

# Horizon-éco

L'économie du Nord-Pas de Calais

/ ÉTUDE SECTORIELLE

## Hôtels, cafés, restaurants en Nord - Pas de Calais

- P.04 **UN SECTEUR QUI RÉSISTE À LA CRISE**
- P.06 **9000 EMPLOIS CRÉÉS EN DIX ANS**
- P.11 **DES ÉVOLUTIONS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES FAVORABLES AU HCR**
- P.14 **DES OPPORTUNITÉS LIÉES AU TOURISME D'AFFAIRES**
- P.17 **PAS ASSEZ DE REPRENEURS ?**
- P.20 **UNE ATTRACTIVITÉ QUI SE RENFORCE**
- P.22 **L'APPRENTISSAGE : REMÈDE AUX DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT ?**
- P.25 **UNE RÉGLEMENTATION QUI ÉVOLUE**

# / Synthèse

Les hôtels, cafés et restaurants (HCR) représentent 11% des établissements (11 400) et 4% des salariés de la région (39 500). La part importante de l'emploi non salarié (les dirigeants) viendrait néanmoins renforcer le poids économique du secteur. Qui plus est, en termes de dynamiques, le secteur des HCR a contribué à hauteur de 9% au total des créations d'emplois entre 1998 et 2008. Ce rattrapage reste néanmoins insuffisant et le Nord-Pas de Calais souffre toujours d'un sous équipement par rapport aux autres régions françaises en matière d'hôtellerie et de restauration. Le renforcement de l'attractivité de la région, notamment porté par les nouveaux équipements structurants (Louvre-Lens, Grand Stade de Lille...), passera nécessairement par un accroissement de l'offre.

Pour tirer pleinement partie du potentiel de création de richesses et d'emplois de l'hôtellerie-restauration, il faudrait également veiller à l'adaptation continue des établissements aux exigences des consommateurs. Face à un consommateur ayant le sentiment d'une baisse de son pouvoir d'achat, l'exigence de la qualité représente, pour le dirigeant d'entreprise, une issue par le haut pour lui permettre d'assurer sa rentabilité. C'est dans cet esprit que les chambres de commerce de la région proposent aux professionnels du secteur une démarche qualité leur permettant, sur la base d'un audit, d'obtenir les clés pour l'amélioration de leurs prestations. En outre, les nouvelles technologies, l'ouverture sur le monde, les préoccupations environnementales et sanitaires (en matière d'hygiène comme de santé)... sont autant de leviers de différenciations auxquels doivent être sensibilisés ces professionnels.

Les évolutions réglementaires, que ce soit en termes de santé publique, d'accessibilité ou de sécurité ne sont pas remises en cause en tant que telles mais sont un défi pour ces entreprises dont une frange significative souffre de difficultés structurelles. Les défaillances dans ce secteur sont en effet traditionnellement élevées, signe de la fragilité de certains projets.

Les difficultés de recrutement constituent l'autre fragilité chronique de ce secteur bien que cela ne soit spécifique ni à la région ni même à la France. Si la défiscalisation des heures supplémentaires peut faire figure de palliatif face à ces difficultés, on ne peut écarter la question de l'attractivité de ce secteur et plus largement de l'ensemble des métiers dits « manuels » pour résoudre à long terme ce problème. La mobilisation des acteurs de la profession et de la formation autour de l'apprentissage semble sur ce point aller dans le bon sens.

Les années à venir devraient se traduire par de nombreuses fermetures d'établissements faute de repreneurs. En région, plus d'un quart des dirigeants du HCR ont plus de 55 ans. Cela représente un potentiel de 3 000 établissements à transmettre dans les prochaines années rien que pour cause de départ en retraite, soit une moyenne de 600 par an. En 2009, seules 550 transmissions (toutes causes confondues) ont été recensées et les acteurs soulignent déjà un manque de repreneurs.

Au-delà de l'appui et du soutien aux entreprises, les pouvoirs publics peuvent appuyer le secteur en poursuivant leurs efforts d'organisation de manifestations et en renforçant l'offre d'équipements de tourisme d'affaires ou de loisirs. Près d'un établissement sur deux de la région profiterait ainsi déjà des manifestations organisées localement (braderie, carnaval, fête de village...). La promotion et l'amélioration de l'image de la région sont aussi des vecteurs de développement des hôtels, cafés et restaurants. Les 7 pôles de compétitivité en Nord-Pas de Calais participent également à l'attractivité de la région et représentent une opportunité pour le développement du tourisme d'affaires autour des thèmes développés dans les pôles (salons, congrès, séminaires, réunions).

Enfin rappelons que la croissance globale de l'économie reste le meilleur moteur de développement du HCR. A titre d'exemple, l'INSEE considère que toute hausse du revenu de 1% entraîne une croissance de 0,4% des dépenses dans la restauration.

