance des chaînes est tirée par les seules ouvertures de nouveaux établissements* ».

Pour autant, certaines enseignes tirent leur épingle du jeu dans cet environnement morose. Repris en juin 2017 par Groupe Bertrand, dans le cadre du rachat de Groupe Flo, Hippopotamus se redresse spectaculairement. La relance, menée par son nouveau directeur général Philippe Héry, porte ses premiers fruits. La croissance des ventes a été de plus de 3 % sur les neuf premiers mois de l'année. Tout l'enjeu est désormais de la conforter avec le déploiement du nouveau concept de restaurant.

Del Arte, la chaîne de restauration italienne de Groupe Le Duff, affiche de son côté une hausse de son activité de 2,5 % (à périmètre comparable) pour les dix premiers mois de l'année. « *Nous sommes 2 à 3 points au-dessus du marché* », précise Antoine Barreau, le directeur général Restauration de Groupe Le Duff (avec aussi Brioche Dorée, Fournil de Pierre, Bruegger's, Tablapizza). Il déplore néanmoins l'impact du mouvement des « gilets jaunes » qui va « *coûter 1,7 point de croissance en novembre* », indique-t-il.

Moments hors repas

Mais, d'une manière générale, c'est surtout la restauration rapide qui fait office de locomotive sectorielle. Selon le groupe d'études NPD, le marché de la restauration hors domicile (RHD, y compris la restauration collective) progressait de 1,1 % en fréquentation à fin septembre sur douze mois glissants, soit 105 millions de visites supplémentaires pour environ 10 milliards au total. La restauration rapide contribue pour plus de 50 % à cette hausse, avec une croissance de 1,6 %. Le succès du burger ne se dément pas. Cette vitalité se traduit aussi en valeur, précise NPD : le ticket moyen du fast-food augmente de 1,4 %. Au bout du compte, les dépenses totales des consommateurs dans ce type de restaurants se sont accrues de 3 % (soit, 18 milliards d'euros sur un an). La restauration à table, quant à elle, reste stable en termes de fréquentation, le ticket moyen s'affichant en légère hausse de 0,6 %. « *Les difficultés du segment proviennent notamment de la contre-performance des cafétérias, en difficulté depuis plusieurs mois* », analyse Maria Bertoch, spécialiste de la restauration chez NPD.

Pour l'ensemble de la RHD, le ticket moyen a crû de 0,5 %, à 5,60 euros, pour un chiffre d'affaires global de 56,1 milliards, en hausse de 1,6 %. « *Ce sont les moments du hors repas – le matin et l'après-midi – qui tirent la croissance contribuant aux visites additionnelles* », conclut l'experte.

Le boom de la livraison à domicile bouleverse le secteur

C. P.

Portée par la révolution numérique et les applis pour smartphones, la livraison de plats à domicile se développe à grande vitesse.

Sujet à une âpre concurrence en France, comme en témoigne l'arrêt de Foodora en août, le marché de la livraison de plats à domicile n'en est pas moins en plein boom dans l'Hexagone. Porté par la révolution numérique et les applis pour smartphones, le mouvement embrasse toujours plus largement la restauration commerciale.

« *Le développement de la livraison est l'un des grands mouvements de l'année, constate le président-fondateur du cabinet d'études et de conseil Food Service Vision, François Blouin. On ne mesure pas encore l'impact sur le secteur de la restauration. Elle pourrait représenter 12 % du marché d'ici à trois ans. Cela change les règles* », ajoute-t-il.

Lame de fond

La branche française du géant américain McDonald's en est en quelque sorte le symbole. Avec ses près de 1.500 établissements dans l'Hexagone pour plus de 5 milliards d'euros de volume d'affaires sur douze mois glissants, elle est entrée sur ce marché en juin 2017 avec un premier test sur trois restaurants parisiens. Elle en compte désormais plus de 400. La livraison est assurée par Uber Eats et, pour certains, par Stuart. Ce canal de vente représente aujourd'hui entre 4 et 7 % du chiffre d'affaires des McDo en centre-ville.

Chez Léon de Bruxelles, « *c'est une lame de fond* », constate le président du directoire du spécialiste de la formule moules-frites, Laurent Gillard. Le dispositif repose sur une offre réduite, une cocotte idoine pour le transport des moules, des partenaires livreurs, et concerne « *surtout les grandes métropoles* ». Les livraisons à domicile représentent environ 1,2 % du volume d'affaires de l'enseigne. Del Arte devrait s'y mettre à son tour en 2019, quand Brioche Dorée, sa chaîne soeur au sein de Groupe Le Duff, a amorcé le mouvement en milieu urbain.

A contrario, le directeur général de La Boucherie, Christophe Mauxion, reste sur sa réserve. « *Notre parc est en périphérie, ce qui rend la livraison plus compliquée, et nous ne souhaitons pas dégrader notre produit* », explique le dirigeant. La chaîne teste en revanche la vente à emporter, une autre évolution forte pour les concepts de restauration à table.

Accélération

Simultanément, le vent de la réservation en ligne se lève. Les professionnels français restent très en retard par rapport à leurs confrères nord-américains ou britanniques, et, là encore, McDonald's est en pointe. « *Sur les quelque 10.000 établissements répertoriés dans les guides, 70 % ne proposent pas encore la réservation en ligne* », observe

Xavier Zeitoun, président et cofondateur de la société spécialisée Zenchef, qui a fourni sa solution de réservation à plus de 4.000 établissements. Et, selon ce dernier, « *la vraie révolution n'a pas encore eu lieu* », à savoir l'utilisation des données afin de personnaliser la proposition.