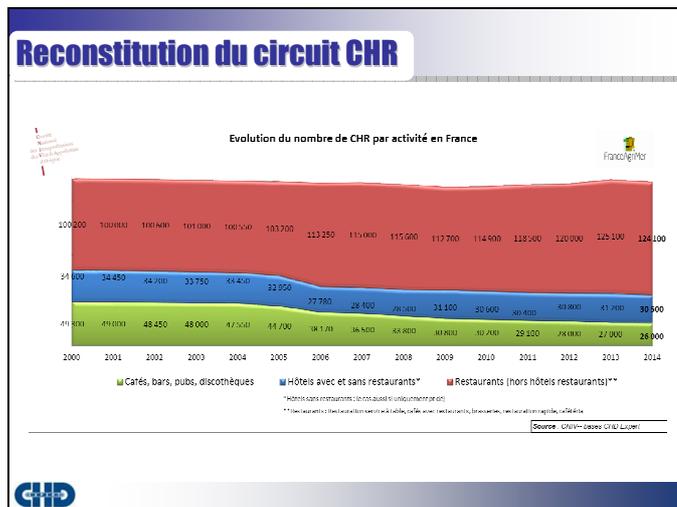


● Février 2015

Le vin en Cafés, Hôtels, Restaurants (CHR) français en 2014 et plus précisément en restauration avec service à table

La connaissance de la consommation hors foyer est indispensable pour un suivi exhaustif des débouchés de la filière Vins. Pour ce faire, FranceAgriMer, en relation avec le CNIV et les organisations interprofessionnelles de la filière, fait réaliser depuis plusieurs années un suivi qualitatif des ventes de vins dans le secteur « Cafés, Hôtels, Restaurants » à travers une enquête annuelle menée par la société CHD Expert. La présente synthèse a pour objet d'exposer les résultats 2014 de cette enquête.

Le panorama du secteur Cafés, Hôtels, Restaurants (CHR) en 2014



Comme observé depuis plusieurs années, en 2014 le nombre d'établissements dans le secteur reste globalement stable ce qui recouvre cependant des évolutions différenciées. Ainsi, on constate une poursuite de la hausse du nombre de restaurants qui progresse principalement grâce au développement de la restauration rapide. Le nombre de débits de boissons est par contre toujours en baisse, même si ceux qui subsistent sont plus stables avec des structures importantes (bars de nuits, ...).

Le contexte du marché de la restauration en 2014

Contexte législatif

Le principal élément qui a impacté le marché de la restauration en 2014 est la mise en place de la réglementation du « fait maison » qui devrait être appliquée par bon nombre d'établissements de restauration à table. Les opérateurs en attendent a priori un effet positif pour le vin dont la consommation est en synergie avec la notion de « fait maison ». La contrepartie étant que cette évolution pourrait se traduire par une hausse du ticket moyen ou par une baisse de la marge du restaurateur.

Contexte économique

En 2014, le contexte économique de la restauration est toujours qualifié de difficile. La consommation reste pénalisée par un arbitrage fort des consommateurs en défaveur de leurs dépenses en hors domicile. La baisse générale de fréquentation, que connaît ce marché depuis près de deux ans, s'est donc poursuivie. Cette situation s'est une nouvelle fois traduite par des difficultés pour les petites structures. Les structures plus importantes semblent par contre parvenir à se maintenir, voir à se renforcer.

Comme observé depuis plusieurs années, ce contexte économique conduit à observer une multiplication des propositions commerciales classiques (plats du jour, formules, ...), mais aussi désormais une utilisation plus importante des réseaux sociaux, des sites de notations ou de recommandations en ligne qui ont pu contribuer au maintien d'une activité relativement stable sur les repas du midi. L'activité apparaît plus faible sur les repas du soir qui constituent traditionnellement une étape plus gourmande avec un ticket moyen plus élevé.

L'aspect positif du renouvellement ou du développement des propositions commerciales est que cela peut s'accompagner d'un renouvellement des approvisionnements.

