



**GROUPE
INTERSUD**
FACILITATEUR DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Lettre d'information n°52-Mai 2017

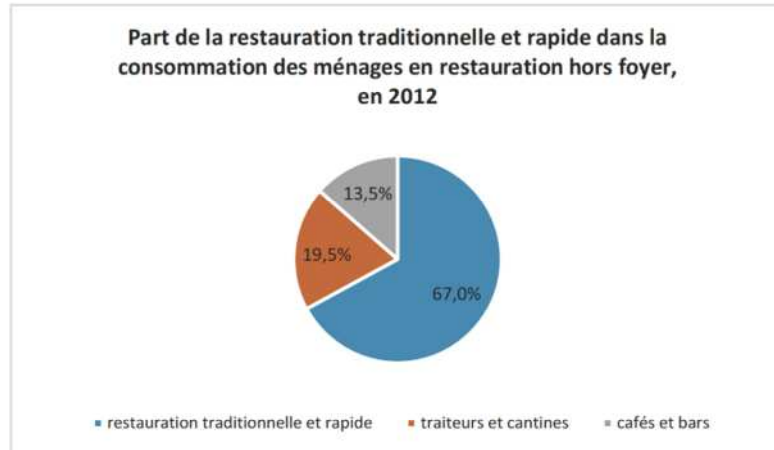
Cette lettre vous est proposée par INTERSUD, AFRECO et G2C et sera diffusée à leurs fidèles clients

Restauration : agir contre l'ubérisation

Elle a révolutionné le secteur des taxis, désormais durement concurrencés par les VTC ; mis à mal celui de l'hôtellerie confrontée à l'essor des AirBnb et consorts. L'ubérisation touche désormais de plein fouet le secteur de la restauration. Explications.

La restauration est, indubitablement, un secteur économique particulièrement important pour l'économie française. Par sa taille tout d'abord : la branche employait, en 2015, 732 000 personnes dans quelque 160 000 entreprises, essentiellement des TPE, dégagant un chiffre d'affaires de quelque 48 milliards d'euros. Mais aussi par son impact : [selon une étude réalisée en 2012](#), elle réalise 8,5% du chiffre d'affaires des produits carnés, 10% de celui de l'industrie agro-alimentaire, 17% de celui de la pêche, 45% de celui des équipements de cuisine professionnelle. Mais elle influence aussi profondément la viticulture, et bien entendu, le tourisme.

Le secteur s'est, au début des années 2000, beaucoup développé : entre 1997 et 2012, l'emploi y a progressé de 3,8% par an et la restauration a représenté 4,6% des créations d'entreprises. Mais la tendance s'est ensuite détériorée : le chiffre d'affaires a décliné de plus de 3% entre 2014 et 2016, avec une baisse de la fréquentation de 3,3% et du ticket moyen de 5,1% depuis 2012. Mauvaise conjoncture, attentats, baisse du tourisme, problèmes de rentabilité : la filière a perdu de son dynamisme. Mais elle se trouve surtout confrontée à des bouleversements structurels, et, notamment, à un double mouvement : la montée des grandes enseignes d'une part, et un risque certain d'ubérisation de l'autre. Prudence donc pour tous ceux qui, directement ou indirectement, comptent des partenaires dans le secteur : la stratégie des entrepreneurs notamment en matière d'affiliation, de réservation, ou de livraison, est à examiner à la loupe !



Source : Insee, mai 2014

Les nouvelles concurrences

Qu'ils soient spécialistes de la cuisine traditionnelle ou de la restauration rapide, les restaurateurs sont confrontés non seulement au poids croissant des enseignes, tant dans la restauration rapide que dans la traditionnelle (de Buffalo Grill à Columbus Café), mais aussi à la progression des nouvelles formes de restauration : les boulangeries, les petits supermarchés, et les grandes surfaces alimentaires, constituent désormais une vraie alternative, notamment à la restauration rapide. Même les lobbies d'hôtel s'y sont mis, qui offrent de plus en plus souvent des services de restauration à leur clientèle. Et paraît-il, avec un certain succès !

Les risques d'ubérisation

Mais surtout, les restaurateurs se trouvent pris dans la tourmente des technologies numériques. Au moment de choisir son restaurant, de plus en plus de clients consultent, voire réservent, via des sites internet comme Trip Advisor ou La Fourchette. De plus en plus nombreux sont également les clients attirés par des livraisons à domicile, dont les acteurs se multiplient : Foodora, Uber eats, Deliveroo, etc.

Difficile pour les restaurateurs de rester à l'écart de ces tendances fortes. Et pourtant : les sites de réservation capturent environ 30% de la marge. Un phénomène tout à fait similaire à celui que connaissent bien des hôteliers, quasiment obligés d'utiliser les grandes places formes de réservation internet internationales et qui, au fil des années, durcissent souvent leurs conditions commerciales. Or les marges dans la restauration sont très faibles. Comment donc, ne pas se retrouver étranglé, surtout lorsqu'on est indépendant ?

Sephora Nahon, co-fondatrice du restaurant parisien « Privé de dessert » a choisi de reprendre elle-même en main l'existence numérique de son restaurant : « 95% de repas dans notre restaurant se font via une réservation, et j'oriente

« systématiquement mes clients vers notre site internet pour qu'ils réservent en ligne », explique-t-elle. Ce qui, outre un gain de temps, -surtout en plein service- lui permet aussi d'optimiser numériquement le plan de table, et d'augmenter le nombre de services. Mais aussi de rester maîtresse de toutes les données récoltées sur sa clientèle, qui, autrement, passe souvent dans les mains des plate-formes de réservation.

Des entreprises informatiques ont compris le filon, qui proposent, moyennant des abonnements mensuels de quelques dizaines d'euros –mais aucune commission-, des packs prêts à utiliser. Telle Zenchef, fondée en 2011 à Paris et qui a levé fin 2015, 6 millions d'euros en nouveaux fonds.

Livrer ou ne pas livrer ?

Autre dilemme des restaurateurs : doivent-ils ou non accepter de faire livrer leurs petits plats via les multiples entreprises qui désormais se concurrencent sur le créneau, tel Ubereats ou Deliveroo ? Naguère réservée à des types spécifiques de restauration (pizzas, sushis), le créneau s'élargit et monte en gamme. Nul doute qu'il deviendra de plus en plus difficile dans les prochaines années, de rester totalement à l'écart de ce mouvement, même pour la restauration milieu de gamme. Mais là encore, les commissions prises par les intermédiaires sont importantes (une trentaine de pourcents, affirme ainsi Foodora). Reste à savoir si le restaurateur doit lui-même investir dans une flotte de livreurs....

Une vigilance indispensable

Une chose est sûre : en pleine révolution, le secteur doit faire l'objet d'une surveillance toute particulière. Impossible pour les chefs d'entreprise, aussi débordés soient-ils comme le sont tous les chefs, de faire l'impasse sur la relation numérique avec leurs clients ou d'une réflexion sur l'opportunité de leur livrer des plats. C'est l'un des points qui doivent faire l'objet d'une attention toute particulière. Les analystes d'Intersud, Afreco et G2C se tiennent bien entendu à votre disposition.

Intersud

 04 91 19 02 00

Afreco

 04 78 53 12 99

G2C

 04 72 88 69 00