



Get a sharper vision, make better decisions.



# Food Service & Covid-19

## Revue stratégique #8

Septembre 2021

L'été de la reprise

DOCUMENT CONFIDENTIEL



**GECO**  
FOOD SERVICE



## Avant-propos

**Malgré les contraintes, la reprise est là...**



## Le Bilan détaillé de l'été

- A. La reprise sur tous les canaux
- B. Les priorités des opérateurs
- C. Le zoom : quels effets du pass sanitaire ?
- D. Le zoom : inflation et ruptures dans la supply chain



**Contexte et environnement**



## Et demain ?

- A. Un contexte propice et des Français attentistes
- B. Des flux de consommation en reprise vs. 2020
- C. Les scénarii pour demain
- D. Les défis de l'adaptation



**Le marché consolide son redressement**



## Grand entretien

**Marie-Odile Fondeur,  
GL events, Sirha**

# La composition de la Revue stratégique #8\*



45 interviews en août et septembre 2021



Le baromètre des professionnels de la restauration indépendante



Le baromètre des attentes des Français



Des bases de données exclusives



Une veille multicanale permanente



L'expertise des consultants de Food Service Vision



Des modélisations dynamiques

\* Les Revues Stratégiques sont publiées tous les trimestres depuis avril 2020.



# Contexte et environnement

1

# L'été marque un vrai rebond pour la profession



Une profession globalement satisfaite de sa saison, grâce à une **demande convive bien présente et malgré de multiples contraintes opérationnelles**



« Nous étions prêts pour la réouverture des restaurants, et avons anticipé les lignes de production, nous sommes contents de la saison.»

Fournisseur



« Malgré des problèmes opérationnels, nous avons fait un mois de juillet fabuleux, encore meilleur que l'année dernière.»

Distributeur



« Juin, juillet sont de très bons mois, l'impact de l'Euro a été positif. »

Chaîne de restauration

# Une dynamique enclenchée autour de la demande « loisirs »

## Une forte demande « loisir »

- Forte fréquentation des Français
- Retour de la clientèle étrangère européenne



## Les actifs sont de retour

- Retour croissant des salariés au bureau
- Reprise des évènements professionnels



« On a fait un été normal, avec moins de touristes étrangers, plus de touristes français, moins de monde dans les résidences secondaires. »

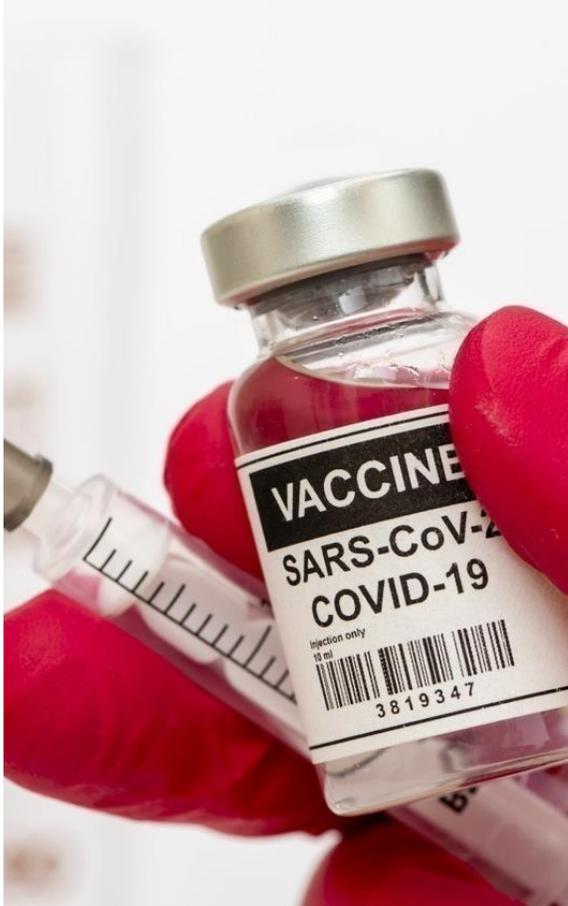
Office du tourisme régional



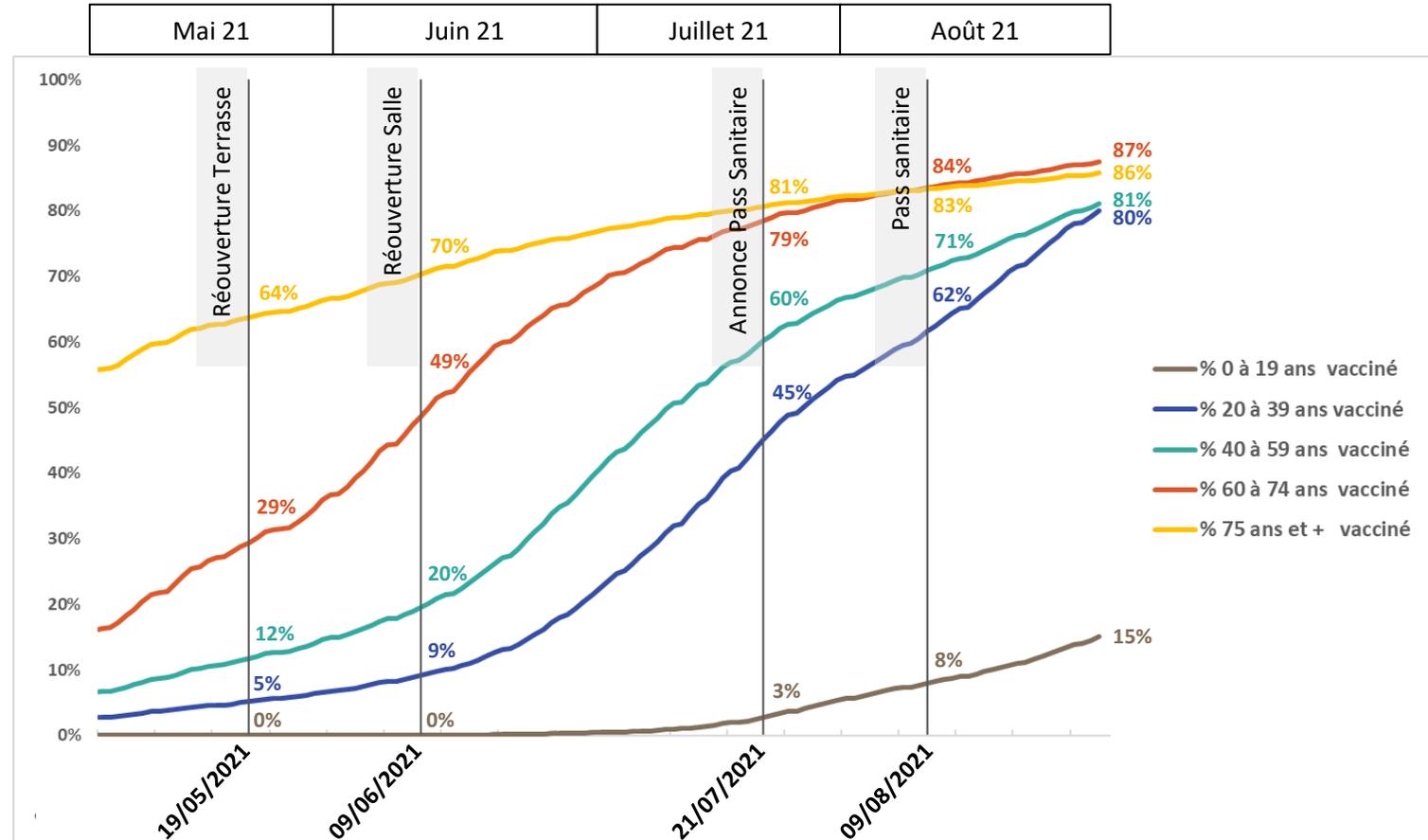
« Notre croissance se construit toujours sur une clientèle domestique bien supérieure à 2019 avec néanmoins les Belges, les Néerlandais et les Allemands bien plus présents »

Chaîne d'hôtels

# Une accélération de la vaccination à partir de début juin



Pourcentage de population complètement vaccinée par tranche d'âge



Source: Santé Publique France, INSEE, Covid Tracker

# De nombreux événements et festivals à nouveau autorisés



## Boîtes de nuits

- Réouverture : 9 juillet
- Jauge d'accueil de 75%, 100% en extérieur
- Obligation de présenter le pass sanitaire



« Moins de 30% ont rouvert, il y a trop de contraintes. Et elles sont vraiment contrôlées avec le pass encore une fois. En fait les discothèques côtières, sur des bassins saisonniers ont rouvert. Les villes moyennes aucune chance. Le Duplex à Paris a ouvert que très récemment. »

Industriel Boisson



## Concerts et festivals

- Autorisés depuis le 30 juin
- Jauge d'accueil de 75%, 100% en extérieur
- Obligation de présenter le pass sanitaire
- < 1 000 personnes : masque obligatoire, mais pas le pass sanitaire
- > 1000 personnes : pass sanitaire obligatoire



Certains concerts / festivals annulés.

# Une mauvaise météo a freiné l'activité



Cet été, **48%** des convives déclarent être moins allés dans les restaurants et les bars, car la météo n'a vraiment pas été bonne.

