

Fiche 3 - Étude DGCCRF - Suivi des prix dans le secteur de la restauration

Entre le 6 et le 9 juillet, les enquêteurs de la DGCCRF se sont rendus dans les mêmes restaurants que ceux visités en mars et avril (au moment où se préparaient les États généraux de la restauration, i.e. avant l'entrée en vigueur de la mesure de baisse du taux de TVA). L'échantillon a concerné **3 755 établissements et 23 517 prix de produits**.

Résultats de l'enquête

Sur l'ensemble de l'échantillon étudié :

- Plus de la moitié des restaurants a pratiqué au moins 7 baisses de prix ;
- Un peu plus de 10 % des restaurants affiche des baisses de prix, mais sur moins de 7 produits ;
- Un gros tiers des restaurateurs n'annoncent aucune baisse de prix.

Un petit tiers des restaurants a apposé la vitrophanie.

Sur les 3 755 restaurants de référence, 1 212 avaient apposé la « vitrophanie » sur leur devanture, c'est-à-dire **qu'un tiers des restaurants avaient apposé le message « la TVA baisse, les prix aussi »**.

Le taux de présence de vitrophanie varie selon les types de restaurants.

- Il est fort (près des deux tiers) dans les restaurants offrant des « formules grill ». Ce sont généralement des établissements appartenant à des chaînes de restauration.
- Il est voisin de 30 % pour les restaurants traditionnels et les pizzerias.

Le fait que les prix baissent est indépendant de la présence de la vitrophanie et on peut considérer qu'un restaurant sur deux respecte l'esprit de l'accord.

- Parmi les 1 212 restaurants affichant la vitrophanie, plus de **90 % indiquent au moins 7 prix en baisse** et plus d'un sur deux (53 %) va plus loin en proposant 10 prix et plus en baisse.
- Sur les 2 543 restaurants qui n'affichent pas la vitrophanie, 838 indiquent 7 prix et plus en baisse. **S'ils n'appliquent pas formellement les dispositions de l'accord, on peut considérer qu'ils en respectent l'esprit.**

Il y a de fortes disparités régionales sur l'application de l'accord sur les prix

- **Le taux de présence de la vitrophanie n'est pas homogène sur l'ensemble des régions.**

- Le taux de présence de la vitrophanie dépasse les 40 % dans 6 régions : Limousin, Bourgogne, Bretagne, Auvergne, Champagne-Ardenne et Lorraine.
- Dans 6 régions de poids économique ou de population importante, ce taux est inférieur à 30 % : Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Île-de-France, Aquitaine, Haute-Normandie et Rhône-Alpes.
- **L'ordre de classement des régions selon le critère d'au moins 7 prix signalés en baisse est différent.**
- Les restaurants annonçant le plus de prix en baisse sont situés en Champagne-Ardenne (près des trois quarts), Franche-Comté, Centre, Basse-Normandie et Picardie (près des deux tiers).
- Les régions Île-de-France (plus de 40 %) et Rhône-Alpes (moins de 40 %) affichent la plus faible proportion de prix en baisse (exception faite de la Corse et des Antilles).

Un gros tiers des prix relevés ont baissé et au total l'ensemble des prix de l'échantillon a baissé d'un peu moins de 4 % en moyenne. ⁽¹⁾

- Sur l'échantillon des 7 produits suivis par établissement, on observe les évolutions suivantes :
 - 13 802 produits, soit **un peu moins de 60 %, sont restés stables** ;
 - 569 produits, soit **un peu plus de 2 %, ont augmenté en moyenne de 8,5 %** ;
 - 9 146 produits, soit **un gros tiers, ont baissé en moyenne d'un peu plus de 10 %**.
- Au total, il ressort une baisse moyenne d'un peu moins de 4 % sur l'ensemble de l'échantillon de restaurants visités.

La baisse moyenne des prix varie selon les types de restaurants.

- La plus forte proportion de prix en baisse se retrouve dans les restaurants « formule grill » (plus d'un sur deux) avec une réduction moyenne de plus de 10 % pour les prix qui baissent. Pour ce type de restaurant, la baisse moyenne globale ressort à près de 6 %.
- La plus faible proportion de prix en baisse est observée dans les restaurants « exotiques » (moins de 2 sur 10), d'où une baisse moyenne globale inférieure à 2 %.

– Dans les restaurants traditionnels et les pizzerias, la proportion de prix en baisse dépasse le tiers, avec une réduction moyenne d'environ 10 % des prix qui baissent. D'où une baisse moyenne globale de l'ordre de 3,5 %.

En résumé :

Ces résultats doivent être considérés comme une première tendance. D'autres enquêtes sont programmées, notamment dans le cadre de l'« Opération interministérielle vacances », afin de connaître le comportement des restaurateurs dans les zones touristiques.

(1) Les constats de la DGCCRF donnent une estimation plutôt prudente (i.e. minorée) de la réalité des baisses de prix.

– Dans son enquête, la DGCCRF a ciblé (dès l'origine) les relevés de prix effectués, dans chaque restaurant, sur 7 prix parmi les grandes parties de la carte (entrée, menu, dessert,...), en sélectionnant les produits les moins chers.

– Les produits retenus dans l'enquête de la DGCCRF ne correspondent pas forcément à ceux choisis par le restaurateur : ceci explique que cette analyse conduise à une estimation prudente de la réalité, ne recouvrant qu'en partie le nombre de produits baissés par les restaurateurs (un restaurateur peut avoir respecté le contrat d'avenir, sans nécessairement avoir baissé les prix des produits relevés dans l'enquête).