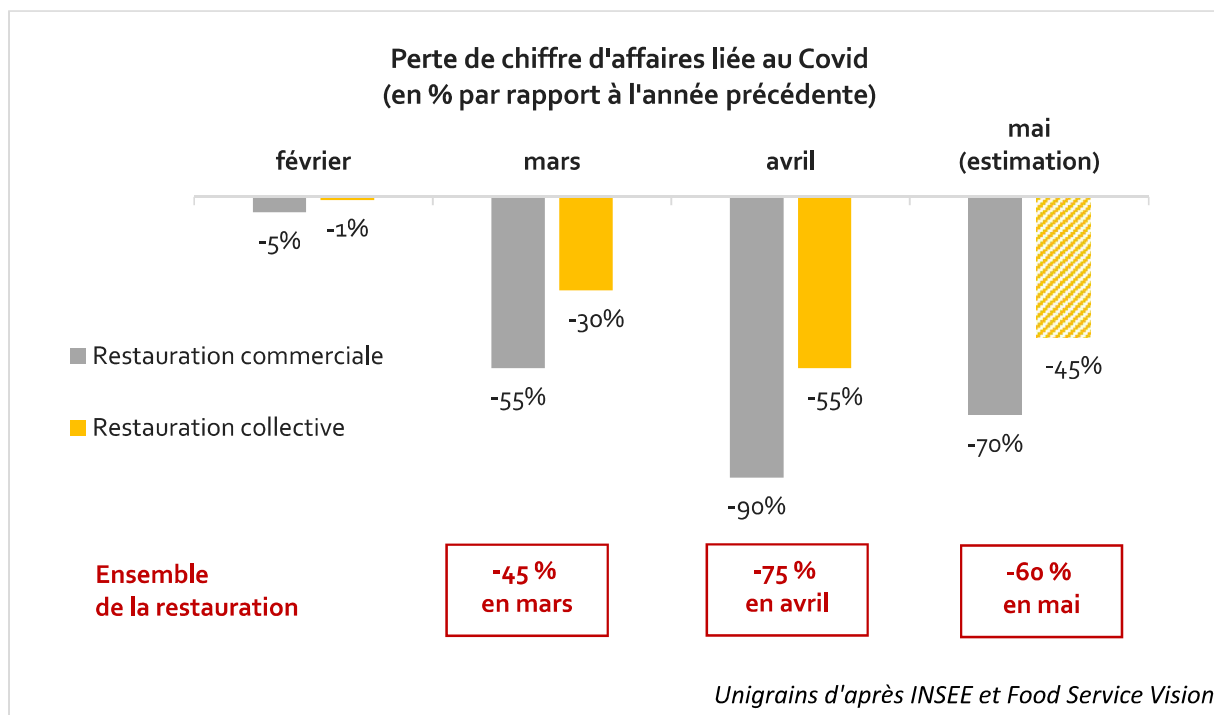




Les Instantanés d'Unigrains

Réouverture des restaurants : évaluation des dommages et perspectives



Après deux mois et demi de fermeture, les restaurants, bars et cafés ont rouvert leurs portes aujourd'hui. En Ile de France, ils ne pourront servir qu'en terrasse jusqu'au 21 juin inclus, date de fin de cette deuxième phase du déconfinement. Certains ont ouvert dès minuit hier soir pour accueillir leurs premiers clients.

Le protocole sanitaire oblige à respecter un certain nombre de contraintes : tables distantes de plus d'un mètre ou séparation plexiglas, tablées de 10 personnes au maximum, port du masque obligatoire pour le personnel et les clients qui se déplacent, gel hydroalcoolique à l'entrée. Les professionnels de la restauration commerciale disent s'attendre à une perte de chiffre d'affaires (CA) de 40 à 50 % par rapport à 2019 pour les semaines qui viennent. L'autorisation d'agrandir les terrasses accordée par certaines mairies pourrait compenser en partie ces pertes.

Le graphique ci-dessus donne une première évaluation des pertes causées par l'épidémie : la baisse de CA de la restauration commerciale et collective par rapport à 2019 s'est établie à -45 % en mars avant de plonger à -75 % en avril puis de remonter lentement à -60 % en mai.

La restauration commerciale est la plus affectée. Les restaurateurs sortent de l'une des périodes les plus difficiles de leur histoire. Mi-mars, à l'annonce du confinement, ils ont organisé en urgence la fermeture de leurs établissements, donné ou bradé leurs stocks, mis le personnel au chômage partiel. En avril, certains se sont lancés dans la vente à emporter, le click & collect, le drive ou la livraison. Des initiatives solidaires comme « Demain au restaurant » ont été lancées pour soutenir le secteur. En mai, l'offre s'est étoffée. Mi-mai, 65 % des restaurants environ, dont la quasi-totalité des fast foods, proposaient une offre en vente à emporter ou livraison.



L'impact sur la restauration collective est lui aussi considérable : le confinement a mis à l'arrêt les restaurants scolaires et d'entreprise qui représentent plus de 50 % du CA de ce segment. Les structures de type santé-social, dont l'activité s'est maintenue, ont permis au secteur de ne pas sombrer totalement.

La restauration hors domicile (RHD) représente près de 30 % des débouchés de l'industrie agroalimentaire française. Sur la période mars-mai 2020, les entreprises agroalimentaires ont perdu la moitié de leurs ventes en RHD. Les industries des boissons, des plats préparés, du poisson et des fromages AOP sont les plus touchées. La consommation de frites s'est effondrée avec la fermeture des restaurants et cantines, mettant en difficulté les producteurs et transformateurs de pommes de terre. Les fournisseurs de la RHD ont été plus ou moins affectés selon la nature et la diversité de leurs débouchés. Les entreprises diversifiées ont conservé une activité et ont pu dans certains cas reporter une partie de leur production vers la distribution, où la demande a augmenté pendant le confinement.

Financièrement, l'année qui vient sera difficile à traverser pour de nombreux restaurateurs. Les dispositifs de soutien massifs ont permis à la majorité d'entre eux de traverser le confinement, mais il reste beaucoup d'incertitudes sur les conditions de la reprise. La crise économique qui succède à la crise sanitaire aura un impact sur le secteur. En outre, pour la saison estivale qui arrive, la venue de visiteurs étrangers risque d'être ralentie.

Ceux qui sauront s'adapter rapidement aux nouvelles habitudes des consommateurs seront avantagés. 80 % des français se disent prêts à retourner au restaurant dès la réouverture et soutenir le secteur est une motivation forte même si la fréquentation reste attendue en baisse. Les conditions sanitaires et la présence de produits locaux au menu apparaissent fréquemment parmi les attentes des clients interrogés. Dans un contexte de crise économique, le facteur prix restera au centre de l'attention de nombre de restaurateurs. La livraison et la vente à emporter, auxquelles près de 30 % des consommateurs ont eu recours pendant le confinement, devraient continuer à progresser. Quoi qu'il en soit, pour ce secteur sorti exsangue de la crise, la reprise promet de prendre du temps.