Source : Baromètre consommateur #8 Food service Vision, septembre 2021

Parole  
DE  
DÉCIDEUR

« Malgré une météo moins bonne que l'année dernière, on a fait pratiquement un été « normal » en termes de fréquentation et de volumes. »

Office du tourisme régional

# De fortes tensions sur les RH et la supply chain



De graves **problèmes de personnel** à tous les niveaux de la chaîne de valeur



Des **pénuries importantes** sur des catégories de produit



Une **inflation sur les matières premières** présente dès le mois de juillet



« Le covid a mis fin à beaucoup de carrières dans la restauration, des gens en ont profité pour faire autre chose. La pénurie de main-d'œuvre est très impactante, même chez les étudiants. »

Chaîne de restauration rapide

« On a eu de grosses pénuries sur certains produits cet été, cela a créé beaucoup d'insatisfaction auprès de clients qui étaient déjà en forte tension à cause du manque de personnel. »

Distributeur

« Dès le mois de juillet, on a dû renégocier les prix avec nos fournisseurs d'huile, d'emballage...Et cela continue sur toutes les catégories de produits sur la rentrée. »

Distributeur

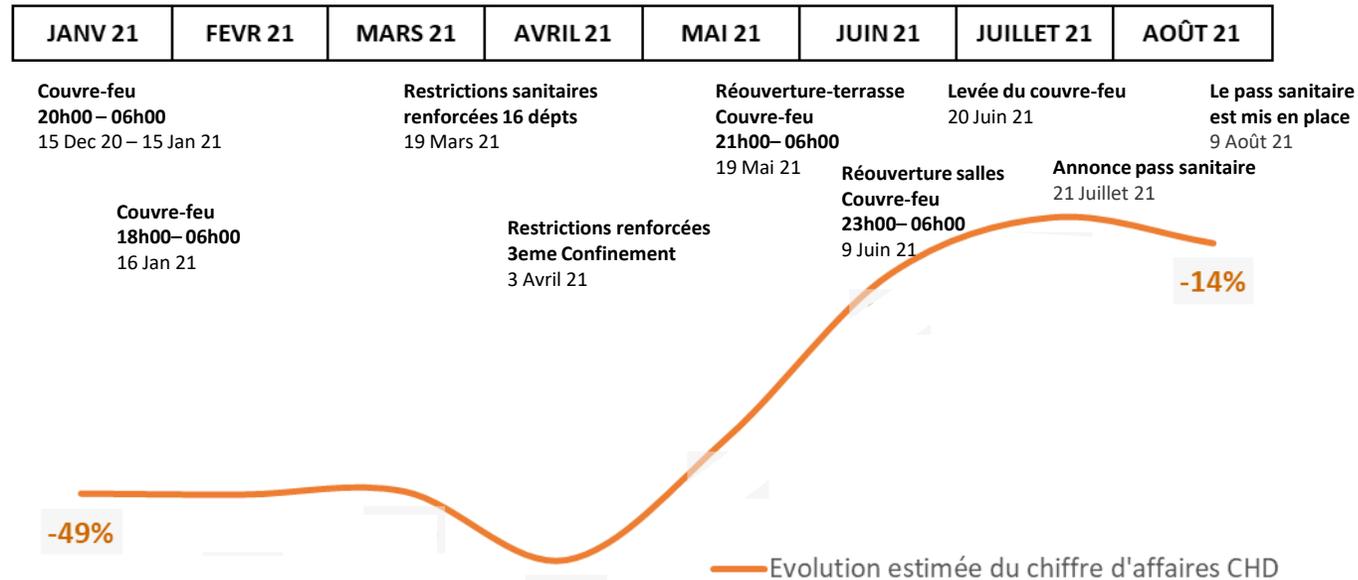


# Le marché consolide son redressement

2

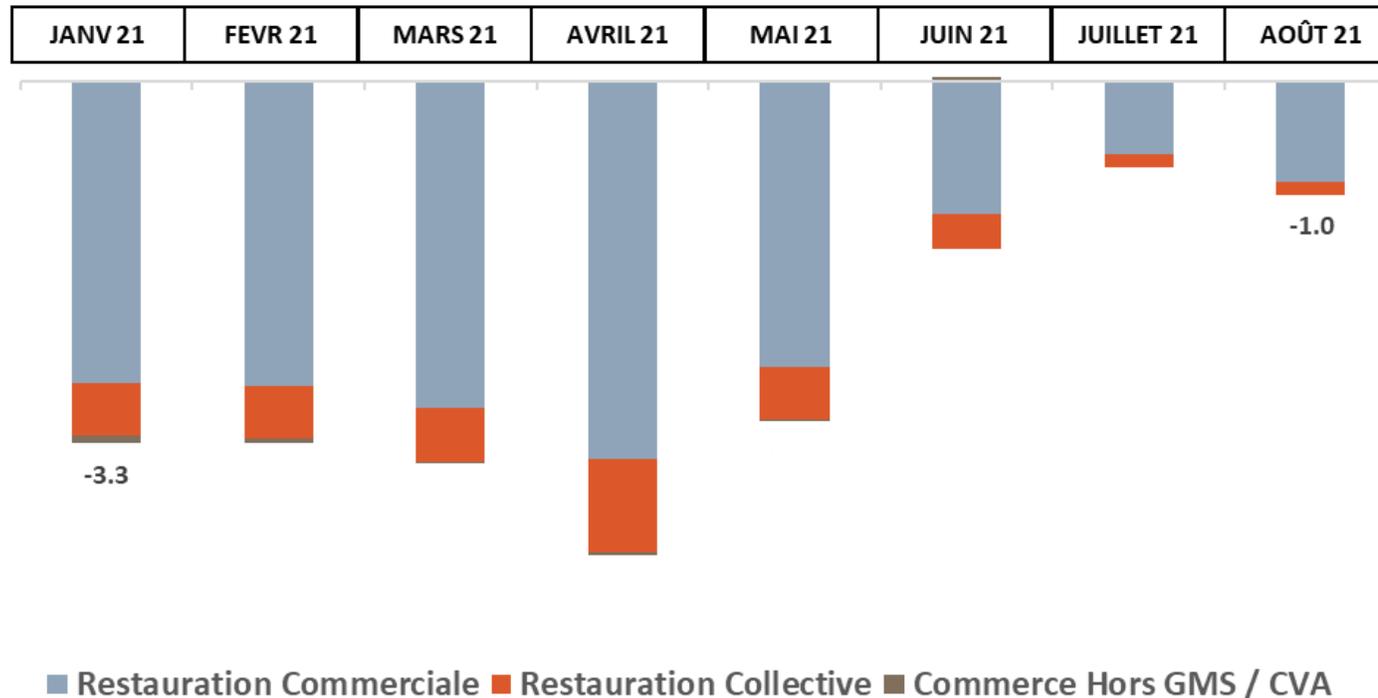
# La période estivale accélère le redressement initié en mai

Évolution du chiffre d'affaires 2021 en % vs. 2019



# Le niveau de perte cumulée à fin août comparable à celui de 2020

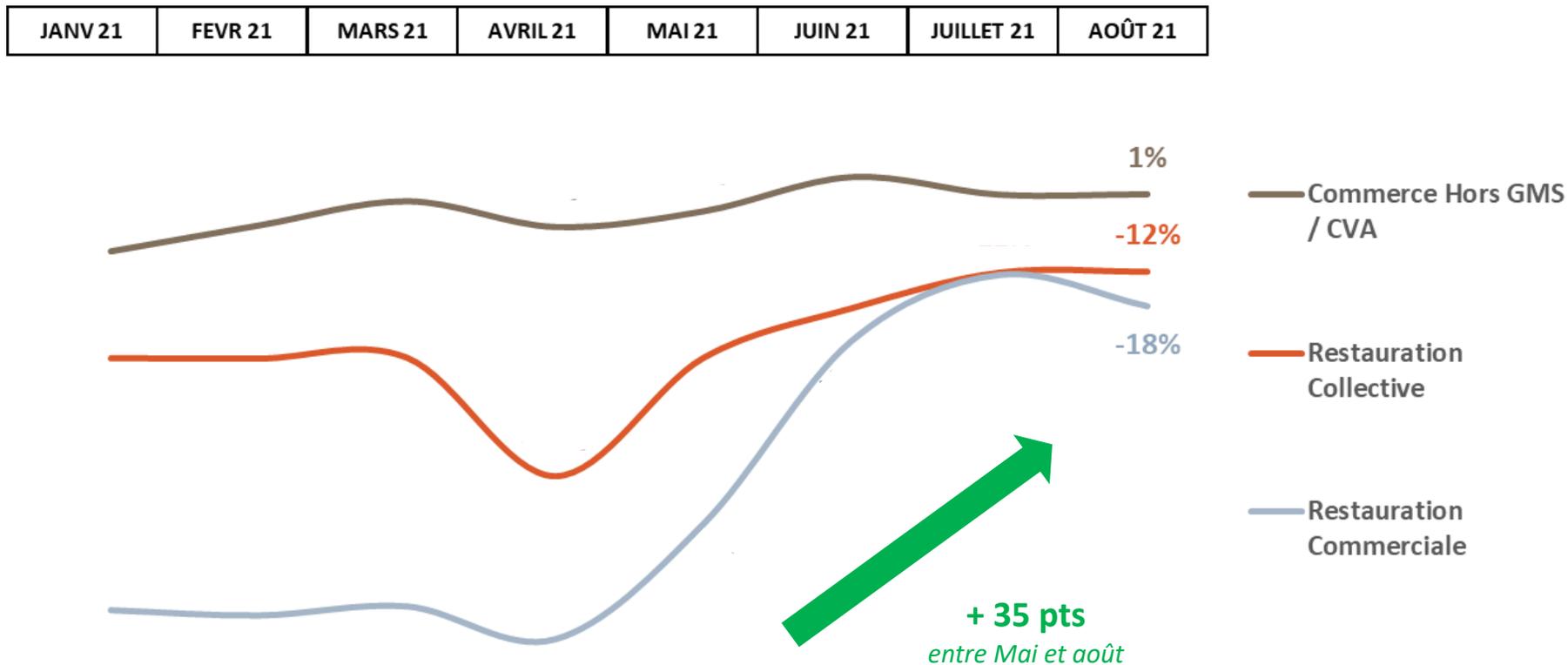
Perte de chiffre d'affaires 2021 en valeur absolue (M€)



