

# Les restaurateurs à la recherche de sources de croissance

*Les résultats de l'enquête cafés-hôtels-restaurants 2015 montrent que le moral des professionnels s'améliore un peu. La recherche de croissance passe en partie par le vin, avec une augmentation des références proposées, que ce soit à la carte ou verre.*

En France, environ **trois bouteilles sur dix** sont consommées dans la restauration. Afin de mieux suivre les évolutions du secteur, une enquête mutualisée au sein du CNIV et co-financée par FranceAgriMer est réalisée chaque année. Les résultats de 2015 reflètent une amélioration de la confiance au sein de la profession.

La timide reprise économique a encouragé l'installation de **nouveaux points de vente** dans le secteur des cafés-hôtels-restaurants, dont le nombre d'établissements progresse par rapport à 2014, surtout grâce **aux débits de boissons** (dont les chaînes type Starbuck et les bars à vins, toujours dans la tendance) et aux hôtels. Le nombre de restaurants, en revanche, a reculé, notamment à cause des fermetures d'indépendants. Au total, 183 000 établissements ont généré un chiffre d'affaires de **69,6 milliards d'euros** (+3%) dont 45,3 pour la restauration à table (+4 %).

## RESTAURATION À TABLE À DEUX VITESSE

Dans l'univers de la restauration à table (c'est-à-dire hors débits de boisson, restauration rapide/caféterias et hôtels sans restaurants), la cuisine traditionnelle reste majoritaire (52 %), mais a tendance à perdre du terrain au profit des **restaurants à thème** (pizzerias, orientale, crêperie, grill...), **brasseries et autres thèmes** (bio, burgers, cuisine régionale, sans gluten...).

L'écart se creuse entre les gros établissements, qui ont les moyens de répondre aux exigences de la réglementation et qui marchent bien, et les petites et moyennes structures, qui ont du mal à maintenir leur rentabilité, faute parfois d'avoir su faire évoluer leur offre. En parallèle, **les limites s'estompent** entre les différents circuits de restauration : des boulangeries ou des traiteurs proposent un accueil sur place, tandis que la vente à emporter ou la livraison se développent dans les restaurants.

Un restaurant « moyen » compte **58 couverts** (+1 par rapport à 2014) et a dégagé **412 600 € de chiffre d'affaires en 2015** (+1 %). Le ticket moyen par repas (TMR) a augmenté de 30 centimes en 2015. Le ticket moyen boissons atteint **8,7 € cette année, contre 7,5 € en 2014**.

## 44 % DU VIN ACHETÉ EN « DIRECT »

Les circuits d'achat de vin évoluent peu ces dernières années : les restaurateurs font appel à 2 ou 3 fournisseurs en moyenne. L'achat « au producteur » (vigneron, coopérative, négoce, agents) **reste privilégié**. Ce circuit représente **44 % des volumes** de vins tranquilles achetés. Les entrepositaires et grossistes (C10, France Boissons...) se placent en deuxième position, avec 22 % des

volumes achetés, devant les « cash and carry » (Métro, Promocash...) avec 13 % et les cavistes (10 %). La grande distribution et les sites spécialisés d'Internet ne représentent respectivement que 0,8 et 0,2 % des achats.

## NOMBRE MOYEN DE RÉFÉRENCES EN HAUSSE SUR LA CARTE

En moyenne, les professionnels ont à leur carte **50 références de vins tranquilles** de **sept vignobles** différents en 2015 (tous contenants, millésimes et couleurs confondus). La tendance de 2014 se poursuit et si les établissements proposent un peu moins de régions différentes, ils ont, en revanche, plus de références à leur carte pour chaque vignoble proposé. Les vins de Bordeaux, Provence, de la Vallée du Rhône et de Bourgogne restent les quatre origines les plus fréquemment proposées.

Depuis 2010, la moitié des volumes de vins tranquilles sont vendus en rouge. Comme en 2014, **la vente de vins tranquilles blancs a légèrement augmenté** en 2015 et s'élève à 25 % dépassant ainsi les vins rosés d'un point. La bouteille est toujours le contenant le plus choisi à 43% des ventes en volume, devant le pichet (25 % des volumes) et le vin au verre (22 %). Le vin au verre demeure incontournable, avec des origines **qui se diversifient** également. En moyenne, les établissements proposent neuf références de vin au verre à leur carte. C'est d'ailleurs un argument de vente : faire découvrir au client de nouveaux vins. Le prix moyen de la référence la plus vendue est **4,2 € en 2015** (3,80 € en 2013) pour une gamme qui se situe entre 3,40 € et 6,20 € le verre. ■



## LE VIN BLANC SEC PLÉBISCITÉ À L'APÉRITIF

Que boivent vos clients à l'apéritif (parmi un choix de boissons alcoolisées) ? C'est une nouvelle question qui a été posée aux restaurateurs en 2015. Le grand gagnant est le **vin blanc sec** qui remporte la majorité des suffrages (76 %), suivi du kir (71%), du rosé (66%) et du champagne (64%).

**CHIFFRES 2015 POUR LA RESTAURATION À TABLE, SAUF POUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES : 69,6 MILLIARDS D'€ POUR L'ENSEMBLE DES CAFÉS-HÔTELS-RESTAURANTS**

Source : CHD - CNIV - FranceAgriMer