Premiers chiffres de la réouverture

Food Service Vision a publié une nouvelle revue stratégique sur les premières leçons à tirer de la réouverture. En mai et juin 2021, l'équipe a réalisé 40 interviews de décideurs, leaders d'opinion, experts et syndicalistes de la restauration, ainsi qu'une étude quantitative auprès de 518 clients. Voici les principaux enseignements :

- Tout d'abord, la revue reflète les nouvelles attentes des clients : 88 % acceptent de consulter un menu imprimé, 77 % de choisir un repas dans une offre réduite et 71 % de scanner un QR code sur un carnet de rappel. Le télétravail a diminué : les actifs passent 70 % de leur temps au bureau, contre 64 % en janvier.
- La filière restauration a perdu 17,6 milliards d'€ de CA entre janvier et avril 2021 (contre 14,1 milliards d'€ sur la même période en 2020).
- En mai 2021, 64 % des consommateurs ont acheté un repas hors domicile et la réouverture des terrasses a fait monter la part de consommation sur place de 0 à 26 %.
- La boulangerie-pâtisserie a élargi son offre et propose de plus en plus des petites terrasses et places assises pour consommer sur place.
- 85 % des dirigeants de groupes et enseignes de restauration commerciale estiment avoir été bien soutenus par l'État.
- Le CA médian de la restauration a baissé de 31,8 % entre 2019 et 2020. Le résultat net a progressé de 59,8 % et l'endettement médian de 48,6 %.
- 78 % des indépendants en restauration de table vont poursuivre leur offre de livraison à domicile.

« Un vent d'optimisme souffle à nouveau sur la restauration. Ce qui est très rassurant, c'est que les clients reviennent et qu'ils expriment ainsi leur attachement pour les restaurateurs et leurs équipes. Il existe certes des problèmes d'organisation, mais le redressement de la filière devrait se poursuivre et s'accélérer d'ici la fin de l'année », affirme François Blouin, président fondateur de Food Service Vision.

Tour de table

Hausse des prix des matières premières, pénurie de personnel qualifié, transformations du marché… Neuf acteurs représentants les différentes professions du secteur donnent leur point de vue sur les grands enjeux de la rentrée.

Ont participé à ce dossier :
- **Veith Adelmann**, *directeur général de Rational France SAS*
- **Pierre-André Troncy**, *directeur commercial Charvet*
- **Jean-Philippe Boube**, *PDG SAS MARIN*
- **Olivier Béguier**, *président SAS ERCO et SAS Eurochef*
- **Laurent Sibille**, *président Codigel*
- **Éric Paulet**, *président de la SAS Evolution*
- **Stéphanie Audran & Franck Masson**, *chargés d'affaires associés Ingecor*
- **Gilles Castel** – *président de CINOV Restauconcepteur – administrateur et membre du bureau de RFE et président du Cabinet G.SIR*

■ Comment la hausse des prix des matières premières, et/ou les difficultés d'approvisionnement, affectent-elles votre activité ?

Veith Adelmann (fabricant) : Nos délais de production sont impactés, mais nous continuons toutefois à annoncer à nos clients les dates de livraison de leur matériel, afin de leur permettre de s'organiser au mieux et de ne pas les prendre au dépourvu. Nous ne prévoyons pas d'impact sur le prix de nos produits pour le moment, la phase que nous traversons étant très spécifique et limitée dans le temps.

Pierre-André Troncy (fabricant) : Les hausses des ma tières premières et des composants ont pour effet imme diat d'éroder les marges car le marché reste fortemen concurrentiel. Les tensions sur certains approvisionne ments nous obligent à des volumes d'achats plus conse quents qui entament la trésorerie.

Jean-Philippe Boube (installateur) : L'impact est signif catif : certains chantiers sont décalés ou allongés, ce q entraîne des décalages au niveau de la facturation et don de la trésorerie. Les délais trop longs entraînent aussi l clients vers des grossistes ayant du stock. Et il est diffici de répercuter les hausses, donc nous perdons de la marg sur certains dossiers, alors que nous avons une absen totale de visibilité sur les marchés publics concernant c hausses de prix.

Olivier Béguier (installateur) : L'impact est mineur en qui concerne les approvisionnements, mais les tarifs q flambent sont un réel souci. Pour beaucoup d'entrepris du secteur de l'installation, nous avons des marchés à bo de commande avec les collectivités qui ne peuvent êt réajustés « en claquant des doigts ». Nous sommes u nouvelle fois entre le marteau et l'enclume de la mên façon que nous l'avions été pour la loi LME.

Laurent Sibille (fabricant) : Les usines manquent de métal mais aussi de cartes électroniques par exemple. Les usines ont dû ralentir les cadences du fait des distanciations sur les chaînes ou des réductions d'effectif durant la pandémie. Jamais, en plus de 35 ans, je n'ai vu une telle pénurie. La hausse des matières premières et les annonces obligent maintenant à revoir les tarifs sur certaines gammes de manière plus forte que prévu, après que nous avons maintenu nos tarifs pendant dix-huit mois !

Éric Paulet (installateur) : Il nous est difficile de nous approvisionner sur les pièces électroniques, de répondre aux appels d'offres… Et il nous est impossible de maintenir des prix plus de deux mois !

■ **Comment palliez-vous ces difficultés ? Quels rôles pourraient avoir les acteurs du marché de la cuisine ?**

Veith Adelmann : Il est dans la philosophie de Rational de créer une relation de proximité avec les partenaires et

DR

fournisseurs. Par l'évaluation annuelle de nos fournisseurs, nous garantissons que les produits sont aptes, d'un point de vue énergétique, environnemental et sur le plan de la qualité. L'achat s'effectue exclusivement chez les fournisseurs agréés. Le processus d'amélioration continue, également inscrit dans la philosophie de l'entreprise, joue un rôle primordial dans la gestion des difficultés d'approvisionnement.