Estimations Food Service Vision

# Juillet, un mois record pour la restauration commerciale depuis le début de la crise

Évolution du chiffre d'affaires en % vs 2019



Estimations Food Service Vision

# Le bilan détaillé de l'été



3



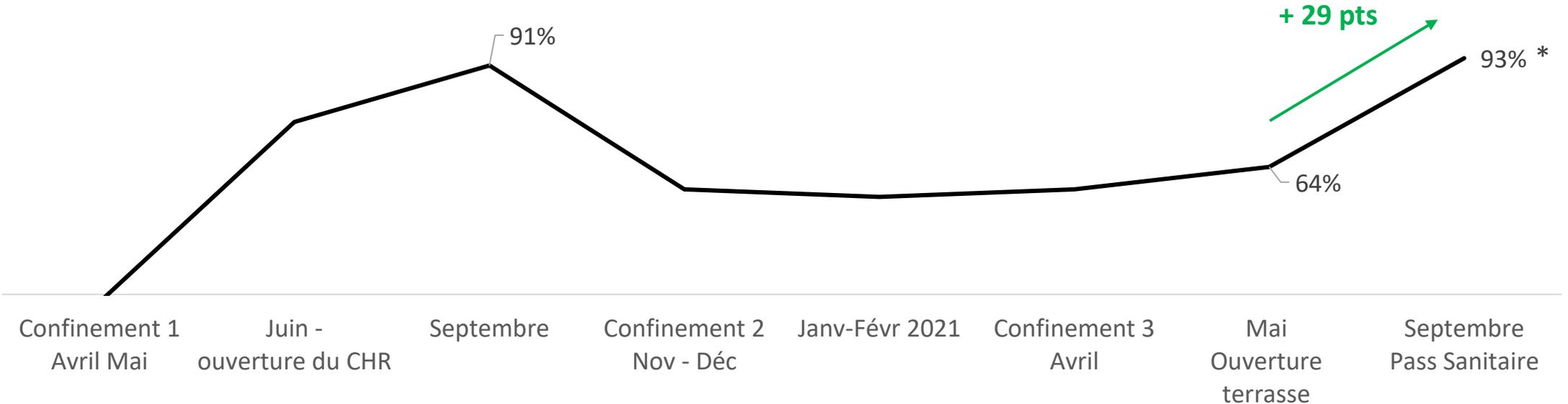
# A. La reprise sur tous les canaux

# Un retour massif des Français au restaurant

\*vs 100%  
avant crise

## Pénétration en hors domicile

% la part des convives qui ont acheté un repas hors domicile  
(Bars-Cafés/Vente à emporter/Livraison/Drive/Restauration Rapide & Tradi)

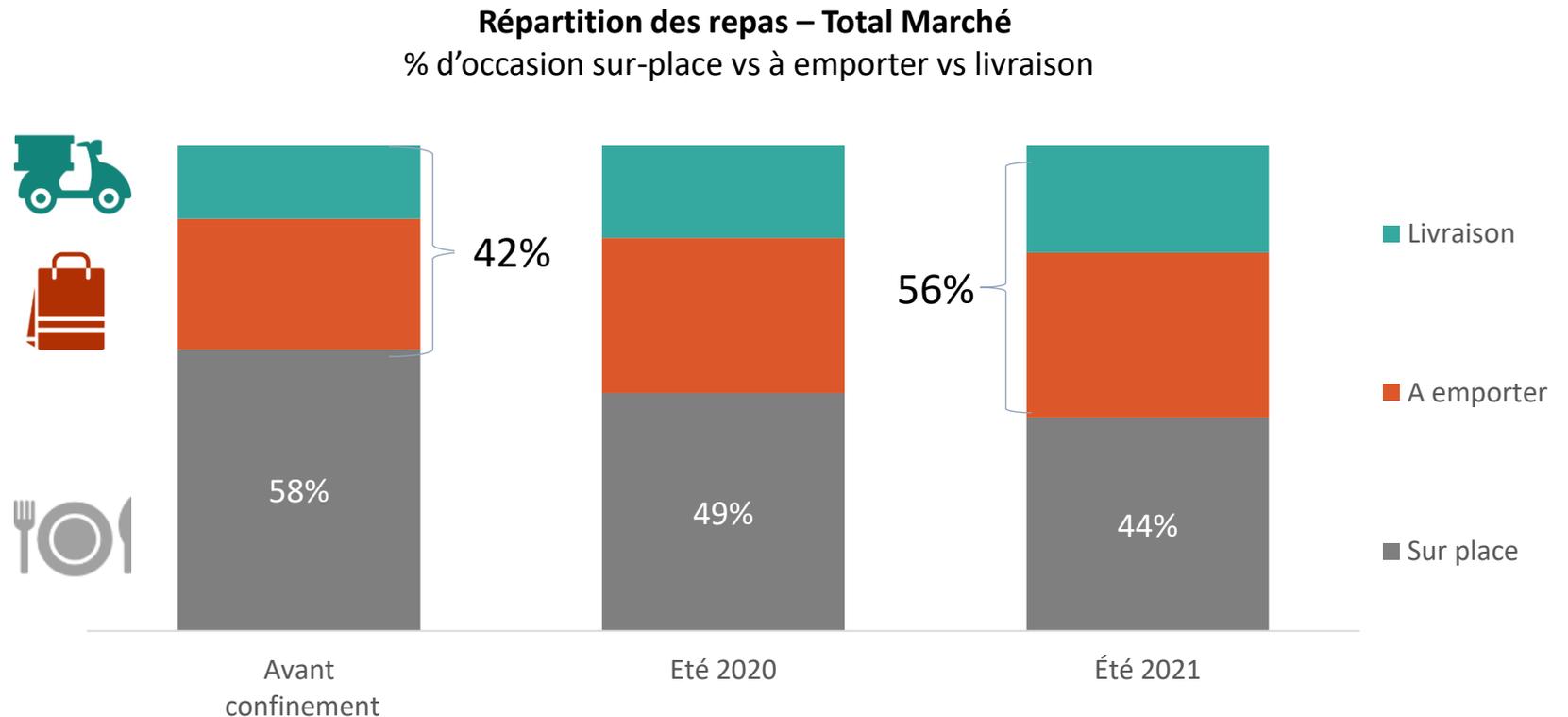


Q. Pour chaque période, pouvez-vous me dire quelles sont les consommations que vous avez effectuées ?

Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021

# Livraison et VAE s'installent : plus de la moitié des repas ont été pris en dehors des restaurants

La livraison et VAE ont progressivement gagné en part de marché.