# / Sommaire

I – Les marchés du HCR	4
II – L’offre en région	5
/ Emploi et établissements	5
/ Qualification de l’offre	7
III. La demande	11
/ Transformations socio-économiques	11
/ Les changements d’habitudes alimentaires	13
/ Tourisme de loisirs	14
/ La clientèle du tourisme d’affaires	14
/ Emergence d’une nouvelle clientèle étrangère	15
IV – Les grands enjeux	16
/ Vie des entreprises	16
/ Mutations de la demande des consommateurs	18
/ Les grands projets pour le Nord-Pas de Calais	20
/ Ressources humaines	22
/ Un secteur d’activité très réglementé	25

Le secteur des hôtels, cafés, restaurants (HCR) est composé d'établissements très hétérogènes : taille, type de clientèle, situation financière... Cette étude vise à présenter un portrait de ces activités en région et leurs évolutions au cours des dernières années. En complément de ce constat, nous reviendrons sur l'ensemble des enjeux auxquels doit faire face la profession, des évolutions des besoins des consommateurs aux nouvelles réglementations en passant par la gestion des ressources humaines ou la transmission d'entreprises.

Au-delà des aspects propres aux établissements du HCR, c'est plus largement la question de l'attractivité régionale qui se posera au cours de cette analyse. Le HCR est en effet le premier secteur économique à bénéficier des retombées des équipements, sites d'intérêt et manifestations en région. A l'inverse, la qualité des prestations offertes par les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration influencera la perception de nos territoires pour de nombreux visiteurs (qu'ils soient régionaux, nationaux ou internationaux).

## / Les marchés du HCR

En préambule à cette étude sur les hôtels, cafés et restaurants, il semble indispensable de faire un point sur les différents types de clientèle. On peut classer la clientèle du HCR en trois catégories : la clientèle de loisirs, la clientèle d'affaires, la clientèle résidentielle exclusivement pour les cafés et restaurants.

- **la clientèle de loisirs** peut être régionale, nationale ou internationale. Elle est composée de l'ensemble des touristes qui viennent pour se divertir, se cultiver, faire du shopping et vont, à cette occasion, résider dans un hôtel, un camping ou tout autre type d'hébergement, se restaurer...
- **la clientèle d'affaires de groupe ou individuelle** vient en région dans le cadre de ses activités professionnelles. L'ensemble des séminaires, congrès et salons sont autant d'occasions pour les entreprises de communiquer en interne comme en externe. Si cette clientèle est avant tout régionale (seul un tiers des établissements accueillant de la clientèle d'affaires bénéficient d'une clientèle nationale ou internationale) elle génère une activité importante pour les manifestations d'envergure nationale ou internationale avec des nuits d'hébergements et de la restauration.
- enfin, le dernier type de **clientèle** que l'on qualifiera de **résidentielle** constitue le marché le plus important de la restauration et des débits de boissons. Les évolutions sociétales que nous détaillerons dans la suite de ce document permettent d'expliquer la forte croissance de la restauration hors foyer observée ces dernières années.

### La conjoncture

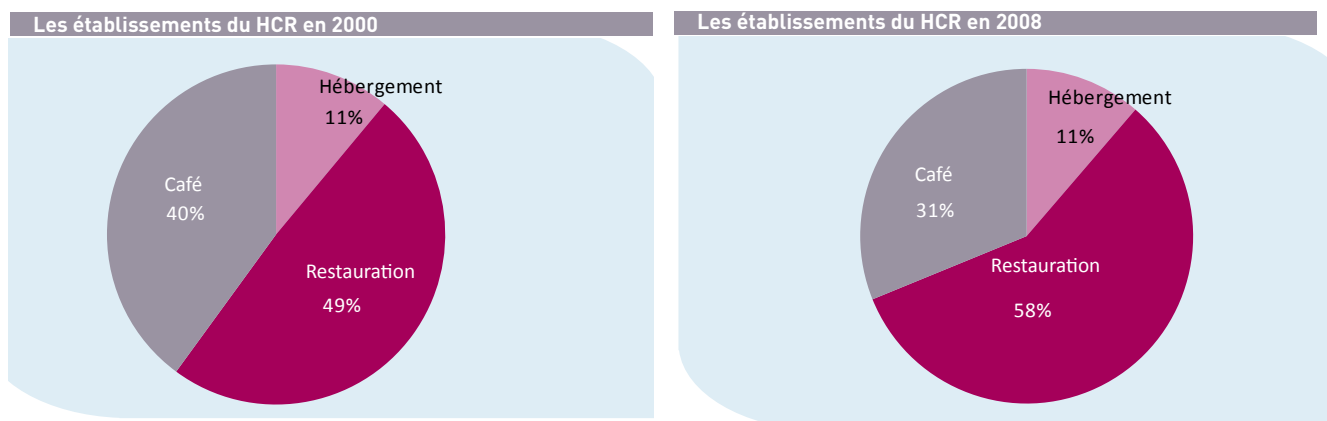
En 2009, particulièrement au premier semestre, l'hôtellerie de tourisme a pâti de la crise économique mondiale : la baisse de fréquentation a atteint 4,9 % et le taux d'occupation a perdu 3,3 points. Toutes les catégories ont été touchées. Alors que le repli de la fréquentation de la clientèle française est resté limité (- 1,4 %), celui de la clientèle étrangère (- 11 %), notamment européenne (- 13 %), a été particulièrement important. L'hôtellerie de plein air a bénéficié de cette situation : la fréquentation y est en hausse de 4,2 %, bénéficiant d'une forte croissance de la clientèle française (+ 7,2 %) et d'un repli contenu de la clientèle étrangère (- 1,1 %). L'été 2010 a vu un net redressement des fréquentations hôtelières : +6% de fréquentation en juin et +3,7% en juillet par rapport à 2009. Les clientèles étrangères ont marqué leur retour en particulier dans l'hôtellerie haut de gamme. Le marché de la restauration a pour sa part bien résisté en 2009 avec cependant une accentuation des tendances déjà observées précédemment : un recul de la restauration traditionnelle au profit de la restauration rapide.