Le chiffre d'affaires du secteur Cafés, Hôtels, Restaurants (CHR) en 2014

Grâce à la restauration rapide, le chiffre d'affaires de la restauration commerciale a enregistré une hausse par rapport à ces dernières années pour atteindre 43 634 millions d'euros en 2014. A l'inverse, le chiffre d'affaires des hôtels et des hôtels-restaurants s'est détérioré par rapport à 2013. Les mauvaises performances enregistrées proviennent tant de la réduction de la fréquentation des établissements que de la diminution du ticket moyen. Boosté par les groupes structurés, le chiffre d'affaires des débits de boissons, qui s'était très fortement dégradé en 2013, a retrouvé, en 2014, un niveau comparable à celui de 2011.

La restauration avec service à table

L'intérêt de ce segment pour la filière Vins

Sur l'ensemble du secteur CHR les précédentes enquêtes ont permis de montrer que le segment de la restauration avec service à table constitue le segment le plus intéressant pour la filière Vins.

Pour mémoire, l'enquête 2013 montrait que les vins tranquilles, les vins effervescents et le Champagne constituaient le 2ème poste de dépenses de la restauration à table, après les produits frais.

Sur cette même enquête les déclarants avaient mentionné que la vente de vins tranquilles, de Champagne et des autres vins effervescents représentait en moyenne environ 21% de leur chiffre d'affaires total en 2013, ce qui, en retour, traduit l'intérêt que ces professionnels peuvent avoir pour la filière Vins.

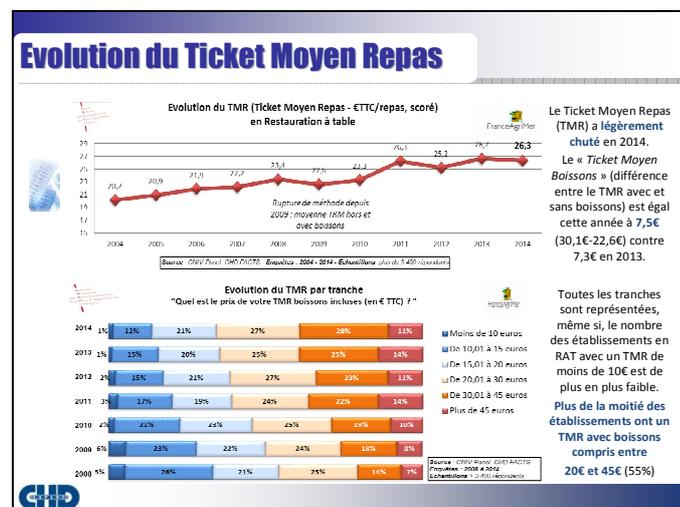
Les caractéristiques et les évolutions de la restauration avec service à table

En 2014, on constate que la restauration française avec service à table reste principalement composée de restaurants de type traditionnels avec, à l'intérieur de cet ensemble, un développement des établissements gastronomiques. Les autres établissements du secteur sont principalement des établissements de cuisine à thème (pizzerias, italiens, crêperies, grills asiatiques autres cuisines du monde, ...) ou des brasseries.

Le chiffre d'affaires moyen des établissements de restauration à table de l'année est d'environ 410 000 €/an contre 414 000 € en 2013. Dans le détail des différents segments du secteur, on constate que le chiffre d'affaires est relativement stable pour les restaurants et en progression pour les hôtels-restaurants, les cafés-restaurants et les brasseries.

Le nombre de couverts en restauration à table est en légère progression par rapport à 2013 mais il est relativement stable à moyen terme. En moyenne les établissements réalisent 57 couverts par jour. La grande majorité des établissements (70%) font entre 25 et 100 couverts par jour avec une répartition relativement stable depuis 2008.

Le Ticket Moyen Repas (TMR) a légèrement chuté en 2014. Le « Ticket Moyen Boissons » (différence entre le TMR avec et sans boissons) est égal cette année à 7,5 € (30,1 €-22,6 €) contre 7,3 € en 2013.



La conjoncture des établissements

Le niveau de confiance des restaurateurs est en très légère hausse par rapport à ces deux dernières années. Il a gagné 0,3 point par rapport à la même époque en 2013, mais reste relativement bas compte tenu du climat difficile des affaires en 2014 qui suscite de l'inquiétude.

L'indicateur d'évolution du prix des principales boissons de référence dans le secteur fait apparaître que le prix de ces boissons (café, bière, coca-cola) continue de progresser traduisant le fait que la boisson reste un des derniers produits sur lequel le restaurateur peut s'assurer d'une marge positive.