Q. Pour chaque période, pouvez-vous me dire quelles sont les consommations que vous avez effectuées ?

Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021

# Des dépenses plus élevées pendant les vacances



Évolution des dépenses cet été consacrées à la restauration  
% convives



Été pendant vacances

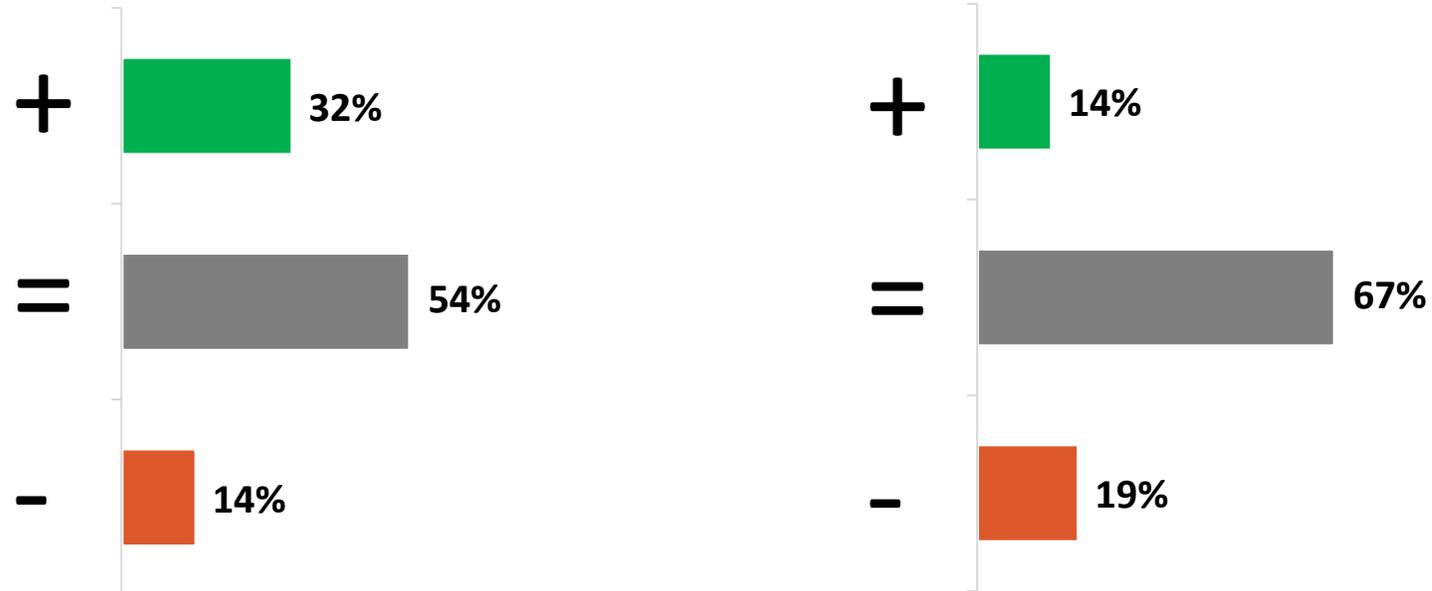


Été hors vacances

Je me suis fait plaisir **en dépensant plus** qu'habituellement

J'ai dépensé la **même somme** que d'habitude

**J'ai réduit** mes dépenses pour faire face à la rentrée



Q. Pour chaque période, pouvez-vous me dire quelles sont les consommations que vous avez effectuées ?

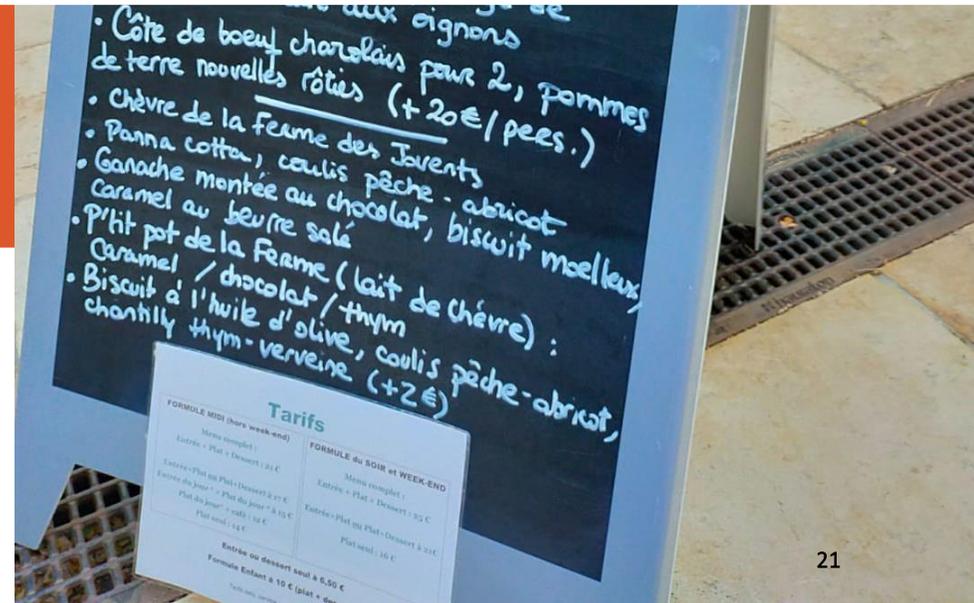
Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021



## B. LES PRIORITÉS DES OPÉRATEURS

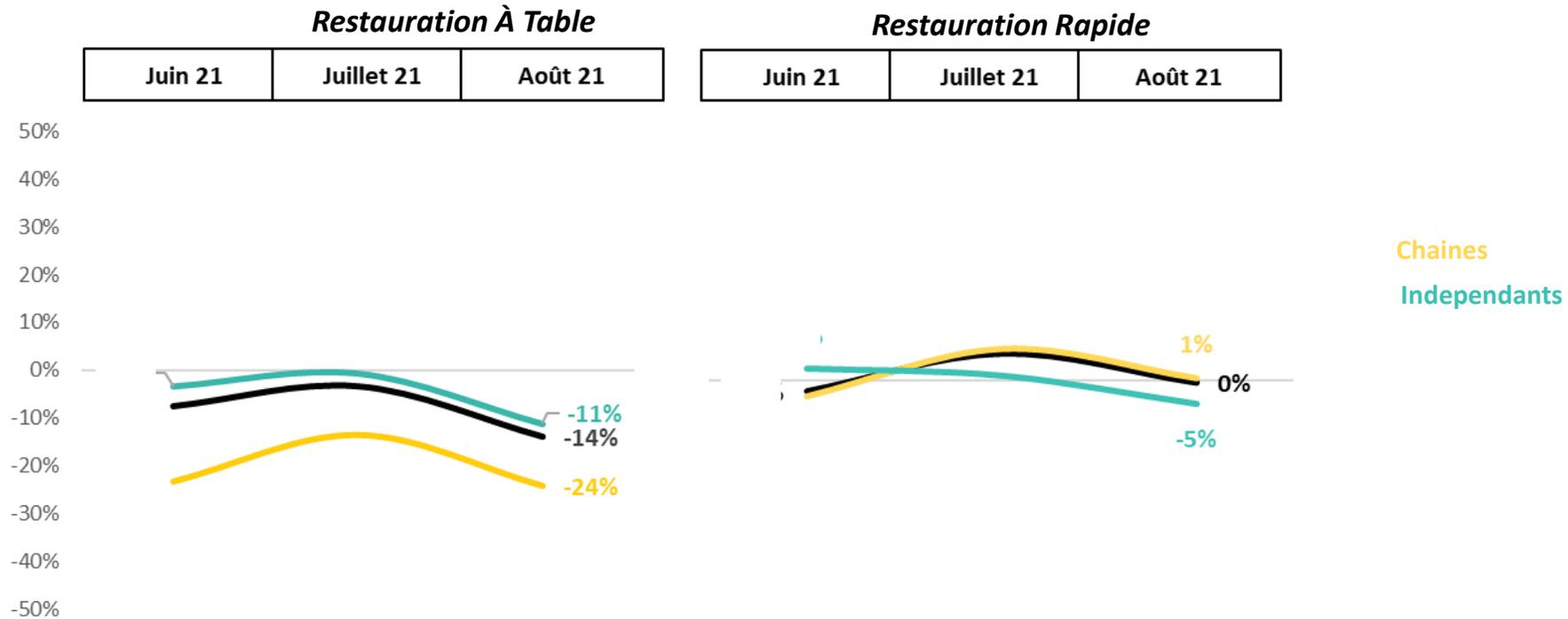


# Restauration commerciale



# Les chaînes de restauration rapide restent les locomotives du marché

Évolution du chiffre d'affaires en % vs 2019



Estimations Food Service Vision

# Des opérateurs mobilisés pour répondre à la forte demande



*« Après le rush de juillet, le pass sanitaire a soulagé nos équipes car moins de client. On a eu un peu d'oxygène. »*

Chaîne de restauration à table



*« Des performances incroyables cet été donc une période très forte pour nous. »*

Restaurant indépendant

# Stratégie d'implantation : des réseaux dynamiques et agiles



Accélération d'ouverture de nouveaux points de vente



*« On était à 5 ouvertures par an avec le covid et on veut revenir à 17/18 par an. »*

Chaîne de restauration assise



Révision des stratégies d'implantation en fonction des nouveaux flux de clients

*« Il y a certains centres commerciaux et certains centres-villes où l'on ne va plus. »*

Chaîne de coffee shop



Adaptation aux nouvelles politiques d'urbanisation

*« Sur certaines villes identifiées : Paris, Lyon, Bordeaux par exemple, les flux de clients potentiels peuvent changer rapidement en fonction des politiques municipales. »*

Chaîne de restauration rapide

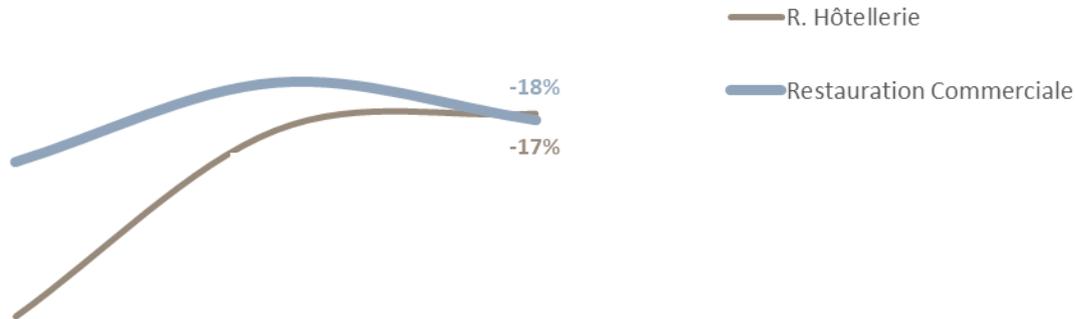


# L'hôtellerie

# L'hôtellerie a repris des couleurs avec de fortes disparités

Évolution du chiffre d'affaires en % vs 2019

Jun 21	Juillet 21	Août 21
--------	------------	---------



Parole  
DE  
DÉCIDEUR

« Derrière cette dynamique globale, se cachent de vraies hétérogénéités, toutes les villes n'ont pas repris, les hauts de gamme n'ont plus la clientèle étrangère luxe »

Chaîne d'hôtels

Parole  
DE  
DÉCIDEUR

« Si la province a bien repris, personne ne semble avoir tiré son épingle du jeu à Paris, hormis peut-être certains hôtels de luxe 4/5\*.»

Chaîne d'hôtels

Estimations Food Service Vision

# Les hôteliers restaurateurs Logis Hôtels satisfaits de leur été



**APRÈS UNE PÉRIODE ESTIVALE DIFFICILE,  
69% DES HOTELIERS RESTAURATEURS LOGIS HOTELS CONSIDÈRENT QUE  
LEUR ÉTABLISSEMENT S'EN SORT PLUTÔT BIEN DANS CETTE PÉRIODE**

Le Groupe Logis Hôtels, première chaîne d'hôteliers-restaurateurs indépendants en Europe avec 2300 établissements et 1800 restaurants souligne la capacité d'adaptation et l'agilité des hôteliers et restaurateurs indépendants du groupe en cette période de crise sanitaire. Le groupe livre les perceptions des hôteliers sur la saison estivale et les démarches initiées suite à une enquête menée auprès de ses adhérents en collaboration avec Food Service Vision.