Ce constat national se retrouve en région. L'année 2009 a été mitigée pour l'ensemble de la profession. Elle est tout de même parvenue à créer 200 emplois quand l'ensemble de l'économie régionale en détruisait plus de 18 000. Après un premier trimestre 2010 difficile, la situation s'est nettement redressée en particulier sur le plan de la trésorerie. Les premiers bilans de la saison touristique font état d'une certaine satisfaction des hôteliers et d'un bon niveau de fréquentation des équipements touristiques.

# / L'offre en région

## / Emploi et établissements

Le Nord-Pas de Calais compte plus de 11 400 établissements appartenant au secteur des hôtels, cafés, restaurants employant 39 500 salariés soit 11% des établissements et 4% de l'emploi salarié régional. Depuis les années 2000, le nombre d'établissements du HCR est resté sensiblement identique mais on assiste à une recomposition du secteur avec un développement de la restauration rapide et collective, un recul des débits de boissons et une stabilité des activités liées à l'hébergement. En 8 ans, la part des débits de boissons a reculé de 10 points entièrement compensés par le développement de la restauration. Ce recul de l'activité des cafetiers se retrouve également au niveau national bien que dans une proportion moins importante. Le Nord-Pas de Calais se distingue cependant avec près de 10% des débits de boissons de France sur un territoire qui n'accueille pourtant que 6,5% de la population nationale. En revanche, l'hôtellerie et la restauration sont sous représentés avec respectivement 2,3% et 4,3% du total des établissements français.



source : SIRENE INSEE

Cette transformation de la composition des établissements s'accompagne de modifications en termes d'emplois : 65% des débits de boissons n'ont aucun salarié contre 39% dans le champ de la restauration. Ces résultats expliquent en partie les 9 000 emplois supplémentaires générés par ce secteur entre 1998 et 2008.

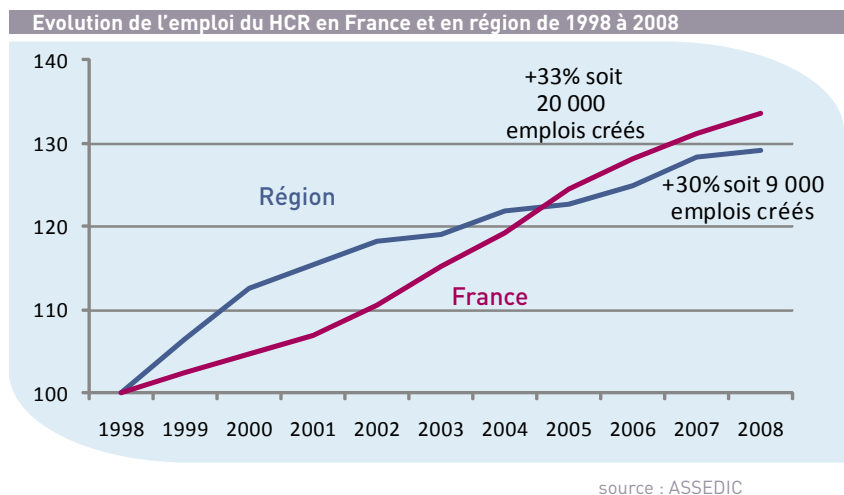
### Une identification de plus en plus complexe de la restauration hors foyer

Dans la partie quantitative de cette étude, nous avons fait le choix de ne retenir que les établissements et les emplois appartenant strictement au secteur des Hôtels, Cafés et Restaurants. Pourtant, l'évolution de l'offre et des comportements des consommateurs (sur lesquels nous reviendrons plus tard) justifierait d'ajouter à cette nomenclature un certain nombre d'établissements artisanaux ou commerciaux. En effet, une multitude de boulangeries (la majorité ?), de commerces alimentaires et même parfois non alimentaires proposent à leurs clients une offre de restauration « nomade » qui représente d'après le cabinet Girafodservice 17% des repas pris hors domicile et 10% du chiffre d'affaires. (Le marché de la restauration en France, Girafodservice).

Faute de données à mobiliser, il est cependant impossible de chiffrer l'étendue de ce type de restauration en région.