Les fournisseurs et les approvisionnements en vin

Les résultats de l'enquête 2014 permettent de constater que les fournisseurs directs, composés des domaines viticoles, des caves coopératives, des négociants et des agents, demeurent la source d'approvisionnement en vin privilégiée des professionnels de la restauration à table (69% des établissements s'y fournissent).

En 2014, un peu moins de deux établissements sur cinq se sont approvisionnés auprès d'entrepôts et de grossistes en boissons (type France Boissons, qui a dynamisé sa branche vin, ou notamment C10) au détriment des Cashs & Carry (Metro, Promocash...) qui représentent tout de même 34% des approvisionnements.

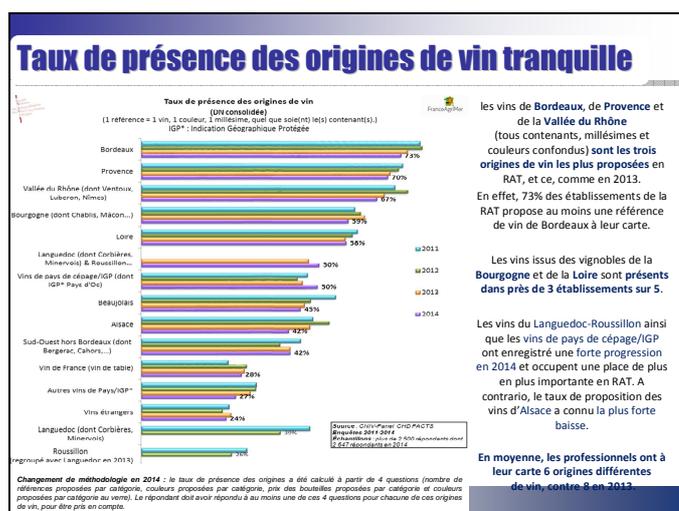
Toutes catégories de fournisseurs confondues, les professionnels s'approvisionnent en moyenne auprès de quatre fournisseurs de vin différents.

Les professionnels qui s'approvisionnent auprès de fournisseurs directs (domaines viticoles, caves coopératives, négociants en vin et agents) ont en

moyenne neuf fournisseurs différents dans cette catégorie. Les professionnels qui s'approvisionnent en vin auprès d'entrepositaires/grossistes ont en moyenne deux fournisseurs différents dans cette catégorie. Les professionnels qui s'approvisionnent auprès de Cashs & Carry, en fréquentent en moyenne deux différents.

L'offre de vins tranquilles par origine et par couleur

Comme lors des enquêtes précédentes, on constate que tous contenants, millésimes et couleurs confondus les vins de Bordeaux, de Provence et de la Vallée du Rhône sont les trois origines de vin les plus proposées en restauration à table. Les vins issus des vignobles de Bourgogne et de la Loire sont présents dans près de trois établissements sur cinq.



Les vins du Languedoc-Roussillon ainsi que les vins de pays de cépage/IGP ont enregistré une forte progression en 2014 et occupent une place de plus en plus importante en restauration à table. A contrario, le taux de proposition des vins d'Alsace a connu une certaine baisse par rapport à 2013, vraisemblablement en relation avec la faiblesse de leur récolte.

En moyenne, les professionnels ont à leur carte six origines différentes de vin, contre huit en 2013. Cette évolution peut être corrélée à la réglementation du « fait maison », et au fait que les restaurateurs ont pu légèrement restreindre leur carte des vins en relation avec la diminution du nombre de plats proposés. Il n'est pas non plus impossible que la faiblesse des dernières récoltes ait affecté la disponibilité de certaines origines dans les établissements de restauration à table.

Avec une quarantaine de références proposées en moyenne, toutes origines, tous contenants, tous millésimes et toutes couleurs confondus, les professionnels de la restauration à table semblent toujours avoir à cœur de proposer un large choix de vins à leur clientèle.

Ainsi les restaurateurs proposant des vins de Bordeaux à leur clientèle, ont en moyenne huit vins différents de cette origine à leur carte.