**92%**

Des hôteliers restaurateurs Logis Hôtels déclarent que **la clientèle française** était **majoritaire** cet été

**51%**

Pensent que le **pass sanitaire** **rassure les clients** et ne perturbe pas l'accueil au restaurant

Source : Enquête Adhérents Logis Hôtels Food Service Vision - perception été 2021

*Jeu du moment*

**MERCI DE PRÉSENTER VOTRE PASS SANITAIRE  
À L'ENTRÉE DE NOTRE RESTAURANT**



✓ UN CERTIFICAT DE VACCINATION  
à condition de disposer d'un schéma vaccinal complet.

✓ UN TEST NÉGATIF  
RT-PCR ou antigénique de moins de 72h.

✓ UN CERTIFICAT DE RÉTABLISSEMENT  
à condition d'être négatif datant

## C. Le zoom : Quels effets du pass sanitaire ?

Suite aux mesures mises en place par le gouvernement  
de l'application TousAntiCovid Verif.

# Le pass sanitaire : un impact significatif sur la baisse d'activité du mois d'août



**-6 pts**

En valeur, entre juillet et août  
pour la restauration  
commerciale

Parole  
DE  
DÉCIDEUR

« En août le pass sanitaire aura eu un impact, mais difficile à quantifier. On a senti les effets sur la 2ème semaine d'août, avec à fin août un niveau similaire à celui de l'année dernière. »

Distributeur

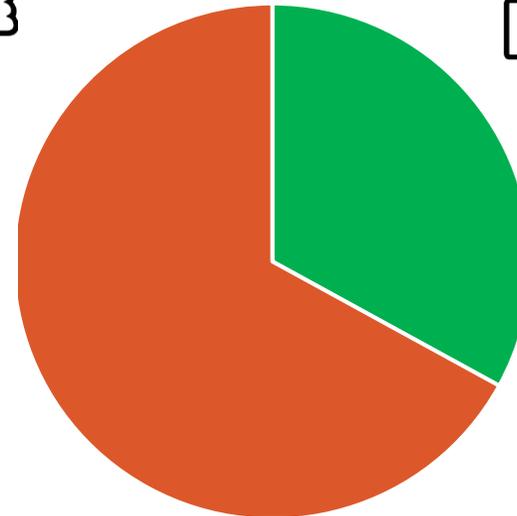
Estimations Food Service Vision

# Un effet négatif sur la fréquentation perçu pour 2 professionnels indépendants sur 3



**67%**

des professionnels de la restauration estiment que le pass sanitaire a fait baisser la fréquentation de leur établissement



**33%**

pensent que le pass sanitaire rassure les clients et favorise leur activité



## D. Le zoom : inflation et ruptures dans la supply chain

# Une inflation croissante sur toute la chaîne de production

Sur toute la chaîne de production



Sourcing

**Pénurie de matières 1ères**  
(alimentaires, emballages,  
construction...)  
**Effet Brexit**



**Hausse du prix des matières premières** chez les  
fournisseurs



Achats



Production

*Tension structurelle sur les métiers  
de la logistique*



**Hausse du coût de la masse salariale**



Préparation

*Pénurie de main-d'œuvre sur les  
métiers de chauffeur-livreurs,  
préparateurs, caristes ...*



Gestion des stocks



Transports &  
livraison

**Hausse de la demande mondiale** en  
emballage, en pétrole,  
désorganisation du fret en grand  
international



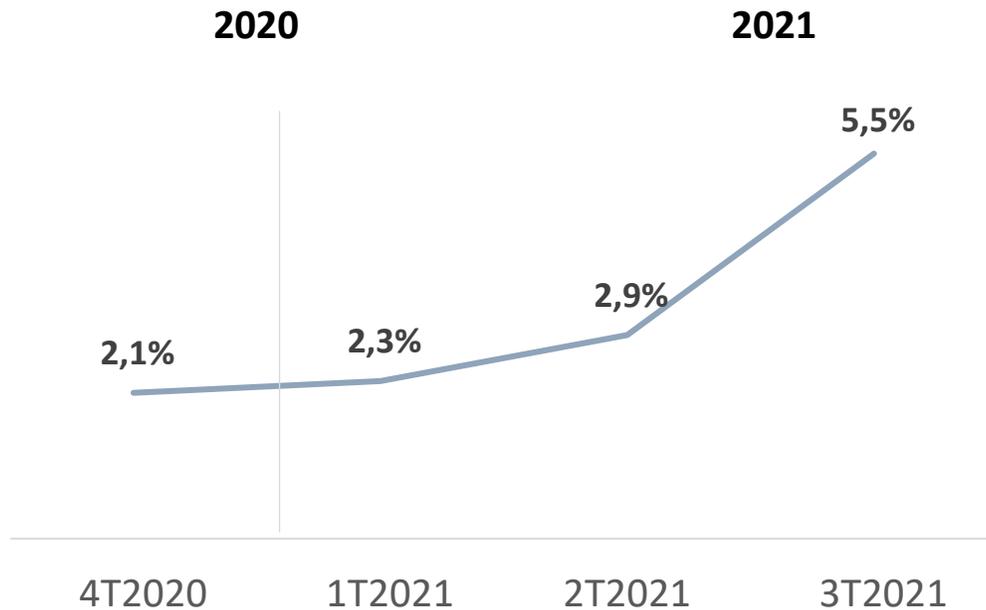
**Hausse des prix en logistique et transport** (matières  
carton, papier, film plastique, carburants, frets ...)