En se référant à la nomenclature des activités économiques françaises (NAF) nous avons retenu comme cadre de notre étude, les activités suivantes :

5510Z - Hôtels et hébergement similaire	5590Z - Autres hébergements	5629A - Restauration collective sous contrat
5520Z - Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée	5610A - Restauration traditionnelle	5629B - Autres services de restauration n.c.a.
5530Z - Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs	5610B - Cafétérias et autres libres-services	5630Z - Débits de boissons
	5610C - Restauration de type rapide	
	5621Z - Services des traiteurs	



Les effectifs du secteur des hôtels-café-restaurants ont bondi de 30% entre 1998 et 2008 et de 33% à l'échelle de la France. L'emploi total dans la région a progressé dans le même temps de 11%. Si la tendance était particulièrement bonne en Nord-Pas de Calais entre 1998 et 2004, la croissance semble s'essouffler depuis par rapport aux observations nationales.

**Ces créations d'emplois ont tout de même contribué à hauteur de 9% au total des créations d'emplois en région sur la période.**

**Evolution des établissements et de l'emploi du HCR en région de 1998 à 2008**

	Nombre d'établissements en 2008	Part des établissements sans salariés	Evolution 2000/2008	Nombre d'emplois en 2008	Evolution 1998/2008
Hôtels et assimilés	1076	38%	0%	5577	2%
Exploitation de terrain de camping	264	63%	20%	312	28%
<b>TOTAL HEBERGEMENT</b>	<b>1340</b>	<b>43%</b>	<b>3%</b>	<b>5889</b>	<b>4%</b>
Restauration traditionnelle	4107	35%	0%	17266	43%
Restauration rapide	1926	54%	90%	7890	71%
Restauration collective <sup>1</sup> (dont traiteur)	698	29%	19%	4806	16%
<b>TOTAL RESTAURATION</b>	<b>6731</b>	<b>39%</b>	<b>20%</b>	<b>29962</b>	<b>44%</b>
Débits de boissons	3702	65%	-23%	3659	-10%
<b>TOTAL HCR</b>	<b>11773</b>	<b>48%</b>	<b>1%</b>	<b>39510</b>	<b>29%</b>

source : SIRENE INSEE, ASSEDIC

L'observation des évolutions quantitatives détaillées du secteur HCR traduit des changements marquants dans le comportement des consommateurs que nous étudierons par la suite. Les principaux constats sont :

- un essor de l'hôtellerie de plein air
- une explosion de la restauration rapide
- une croissance de la restauration collective
- un développement de l'emploi dans la restauration traditionnelle qui est la traduction d'un recul des petits établissements au profit des plus grands<sup>2</sup>.
- un recul continu des débits de boissons.

1/ La restauration collective comprend l'ensemble des entreprises assurant en tant que prestataire pour d'autres entités (entreprises, écoles, hôpitaux...) la fourniture de repas;

2/ «Les petits restaurants ne sont pas dans leur assiette» INSEE mars 2010

## Des contrastes territoriaux

	ZONE D'EMPLOI EN 2008		
	Peu intensive en HCR	Moyennement intensive en HCR	Intensive en HCR
<b>Recul de l'offre hôtelière avec :</b>			
Croissance moyenne de la restauration	Sambre-Avesnois	Dunkerque	
Croissance forte de la restauration	Béthune-Bruay , Roubaix-Tourcoing		
<b>Stabilité de l'offre hôtelière avec :</b>			
Faible croissance de la restauration	Douai		
Croissance moyenne de la restauration		Lens-Hénin	
<b>Croissance de l'offre hôtelière avec :</b>			
Faible croissance de la restauration			Calais, Lille, Boulogne
Croissance moyenne de la restauration	Artois-Ternois	Moyenne régionale	Flandre-Lys
Croissance forte de la restauration	Saint-Omer, Valenciennois	Cambrésis	Berck-Montreuil

source : INSEE ; ASSÉDIC L'offre hôtelière est prise en compte à partir de l'évolution du nombre de chambres d'hôtels classés. L'évolution de la restauration (hors restauration collective) ainsi que l'intensivité en HCR est calculée à partir des effectifs salariés. Le territoire géographique retenu est la zone d'emploi.

Les territoires de la région sont dans des situations contrastées au regard du poids des emplois des hôtels, cafés, restaurants par rapport à l'ensemble des secteurs d'activité mais également des évolutions de ces différents secteurs. La totalité des zones d'emploi ont connu une croissance des effectifs salariés dans la restauration entre 1998 et 2008 allant de +9% à +89% avec une moyenne régionale de +50%.

Seuls quatre territoires ont connu un recul du nombre de chambres en hôtellerie classée (Sambre-Avesnois, Béthune-Bruay, Roubaix-Tourcoing, Dunkerque). Néanmoins, ces pertes ont pu être compensées par un développement de l'hôtellerie non classée (en particulier les chaînes) ou dans d'autres hébergements (gîtes, campings...).

Les zones de l'Artois-Ternois, de Saint-Omer et du Valenciennois apparaissent en phase de rattrapage tant en termes d'hôtellerie que de restauration tandis que Berck-Montreuil continue d'affirmer sa vocation touristique.