Les professionnels ayant mentionné proposer des vins étrangers ont en moyenne sept références différentes de vins étrangers sur leur carte, ce qui représente une forte progression par rapport à ce que l'on avait pu observer dans les enquêtes précédentes. Cette caractéristique et son évolution peut néanmoins s'expliquer par le fait qu'on est ici sur des établissements qui ont résolument fait le choix de proposer des vins étrangers dans leur carte afin de se différencier de la concurrence.

En 2014, les établissements proposent un peu moins de choix dans les vignobles qu'en 2013, mais ils ont à leur carte plus de références dans chaque vignoble proposé.

En termes de couleurs, les résultats de l'enquête 2014 font apparaître que le rouge reste la couleur de vin la plus proposée en restauration à table (98% des établissements qui ont une offre de vins proposent au moins une référence de vin rouge) devant le rosé (94%) et le blanc sec (89%). Parmi les établissements qui ont une offre de vin, on peut noter que 48% des établissements proposent des vins doux/moelleux et 17% des vins doux naturels.

Comme les années précédentes, les vins rouges en restauration avec service à table proviennent essentiellement des vignobles du Bordelais et de la Vallée du Rhône. Parmi les établissements qui proposent du vin rouge, on peut noter aussi que 47% ont des vins rouges de Bourgogne à leur carte.

Pour la vente des vins rosés, les restaurateurs proposent essentiellement l'origine Provence (67%). Cette origine domine largement le marché des vins rosés en restauration à table, même si les ventes de vins rosés du Languedoc-Roussillon enregistrent la plus forte progression (24% contre 19% en 2013).

Les vins blancs secs sont principalement issus de trois origines : la Bourgogne (49% contre 52% en 2013), la Loire (44% contre 40% en 2013) et l'Alsace (41% contre 42% en 2013).

Pour la vente des vins blancs doux/moelleux, du type Monbazillac, Sauternes ou Vendanges tardives, les restaurateurs sélectionnent principalement les origines : Alsace, Bordeaux et Sud-Ouest.

Enfin, Les restaurateurs qui proposent une offre de vins doux naturels (Vins de plus de 15° : Banyuls, Maury, Muscats, Rasteau, Rivesaltes, etc.), sélectionnent principalement les vins doux naturels issus des vignobles du Languedoc-Roussillon. En effet, 72% des établissements qui ont à leur carte du vin doux naturel, proposent au moins une référence de vin doux naturel provenant du Languedoc-Roussillon.

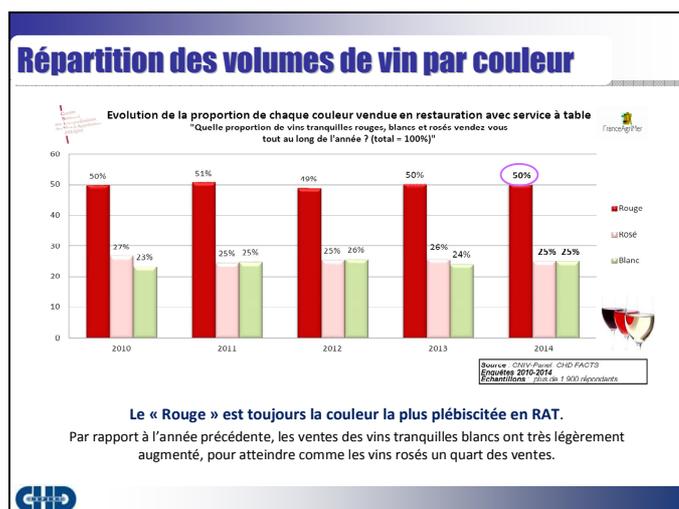
L'offre de vins « bio »

Les résultats de l'enquête sur plusieurs années semblent traduire une légère hausse du nombre d'établissements de restauration à table proposant au moins une référence de vin issue de l'Agriculture Biologique. Ainsi en 2014, on constate que 46% des établissements proposent au moins une référence de vin issu de l'Agriculture Biologique, contre 48% en 2013 et 37% en 2011. Il convient toutefois d'interpréter prudemment cette évolution en raison des différences de méthodologies employées dans les enquêtes successives.

En moyenne, on peut retenir que les professionnels qui ont des vins "bio" en proposent cinq références différentes.