# Le rebond de l'inflation déjà visible dans les tarifs des distributeurs

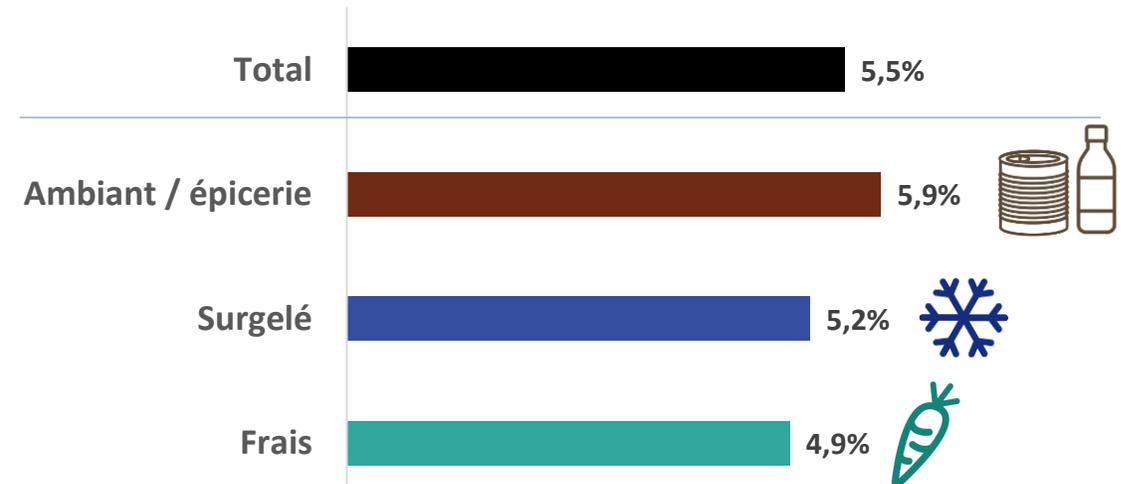
## FOOD SERVICE TRACKING

Tarifs généraux  
Extrait de nos études

Evol Prix vs A-1 / Tarifs généraux distributeurs CHD



Evol Prix 3T 2021 vs A-1 / Tarifs généraux distributeurs CHD



Source : Tracking des tarifs généraux de 6 distributeurs RHD

# Des hausses de prix fond de rayon supérieures à 10%

## FOOD SERVICE TRACKING

Tarifs généraux  
Extrait de nos études

Evol Prix 3T 2021 vs A-1 / Tarifs généraux distributeurs CHD



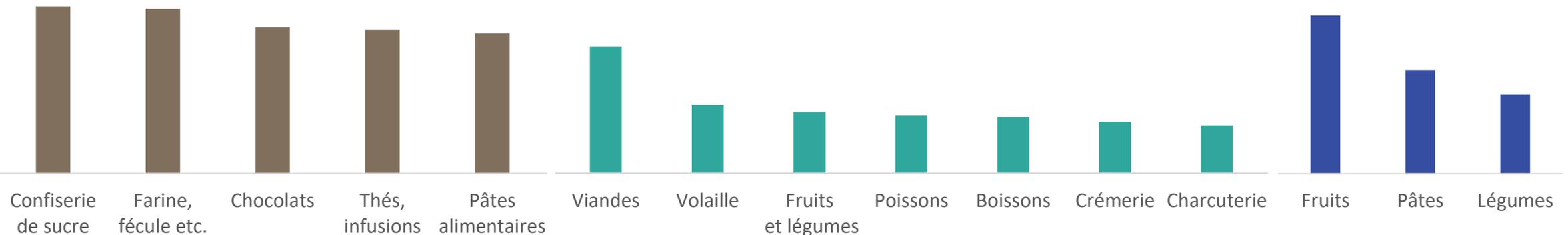
ÉPICERIE +5.9%



FRAIS +4,9 %



SURGELÉ +5,2%



Source : Tracking des tarifs généraux de 6 distributeurs RHD



# Et demain ?

4

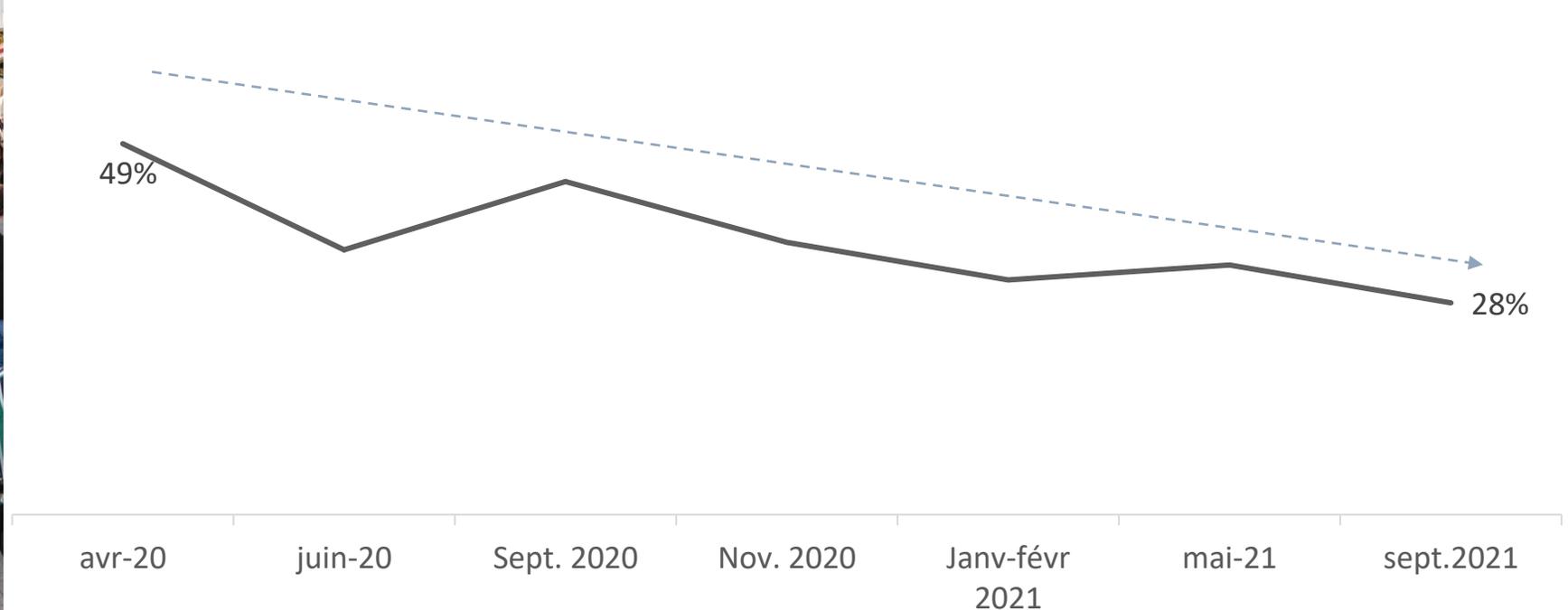


## A. Un contexte propice et des Français attentistes

# La peur d'être contaminé au restaurant est au niveau le plus bas



% de convives ayant peur d'être contaminés en se rendant au restaurant



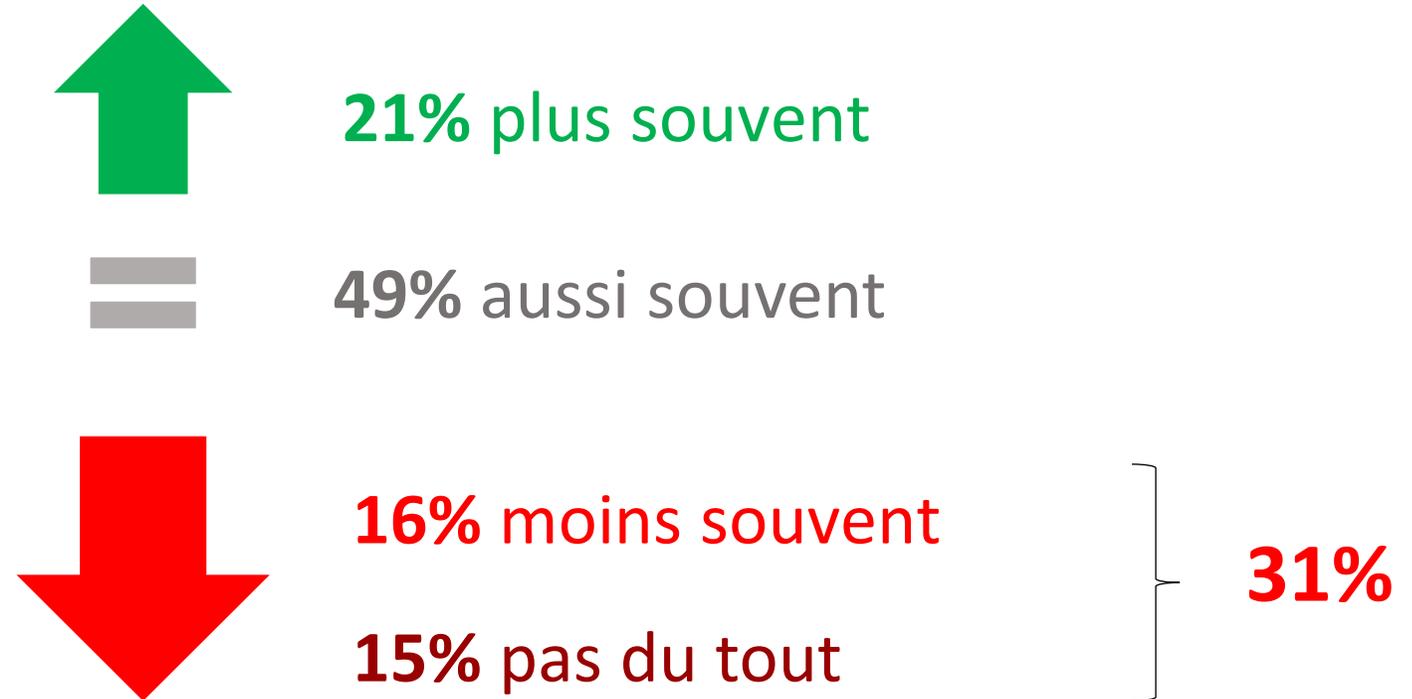
Q. Dans le contexte actuel, avez-vous peur d'être contaminé(e) par le coronavirus en vous rendant dans les restaurants ?

Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021

# L'intention de fréquentation devrait baisser



Évolution de la fréquentation au restaurant  
% de convives



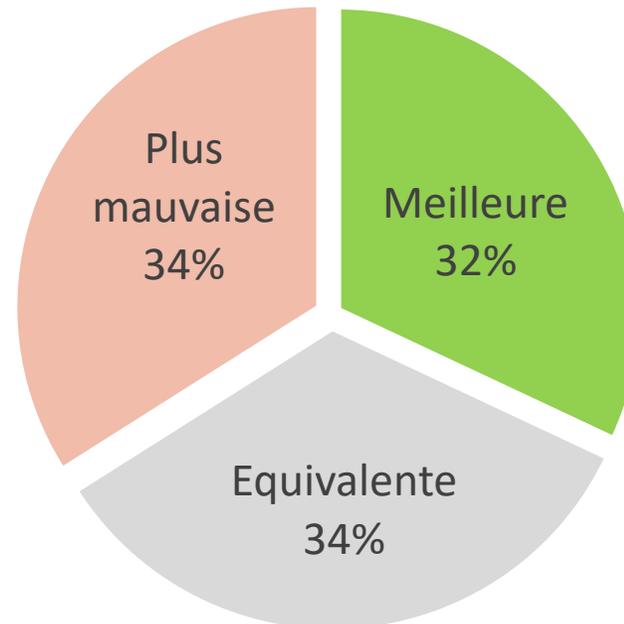
Q. Sur les prochains mois sur septembre et octobre, diriez-vous que vous avez l'intention de consommer plus souvent, aussi souvent ou moins souvent que ce que vous faites actuellement?

Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021

# Les professionnels de la restauration dans le flou



Perception de l'activité à venir sur les prochains mois Vs sept 2020.  
% de professionnels de la restauration



Q. Concernant l'activité de votre établissement sur les prochains mois, pensez-vous qu'elle va être meilleure, équivalente ou plus mauvaise que l'année dernière sur la même période ?