## / Qualification de l'offre

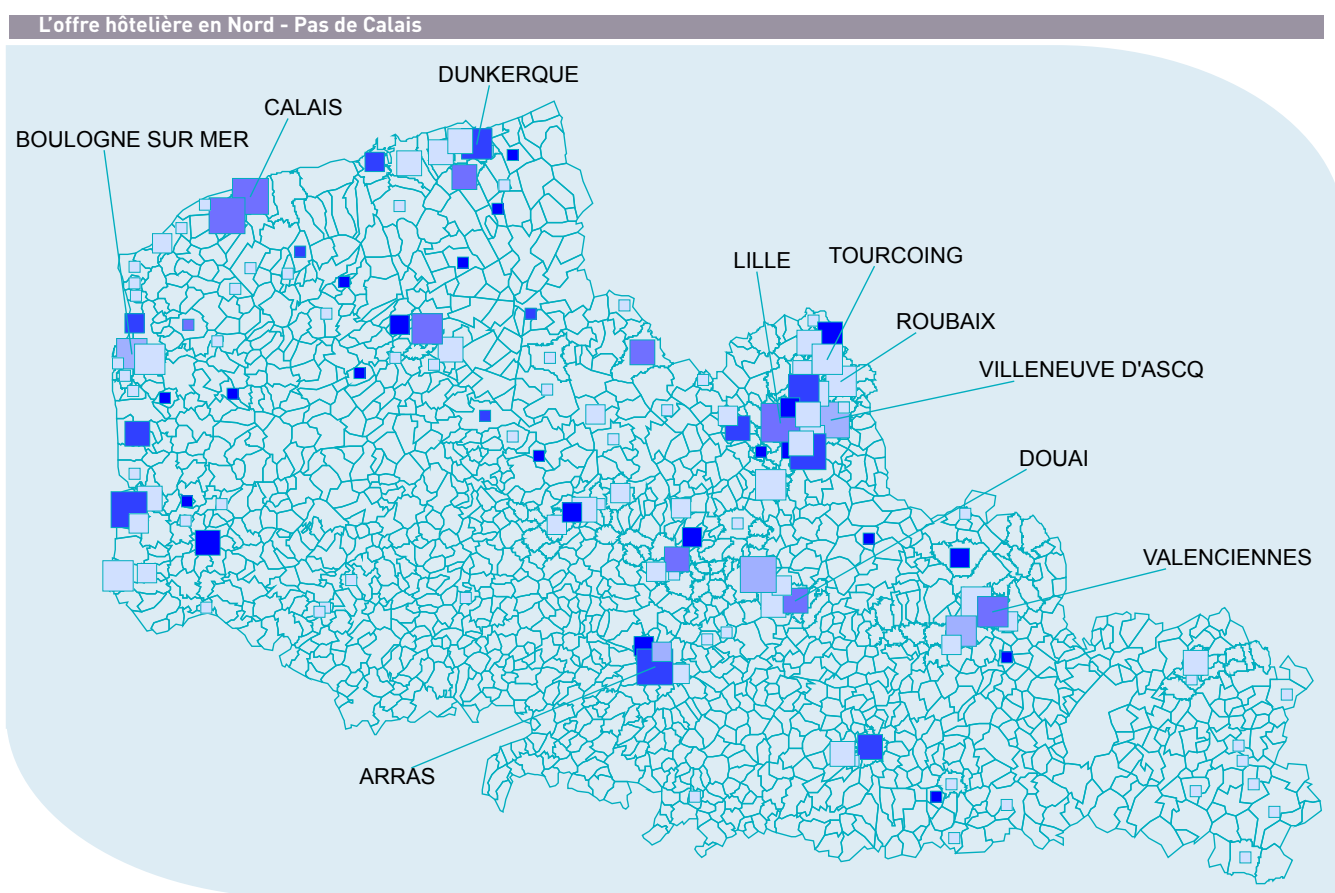
### L'hébergement

Le Nord-Pas de Calais est la région ayant le plus faible nombre de chambres d'hôtels et d'emplacements de camping saisonnier (à l'exception de l'Île de France pour les campings) rapporté à sa population. La région apparaît en position moyenne concernant les résidences secondaires et en première position sur les emplacements de camping à l'année. Même si la densité de population est élevée en Nord-Pas de Calais, ces indicateurs témoignent d'un **sous-équipement en matière d'hébergement touristique**. De plus, l'hôtellerie régionale présente, d'après l'INSEE, le plus fort taux d'occupation après l'île de France et la durée moyenne du séjour en hôtel est parmi les plus élevées. La part des nuitées d'affaires y est également supérieure à la moyenne (56% contre 42%).

Comme dans l'ensemble de la France, les chaînes hôtelières tendent à se développer au détriment des indépendants.