La répartition des volumes de vins

Comme les années précédentes, l'enquête CHR 2014 permet de constater que le vin rouge reste le vin le plus vendu en restauration à table. Par rapport à 2013, on observe que les ventes des vins tranquilles blancs ont très légèrement augmenté, pour atteindre un quart des ventes à égalité avec les vins rosés qui peuvent avoir été victimes de la météo défavorable.



En termes de contenants, le format bouteille de 75cl continue de dominer le marché de la restauration à table. Comme déjà observé sur les enquêtes précédentes, on constate que les professionnels sont de plus en plus nombreux à proposer un service au verre. De fait en moyenne, 23% des volumes de vins tranquilles d'un établissement sont vendus au verre, contre 20% en 2013, et ce, au détriment du pichet, dont les ventes ont légèrement chuté en 2014.

Pour chaque origine, on peut noter que la gamme de prix est assez large : 49% des établissements qui proposent des Bourgogne vendent leurs bouteilles de 75cl entre 35,01€ et 50€ et 36% plus de 50€ ; 32% des restaurants proposant des Bordeaux, les vendent plus de 50€ la bouteille de 75cl ; 40% des établissements qui

proposent des vins de Provence vendent leurs bouteilles entre 15€ et 20€ ; 80% des restaurateurs qui proposent à leur clientèle du Vin de France vendent leurs bouteilles moins de 15€.

L'offre de vin au verre

Comme observé depuis plusieurs années, les résultats de l'enquête conduisent à constater que l'offre de vin au verre est devenue incontournable pour les établissements de restauration à table. Désormais la quasi-totalité des établissements propose du vin au verre.

Ainsi, les restaurateurs français semblent avoir pris une pleine mesure de l'importance de cette forme de vente, qui leur permet de répondre aux attentes de leur clientèle, de relancer leurs ventes de vin et d'améliorer leur rentabilité.

Cette offre au verre apporte notamment une réponse aux effets de la crise économique, à l'évolution des comportements et des mentalités par rapport à la consommation d'alcool. Elle permet également aux clients de satisfaire leur envie de découvrir de nouveaux vins sans trop dépenser.

Les taux de présence des différentes origines indiquent que l'offre de vin au verre proposée en restauration à table est très différente d'un établissement à un autre. On observe cependant que 49%, soit un établissement sur deux proposant du vin au verre, a une référence de vin de Bordeaux au verre à sa carte et qu'en moyenne, les restaurateurs qui vendent du vin au verre, proposent quatre origines différentes.

En termes de couleur et de type de vins, on observe que pour la vente des vins rouges au verre, les vins issus des vignobles du bordelais et de la Vallée du Rhône dominent le marché. Parmi les professionnels qui proposent du vin rouge au verre, 48% ont au moins une référence de Bordeaux rouge au verre à leur carte. Le vin rosé proposé provient principalement des vignobles de Provence (49%). Les restaurateurs qui ont une offre de vins blancs secs au verre proposent essentiellement des références de la Loire et de la Bourgogne. Les vins doux-moelleux proviennent principalement du Sud-Ouest. Enfin pour la vente des vins doux naturels, les vins issus du Languedoc-Roussillon dominent largement le marché.

En termes de référence, les résultats 2014 de l'enquête permettent de constater que les établissements proposant une offre de vins au verre, ont en moyenne 9 références de vins au verre différentes à leur carte.

Parmi ces établissements, on remarque que certains ont réellement fait de cette prestation une spécialité avec une proposition de neuf références ou plus.

Un focus sur ces établissements permet d'observer qu'il s'agit le plus souvent de restaurants proposant une cuisine traditionnelle (72%) avec un service midi et soir (79%). Ces restaurants sont principalement situés en centre-ville (52%) et en région Ile-de-France (25%), mais aussi, dans une moindre mesure, dans les régions Rhône-Alpes (9%) et Languedoc-Roussillon (7%). De façon générale, il s'agit d'établissements qui sont plus enclin à s'approvisionner auprès de fournisseurs directs proposant un nombre assez large d'origines principalement issues des vins de Bordeaux, de la vallée du Rhône, de Provence, de Bourgogne, de la vallée de la Loire et du Languedoc-Roussillon.