Source : Baromètre des professionnels de la restauration indépendante #1 Food service Vision, septembre 2021



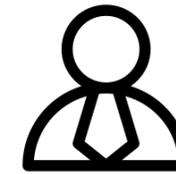
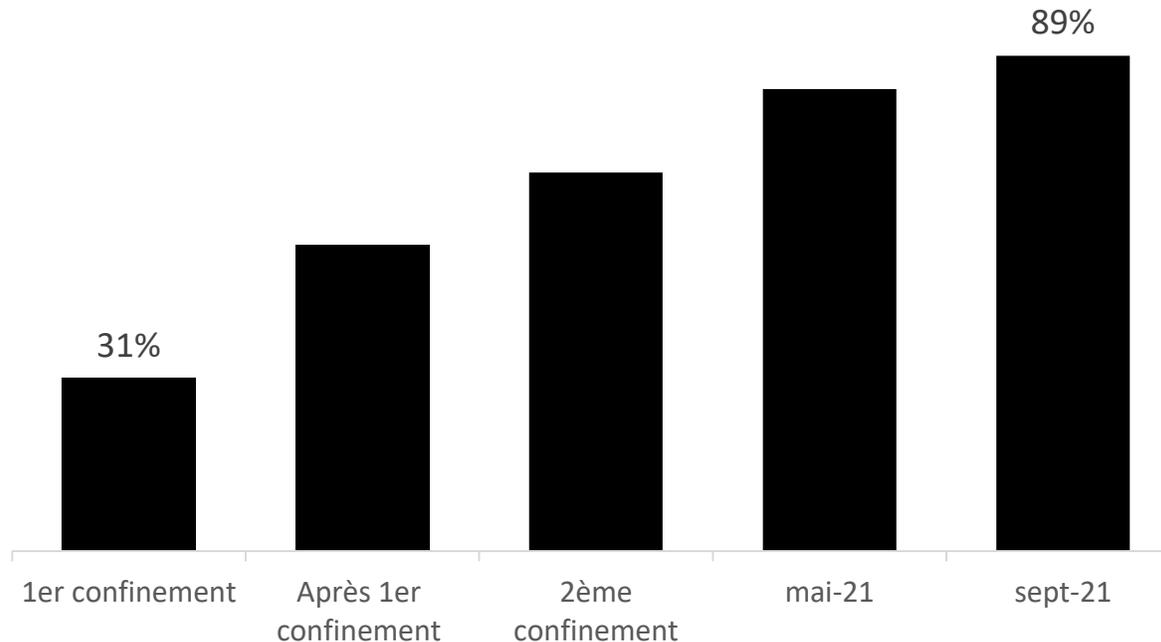
## B. Des flux de consommation en reprise vs. 2020



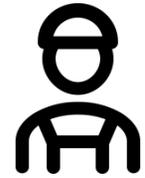
# Les actifs sont revenus sur leur lieu de travail



% des actifs passant au moins une journée sur le lieu de travail



CSP+  
89%



CSP-  
89%



Île-de-France  
79%



Province  
92%

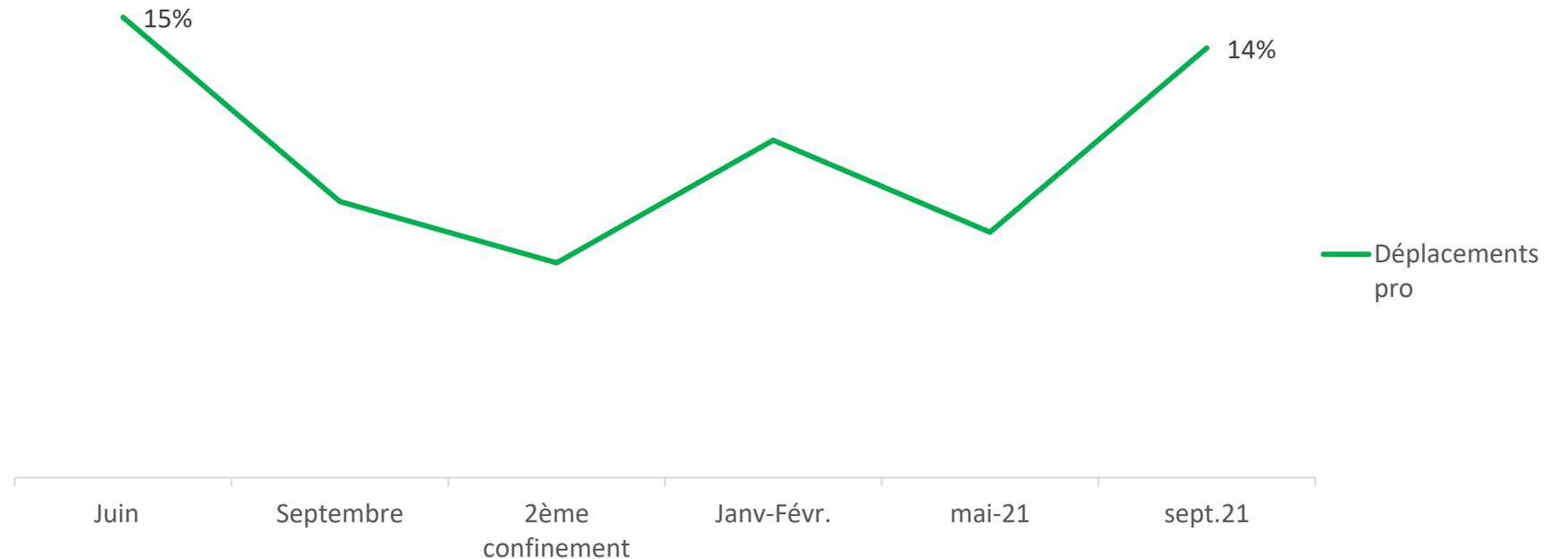
Q. En ce moment, sur 5 jours ouvrés, en moyenne comment se répartit votre temps de travail ?

Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021

# Les déplacements professionnels reprennent progressivement



% des actifs passant au moins une journée / semaine en déplacements professionnels



Q. En ce moment, sur 5 jours ouvrés, en moyenne comment se répartit votre temps de travail ?  
Source : Baromètre des français #8 Food service Vision, septembre 2021



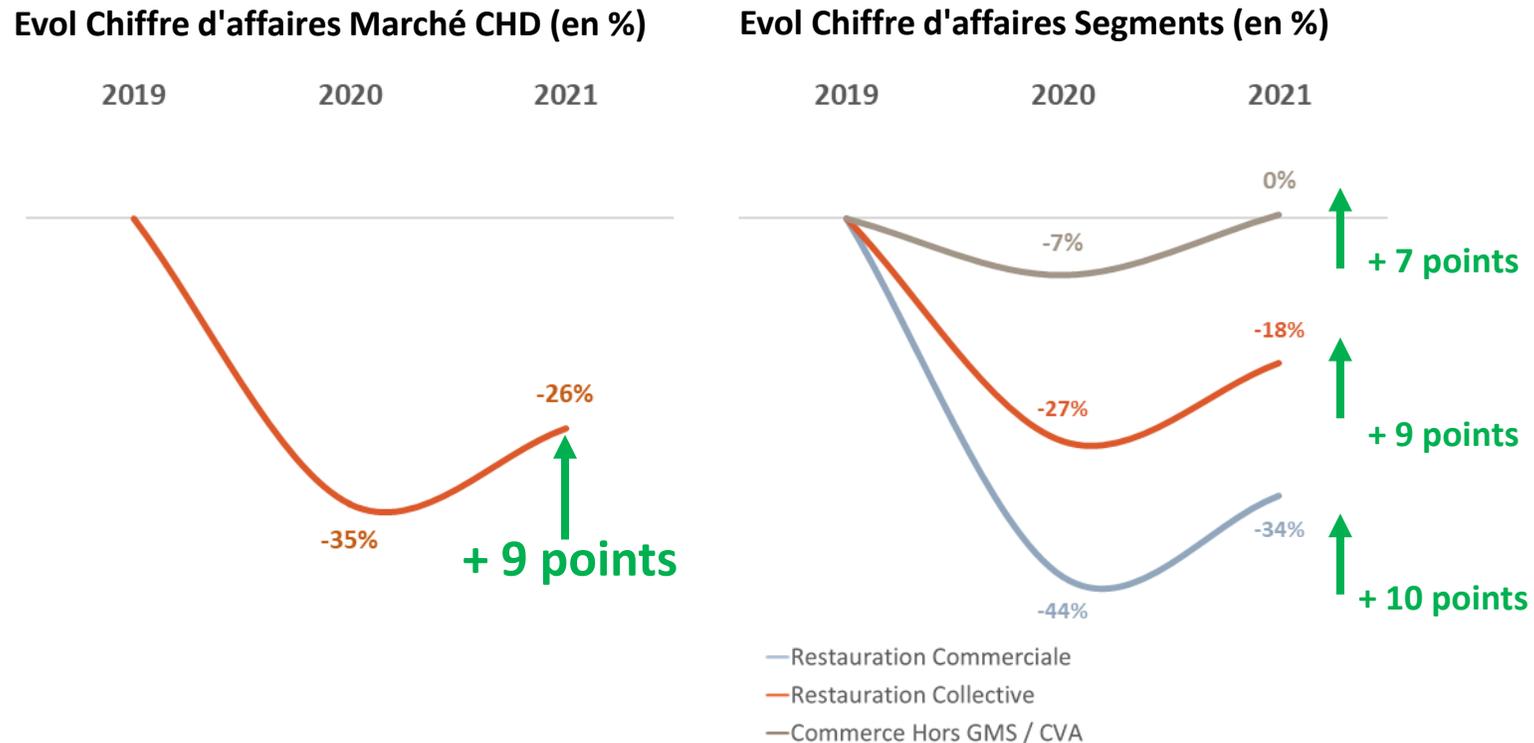
# C. Les scénarii pour demain

# La dynamique de marché au 4<sup>ème</sup> trimestre dépendra de plusieurs facteurs

FACTEURS	HYPOTHESES RETENUES POUR LE 4T 2021
Évolution de l'épidémie/ Politiques menées	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ % Population vaccinée en hausse, en particulier les plus jeunes</li> <li>▪ Absence de nouvelle vague ou vague contenue</li> <li>▪ Reprise limitée du tourisme international</li> </ul>
Climat social	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rentrée sociale tendue sans effet majeur négatif sur la consommation</li> </ul>
Comportement des acteurs économiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retour progressif au bureau, télétravail maintenu, mais en légère décroissance</li> <li>▪ Davantage de participation aux évènements professionnels</li> <li>▪ Gestion du manque de main-d'œuvre sans impact majeur sur l'activité</li> <li>▪ Inflation voir ruptures de matières premières : hausse de prix contenue</li> </ul>
Arbitrage des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Confiance et niveau de dépense préservé malgré l'inflation à venir</li> <li>▪ Arbitrages budgétaires et maintien de l'épargne « Bas de laine »</li> </ul>

*Disclaimer : les scénarios de prévisions élaborés constituent des hypothèses raisonnées compte tenu des éléments de marché, mais ne sauraient engager la responsabilité de Food Service Vision dans la prise de décisions en découlant.*

# Le scénario retenu pour T4 2021 : une reprise sur les 3 grands segments de restauration hors domicile



Disclaimer : les scénarios de prévisions élaborés constituent des hypothèses raisonnées compte tenu des éléments de marché, mais ne sauraient engager la responsabilité de Food Service Vision dans la prise de décisions en découlant.