L'offre d'hébergement que ce soit en camping ou hôtel ainsi que la répartition des résidences secondaires révèlent l'attractivité touristique du littoral et plus particulièrement du territoire de Berck-Montreuil-Le Touquet. L'offre hôtelière est particulièrement dense sur la métropole lilloise (plus d'un tiers de l'offre) et autour des agglomérations les plus importantes de la région. Ces hôtels répondent davantage à une clientèle d'affaires. En marge de ces grandes polarités, on retrouve des zones d'attractivité plus localisées alliant hôtels, campings et résidences secondaires notamment en Sambre-Avesnois, dans le Douaisis ou la Flandre.

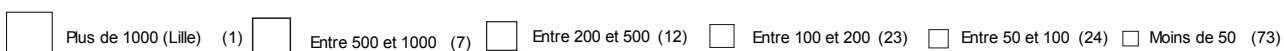
Afin de parfaire la connaissance de l'offre hôtelière et de l'hébergement de plein-air de la région, le Comité régional du tourisme (CRT) et ses partenaires vont réaliser une enquête de grande ampleur visant à obtenir un recensement qualifié de l'offre. L'objectif final est d'apporter des réponses concrètes aux besoins des gérants de ces établissements eu égard notamment aux enjeux réglementaires et à la nécessaire adaptation à la demande.



Source : INSEE, Capacité des communes en hébergement touristique au 1er janvier 2010

