

## SECTEUR &amp; TENDANCES



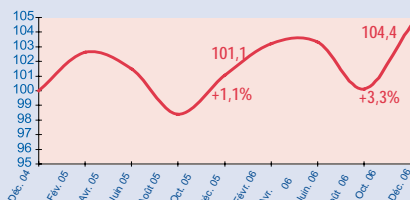
Cette année, le secteur retrouve un relatif dynamisme avec des chiffres d'affaires annuels en progression de 1,7%. Seuls l'artisanat du bâtiment et l'équipement de la maison font mieux.

Les années précédentes nous avaient habitués à une belle homogénéité en terme de rythme de croissance annuelle des différentes professions du secteur. Les taux variaient de +1,8% à +2,2% en 2004 et de +0,8% à +1,1% en 2005. Il n'en va pas de même en 2006 et des écarts se creusent d'une profession à l'autre.

## Evolution du chiffre d'affaires

## Hôtel-Restaurant

Base 100 au 31/12/04 - cumul 12 mois



Les Hôtels-restaurants obtiennent une remarquable hausse d'activité, +3,3%, après deux années aux performances plus modestes. Les restaurants avec +1,3% de chiffre d'affaires restent, eux, sur la tendance observée sur les dernières années, c'est-à-dire une hausse des plus timides, souvent inférieure à celle des prix. La lente érosion des volumes d'activité reste donc une réalité.

En ce qui concerne les cafés-bars, le malaise ressenti depuis longtemps se traduit nettement en 2006 à travers la stagnation du chiffre d'affaires moyen.

Ces dernières années ont été marquées par de nombreuses muta-

Café-Hôtellerie-Restaurant  
HÔTEL-RESTAURANT

2006 : +3,3% 2005 : +1,1%

## Chiffres clés

Indice des prix en 2006 : +1,5%

- Profession : +2,4%

Echantillon analysé : 295

Chiffres moyens en 2005

- Chiffre d'affaires : 232 900 €

- Résultat courant : 28 000 €

Part budgétaire pour 1000 €

- 1995 : 46,92 €

- 2000 : 49,55 €

- 2005 : 47,86 €

## Du bon pied

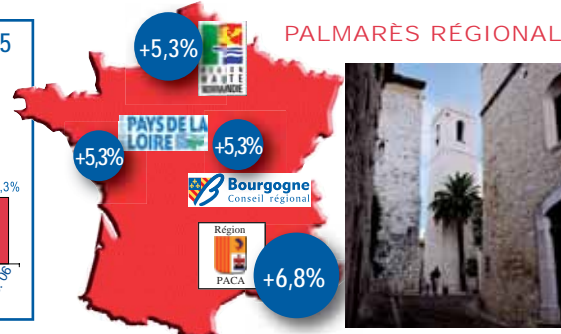
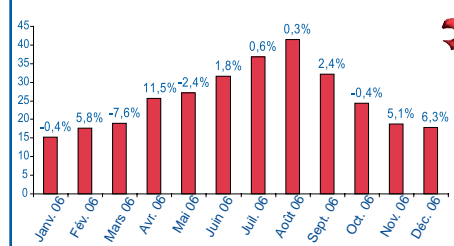
La croissance s'accélère dans les hôtels-restaurants. Le chiffre d'affaires moyen

a progressé de 3,3% cette année.

Après une année 2005 en demi-teinte, la profession retrouve une orientation franche. Cette tendance a été largement influencée par quelques mois particulièrement dynamiques tels que avril, +11,5%, ou décembre, +6,3%. Avec des hausses de 5,8% et 5,1%, février et novembre contribuent également fortement à l'embellie. Seuls deux mois affichent de nets replis, mars chute de 7,6% en 2006 après avoir enre-

gistré la meilleure performance mensuelle en 2005, +6% et mai, quant à lui, recule de 2,4%.

Au plan géographique, la Bretagne est la seule région à observer une baisse des chiffres d'affaires, -2,1%, loin des excellentes performances obtenues par les établissements de la région PACA, +6,8%. Les régions Haute-Normandie, Pays de la Loire et Bourgogne sont également très bien orientées. Elles affichent toutes trois une hausse significative d'activité, +5,3%. ■

Chiffres d'affaires et évolutions 2006/2005  
En K€

## PALMARÈS RÉGIONAL



tions qui ont orienté très largement les évolutions d'activité du secteur. L'hôtellerie a connu l'émergence, puis la rapide croissance des chaînes volontaires ou intégrées. Les indépendants, s'ils restent majoritaires en nombre d'établissements, ont du adapter leur offre. Beaucoup ont su faire valoir leurs arguments, convivialité, accueil, dépaysement, pour constituer une alternative crédible à l'offre de chaîne. Reste que beaucoup sont susceptibles de rejoindre un jour ou l'autre l'une des multiples chaînes volontaires afin de profiter de moyens de promotion et de communication impossibles à engager seul. Une autre grande évolution est apportée par le développement de la restauration hors domicile.

La restauration traditionnelle a peu profité de cet essor, les consommateurs se tournant principalement vers les formules de restauration à thème et surtout de restauration rapide. En outre, la profession n'a pas échappé non plus à l'émergence des chaînes. Moins présentes que dans l'hôtelle-

rie, elles captent malgré tout plus de 30% du nombre de couverts servis dans l'ensemble de la restauration commerciale. La restauration rapide est la cible privilégiée de ces chaînes.

Les cafés-bars n'ont pas su davantage exploiter le potentiel d'activité lié à cette restauration hors domicile. Victime d'une véritable hémorragie en terme de nombre d'établissements au cours des dernières décennies, la profession retravaille aujourd'hui son image auprès du consommateur. Victimes de la lutte contre l'alcoolisme et le tabagisme, les établissements doivent valoriser plus que jamais l'accueil, l'ambiance et une thématique appropriée. ■