## D. Les défis de l'adaptation

# Les défis du secteur

## 1. BUSINESS MODEL

- Mutation ou évolution de Business Model : tous les segments / acteurs sont **différemment challengés par les tendances de marché**

## 2. OPÉRATIONS

- **Approvisionnement** (sécurisation, évolution),
- **Organisation** (recrutement, fidélisation du personnel)
- **Prix** (stratégie / répercussions clients)

## 3. MARKETING & COMMUNICATION

- **Communication clients** (vs revisite éventuel de son positionnement)
- **Marque employeur** (vs enjeux de recrutement)

# Business Model



FOURNISSEURS

Repérer les segments & tendances porteurs de valeurs



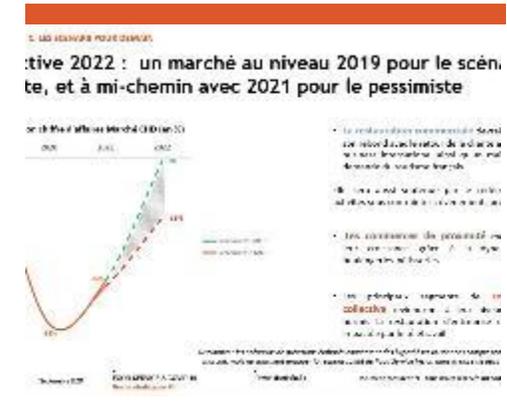
Développer ou sécuriser votre différenciation vs. contexte d'inflation / négociations



Veiller les transformations potentielles à venir du paysage : distributeurs et opérateurs chaînés



Investir dans des prévisionnels solides afin de sécuriser vos constructions budgétaires



# Opérations



## FOURNISSEURS

Accompagner la réussite de vos équipes



Adapter votre présence terrain face aux changements de dynamiques locales



Piloter votre stratégie d'approvisionnement et de production en anticipant au mieux les ruptures et les remplacements produits



Benchmarker vos hausses de tarifs vs le marché pour préparer les négociations

### Prix €/kilo ou litre

☑ Marque	Prix moyen	Prix mo
	A	A
<b>Total</b>	<b>3,39 €</b>	<b>3,4</b>
PRESIDENT PROFESS...	2,98 €	3,
GRAND FERMAGE	3,28 €	2,
GRANCOEUR	-	
YOPLAIT	2,31 €	2,
PAYSAN BRETON	2,89 €	3,
YOGOURMAND	5,10 €	4,
TRIBEHO	4,45 €	4,
BRIDELICE	2,25 €	2,
FLORY	2,35 €	2,
Sans Marque	2,60 €	3,

# Marketing et communication



FOURNISSEURS

Sécuriser vos parts de marché sur votre cœur de cible et adapter vos investissements



Optimiser vos investissements en activation

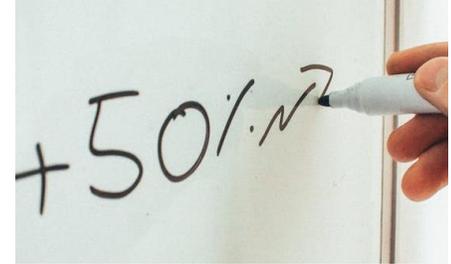




Si vous souhaitez vous abonner...

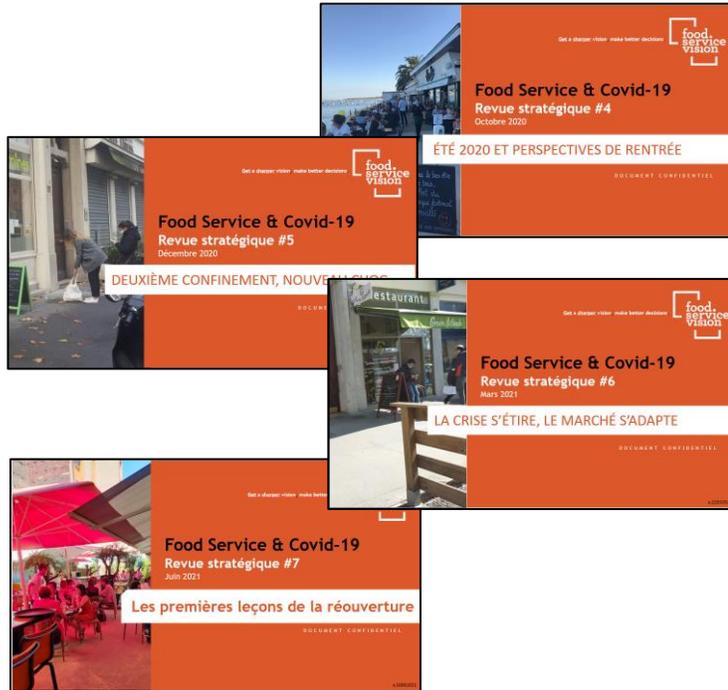
# Les bénéfices de la Revue stratégique food service

- **Évaluez votre performance et réalisez vos prévisions de ventes (forecast)** pour redémarrer plus vite que le marché
  - ❑ Des données 100% food service (restauration commerciale, collective, BP...), robustes croisant des sources diverses, fraîches permettant d'être réactif (données à M-1)
  - ❑ Des modèles prospectifs adaptables sur vos catégories pour des forecasts précis
- **Animez vos équipes dirigeantes ou opérationnelles** pour prendre des décisions efficaces et collectives, nourrir les business review, et motiver vos équipes avec des indicateurs rationnels et des données positives sur le marché.
- **Analysez les mouvements du marché, des attentes consommateurs et opérateurs et captez les signaux faibles et suivez ces concepts dans le temps** afin d'adapter vos plans et vos perspectives.



# Notre accompagnement

4 revues  
de conjoncture trimestrielle



Des consultants dédiés pour  
repérer et actualiser les  
opportunités business.



- ✓ Présentation Codir/ Comex
- ✓ Animation de workshop
- ✓ Personnalisation incluse
- ✓ Actualisation de vos opportunités par segment
- ✓ Service de forecast

Une mesure continue  
de l'impact  
des décisions politiques



## L'impact du couvre-feu sur la restauration en France

Food Service Vision a chiffré les premiers effets du couvre-feu instauré le samedi 17 octobre 2020 en Ile-de-France et dans huit autres métropoles.



**Hypothèses d'estimation de l'impact**  
Selon la manière dont vont réagir les consommateurs et les restaurateurs, deux scénarios sont envisageables

**Hypothèse modérée**  
Les établissements concernés perdent 38% des occasions de consommation du soir

**Hypothèse dure**  
Les établissements concernés perdent 67% des occasions de consommation du soir

**Soit un impact de :**  
+ 496 millions d'€  
+ 19% de CA / PDV concerné  
+ 12% sur le total du marché de la restauration commerciale

**Soit un impact de :**  
+ 877 millions d'€  
+ 34% de CA / PDV concerné  
+ 13% sur le total du marché de la restauration commerciale

Sources : Food Service Vision, Atometrics et INSEE



## Mobilisation forte des Français pour les restaurateurs

Selon le sondage réalisé par Food Service Vision après les premières annonces gouvernementales, les Français confirment leur soutien au secteur.



Sources : Sondage réalisé sur panel représentatif de 427 Français représentatifs de la population française, issu de la division Stratégique Food Service et Covid-19 en partenariat avec Ipsos.

À propos de Food Service Vision

# Budget

## Service ponctuel compact 1 édition (au choix)

- Septembre 2021  Décembre 2021
- Mars 2022  Juin 2022

**9,5 K€ HT par édition**

## Accompagnement Continu 4 éditions

- Septembre 2021  Décembre 2021
- Mars 2022  Juin 2022

**30 K€ HT pour 4 éditions (au lieu de 38k)**

# L'équipe Food Service Vision se tient à votre disposition



**Michaël Ballay**  
Directeur Associé

m.ballay@foodservicevision.fr  
06 25 43 66 68



**Emmanuel Argoud**  
Directeur associé

e.argoud@foodservicevision.fr  
07 76 60 68 64



**Claire Diemer**  
Directrice des études  
qualitatives

c.diemer@foodservicevision.fr  
06 15 59 26 62



**Laure Gosselin**  
Directrice Associée

[l.gosselin@foodservicevision.fr](mailto:l.gosselin@foodservicevision.fr)  
06 24 27 72 16



Get a sharper vision,  
make better decisions.

**Food Service Vision**  
[Contact@foodservicevision.fr](mailto:Contact@foodservicevision.fr)



@FSV\_fr