En termes de prix, on peut noter qu'en 2014, le prix moyen de la référence de vin au verre la plus vendue en RAT est à 4€ et que ce prix a encore légèrement augmenté par rapport à 2013. La référence la plus chère et la référence la moins chère sont respectivement à 6,2 €/verre (contre 5,9 € en 2013 et 5,6 € en 2012) et 3,4 €/verre (contre 3,1 € en 2013 et 3,0 € en 2012).

Evolution des volumes de vins vendus

Compte tenu du contexte économique difficile dans lequel évoluent les établissements de restauration à table (et malgré des changements méthodologiques induits par le questionnaire de l'enquête en 2014), on observe que la perception des restaurateurs quant à l'évolution de leurs ventes en volume par rapport à l'année précédente reste assez négative (-2,6 points en 2014 contre -3,3 en 2013 et -2,7 en 2012).

La perception des établissements permet toutefois de constater que près d'un établissement de restauration à table sur deux considère que le volume total de vins commercialisés par son établissement est resté stable par rapport à l'année précédente.

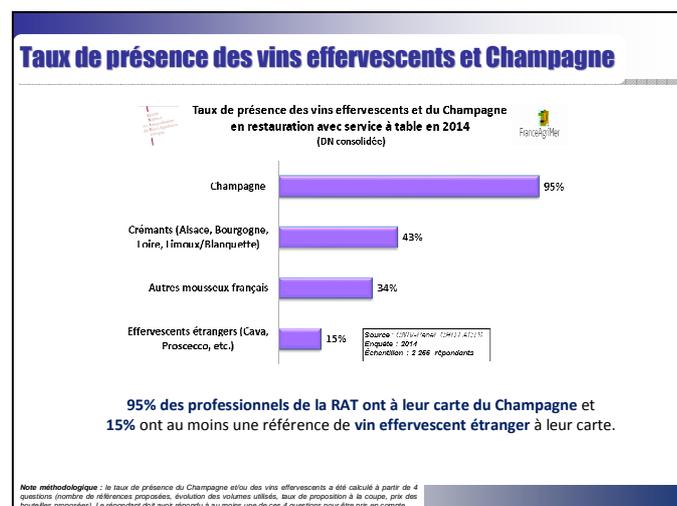
Les professionnels de la restauration à table estimant que le volume total de vins commercialisés dans leur établissement en 2014 a augmenté par rapport à 2013, ont enregistré en moyenne une hausse de 14,4%. Les professionnels de la restauration à table estimant que le volume total de vins commercialisés dans leur établissement en 2014 a diminué par rapport à 2013, ont enregistré en moyenne une baisse de 17%.

Concernant la perception des ventes par couleur, la majorité des professionnels interrogés estime que leurs ventes de vins pour chacune des couleurs sont restées stables. 17% des restaurateurs ont cependant constaté une hausse des ventes de vins rosés dans leur établissement, ce qui est la plus forte augmentation en comparaison aux autres couleurs.

Le Champagne et les vins effervescents

Le taux de proposition et le nombre de références en restauration avec service à table

Comme lors des précédentes enquêtes, on observe sans grande surprise qu'en 2014 le Champagne et/ou les vins effervescents sont présents dans la quasi-totalité des établissements de la restauration avec service à table. L'origine et le type de produit le plus présent reste le Champagne dans la mesure où 95 % des établissements de restauration présentent au moins une référence de Champagne dans leur carte (43% des établissements proposent des crémants d'Alsace, de Bourgogne, de Loire ou de Limoux ; 34% d'autres mousseux français). Seuls 15% des établissements propose une référence de vin effervescent étranger.



De façon générale, l'enquête 2014 fait apparaître que les établissements proposant du Champagne et/ou des vins effervescents proposent en moyenne deux références différentes.

Evolution des volumes de Champagne et de vins effervescents vendus

En liaison avec un contexte économique 2014 décrit comme difficile pour la restauration, les résultats de l'enquête concernant l'évolution des volumes de Champagne et de vins effervescents conduisent à observer qu'une majorité d'établissements estiment avoir subi une baisse ou un maintien de leurs ventes en volume.

Cette perception est plus ou moins marquée selon le type de produit. C'est notamment le cas pour le Champagne pour lequel 46 % des professionnels estiment avoir subi une baisse des ventes de ce produit par rapport à 2013.