Réalisation CRCI Notrd-Pas de Calais

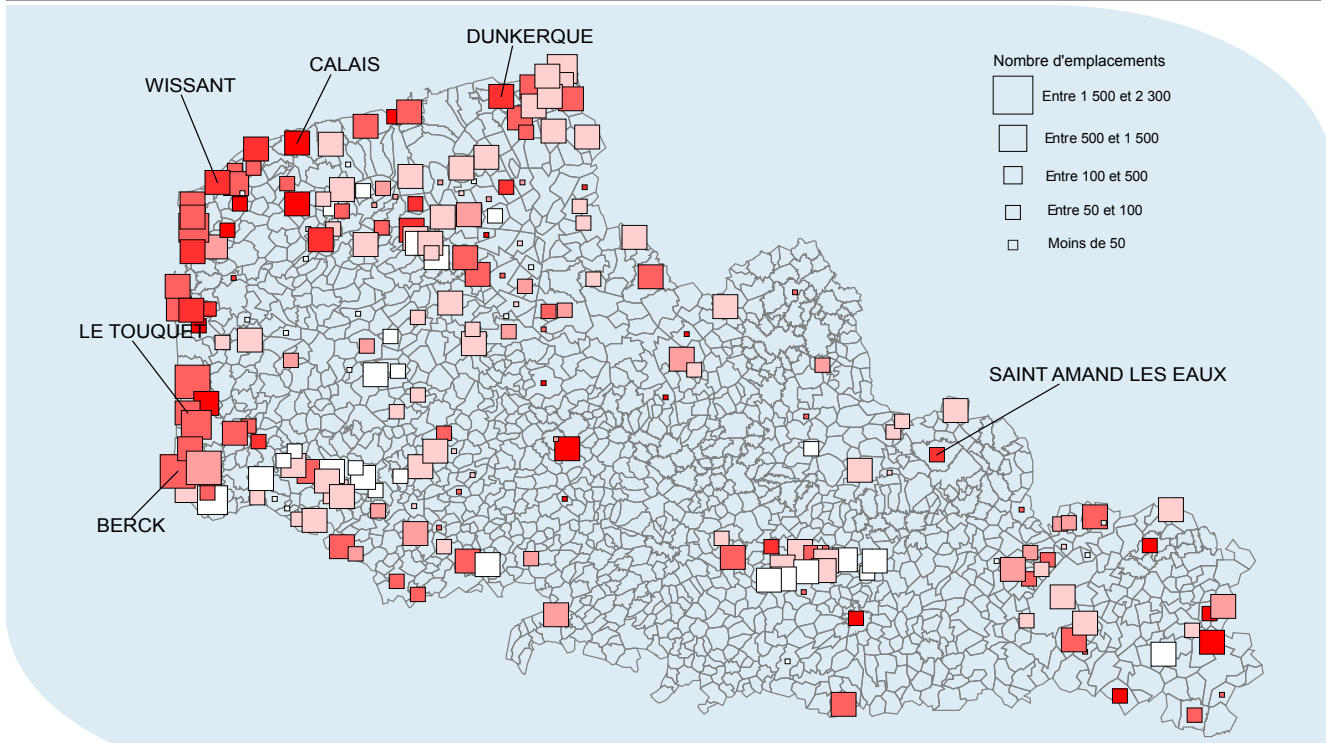
**Nombre de chambres par commune**



**Part des chambres 3 étoiles et plus**



## Emplacements de camping en Nord - Pas de Calais

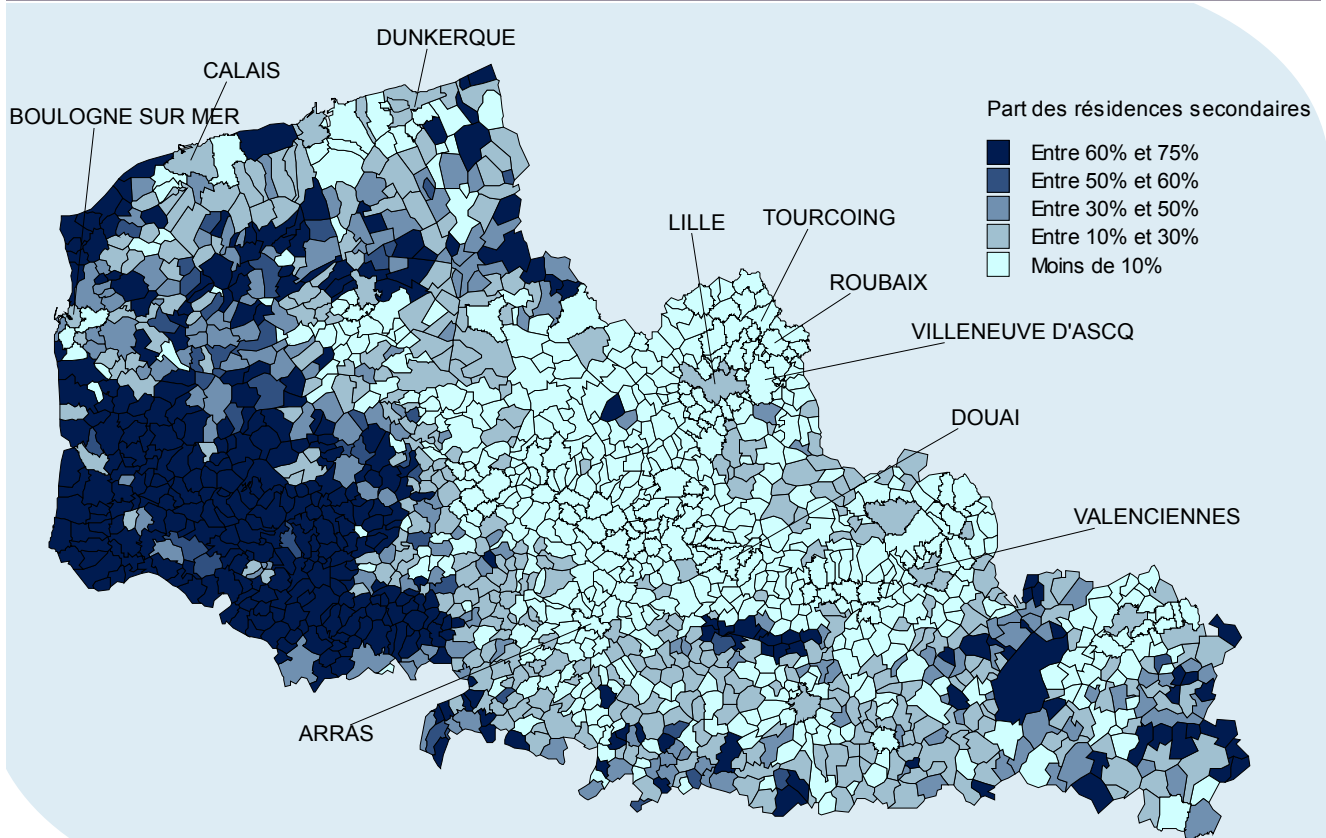


Source : INSEE, Capacité des communes en hébergement touristique au 1er janvier 2010 - Réalisation CRCI Nord-Pas de Calais

### Part des emplacements temporaires

■ Plus de 75%  
 ■ Entre 50% et 75%  
 ■ Entre 25% et 50%  
 ■ Entre 10% et 25%  
 ■ Moins de 10%  
 □ uniquement à l'année

## Les résidences secondaires en Nord - Pas de Calais



Source : INSEE, Recensement de la population 2006 - Réalisation CRCI Nord-Pas de Calais

## La restauration

Il n'est pas possible à l'échelle de la région de qualifier l'offre de restauration faute de données à mobiliser. La classification des entreprises sur la base de la nomenclature d'activités ne donne qu'un aperçu partiel de l'activité réelle de l'entreprise en ne permettant que de scinder celles qui font de la restauration rapide ou traditionnelle. Les enjeux en termes de positionnement, de ressources humaines, de transmission de l'entreprise... sont pourtant très différents que l'on soit dans une brasserie, un fast-food, un restaurant à thème ou un restaurant gastronomique. Cette appréciation des restaurants pourrait éventuellement se faire sur la base des labels existants ou des références dans les guides mais ceux-ci sont trop nombreux et trop peu lisibles pour en dégager une vision claire et chiffrée de l'offre régionale. Les établissements de la restauration se distinguent également selon qu'ils appartiennent ou non à une chaîne. Bien que nous n'ayons pas de données disponibles en région, il apparaît qu'au niveau national la restauration indépendante est plutôt en phase de stagnation tandis que les chaînes progressent chaque année de 6% à 8% par an (source : Coach Omnium) en particulier dans la restauration rapide. Ce mouvement est notamment porté par l'entrée de fonds d'investissement dans la restauration qui permettent de financer le développement des chaînes.