D'après la perception que peuvent en avoir les restaurateurs, les ventes de Crémants et d'autres mousseux français semblent avoir été moins impactées avec une majorité de professionnels estimant que leurs ventes sont restées stables ou ont progressé par rapport à l'année précédente. On remarque par ailleurs que

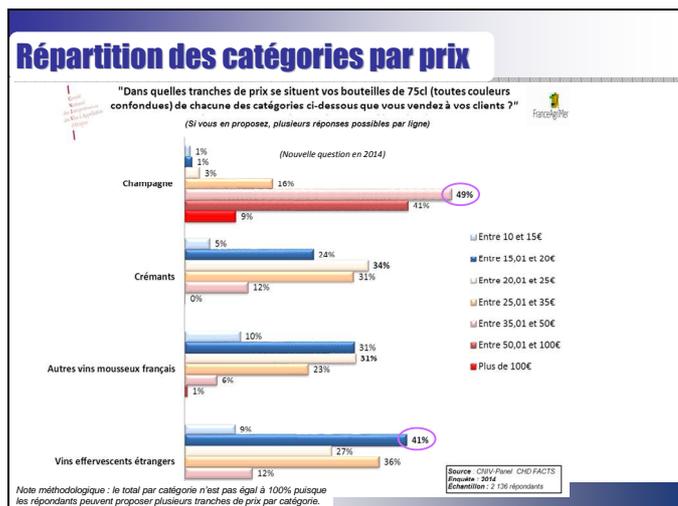
15 % des restaurateurs estiment que leurs ventes de vins effervescents étrangers ont augmenté par rapport à celles de 2013.

La répartition des volumes vendus par contenant

D'après les résultats de l'enquête 2014, on observe que le format le plus vendu pour le Champagne ainsi que pour les vins effervescents étrangers reste la bouteille de 75cl. Par contre, 55% des établissements qui proposent des vins effervescents français, les vendent dans le cadre d'un service à la coupe.

La répartition des volumes vendus par catégorie de prix

La répartition des vins vendus par catégorie de prix conduit à constater que le Champagne fait sans grande surprise l'objet d'une valorisation généralement plus importante que celle des vins effervescents étrangers. Ainsi parmi les professionnels qui ont du Champagne à leur carte, on observe que 49% vendent leurs bouteilles de 75cl de Champagne entre 35,01 € et 50 €. Parmi les restaurateurs qui ont au moins une référence de vin effervescent étranger à la carte, 41% proposent leurs bouteilles de 75cl entre 15,01 € et 20 €.



L'offre à la coupe

Comme observé pour les vins tranquilles on constate aussi qu'un grand nombre d'établissements de restauration à table (73%) propose du Champagne à la coupe et que les restaurateurs proposant du Champagne à la coupe, ont en moyenne 1 à 2 références différentes à leur carte. On observe par contre que seul un établissement sur dix propose du vin effervescent d'origine étrangère à la coupe.

En termes de prix, le prix moyen de la référence de Champagne à la coupe la plus vendue en restauration avec service à table a encore augmenté en 2014, pour atteindre 8,70 € (+0,30 € par rapport à 2013). La coupe

de vin effervescent étranger la plus vendue dans les restaurants est en moyenne au prix de 5,50 €, contre 5,30 € en 2013. Elle est vendue plus chère que les références les plus vendues de Crémant ou d'autres vins mousseux français.

* *Méthodologie : Questionnaire auto administré et envoyé à plus de 180 000 Cafés-Hôtels-Restaurants correspondant au marché global des CHR français.*

Routage sur la base du fichier d'adresses de CHD Expert fin juillet 2014.

Encartage du questionnaire dans L'Hôtellerie Restauration du mois d'août.

Relance sur les anciens répondants mi-septembre 2014. 3 264 réponses

Complément panel administré d'août à novembre 2014 : 2 497 réponses

Complément téléphonique effectué auprès de débits de boissons en novembre 2014 :

85 réponses

Constitution d'une base redressée de 5 846 répondants, représentative du marché et basée sur des critères géographiques et typologiques croisés dont 3 564 répondants pour la Restauration Service à Table (restaurants, hôtels avec restaurant, cafés avec restaurant et brasseries).

A contribué à ce numéro : Unité Culture et filières spécialisées / service Marchés et études de filières