Les restaurants dans la région				
Communes de :	Répartition de la population	Répartition des activités économiques	Répartition des restaurants	Part des communes sans restaurant
Moins de 500 habitants (40%)	4%	3%	4%	64%
Entre 500 et 1 000 habitants (21%)	6%	4%	5%	19%
Entre 1 000 et 5 000 habitants (28%)	24%	21%	17%	2%
Entre 5 000 et 10 000 habitants (7%)	18%	15%	13%	0%
De plus de 10 000 habitants (5%)	48%	57%	61%	0%
<b>TOTAL REGION</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>30%</b>

Source : INSEE, fichier régional CRCI

Les restaurants de la région sont essentiellement concentrés dans les plus grandes villes, là où sont concentrées les activités économiques et les habitants. Les 5% de communes de plus de 10 000 habitants concentrent ainsi 48% de la population, 58% des établissements économiques et plus de 60% de l'offre de restauration. La présence de restaurant est certes corrélée à la population mais plus encore à la présence d'entreprises capables de générer du trafic pour une clientèle du midi.

## Les débits de boissons

Comme pour la restauration, l'offre des débits de boissons est très hétérogène : on y retrouve les cafés/tabacs et éventuellement presse, les cafés à vocation touristique proposant parfois une restauration légère, les lieux de divertissement (cafés concerts...). Encore une fois, les enjeux auxquels font face ces établissements sont radicalement différents d'autant plus qu'à l'inverse de la restauration, ce marché apparaît dans son ensemble en déclin.

Les débits de boissons dans la région					
Communes de :	Part des communes				Contribution au recul de l'activité
	sans cafés en 2000	sans cafés en 2008	ayant connu une baisse du nombre de cafés	ayant connu une hausse du nombre de cafés	
Moins de 500 habitants	70%	79%	14%	3%	7%
<b>Entre 500 et 1000 habitants</b>	<b>31%</b>	<b>41%</b>	<b>29%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>
Entre 1 000 et 5 000 habitants	7%	10%	46%	12%	21%
Entre 5 000 et 10 000 habitants	0%	0%	69%	13%	17%
De plus de 10 000 habitants	0%	0%	86%	6%	48%
<b>TOTAL REGION</b>	<b>36%</b>	<b>43%</b>	<b>33%</b>	<b>7%</b>	<b>100%</b>

Source : INSEE

La baisse continue du nombre de débits de boissons concerne l'ensemble des communes et plus particulièrement les plus grandes. Plus de 76% des communes de plus de 5 000 habitants ont perdu des débits de boissons entre 2000 et 2008 contre 20% des communes de moins de 1 000 habitants. Si l'essentiel des pertes de débits de boissons en région sont concentrées dans les plus grandes communes en revanche, la perte du café dans une petite commune a un impact bien plus important car il est souvent l'un des derniers services existants.

# / La demande

En 2008, la consommation des ménages adressée au HCR en France atteignait 68 milliards d'euros soit 6,2% de leur budget. Une multitude de facteurs influent sur le niveau et les choix de consommation adressés aux établissements du HCR. Nous décrivons ici les principales évolutions passées et en cours qui tendent à recomposer le secteur du HCR en privilégiant une entrée thématique. Ces observations sont issues de tendances que l'on retrouve au niveau national. L'enjeu de l'adaptation continue des établissements du HCR à la clientèle mériterait de réaliser de manière régulière un suivi des besoins et attentes exprimés localement.

## / Transformations socio-économiques

### La population

Le Nord-Pas de Calais a connu une croissance modérée de sa population avec **un taux de croissance annuel moyen de 1999 à 2006 de 0,1% contre 0,7% au niveau national**. Sur une période plus longue, on observe que la croissance de la population s'est essentiellement matérialisée par **une extension des villes à leur périphérie qui a contribué à accroître la distance et la durée des déplacements domicile-travail favorisant ainsi la prise des repas hors domicile le midi**.

**Le vieillissement de la population** est le troisième élément de démographie à prendre en compte dans notre observation du HCR. 23% de la population française avait plus de 65 ans en 2000 ; 25% en 2005 et 35% à l'horizon 2030.

Les impacts pourraient ne pas être neutres sur un secteur où les effets de génération comptent beaucoup. Les nombreux départs en retraite et la diminution de la population en âge de travailler devraient peser négativement sur la restauration collective et hors foyer pour les repas du midi. Dans le même temps, la poussée du quatrième âge qui se caractérise par une forte dépendance devrait à l'inverse favoriser la croissance du marché de la restauration collective.

### Les revenus

**Les revenus de la population en Nord-Pas de Calais sont également plus faibles** avec un revenu fiscal médian en 2006 de 14 648 € contre 16 423 € en France de province. Cette faiblesse des revenus et le fort taux de chômage entraînent des dépenses plus faibles que ce soit dans la restauration hors foyer ou dans le tourisme de proximité. Même si ce phénomène reste difficile à mesurer, cela constitue un désavantage pour le secteur du HCR du Nord-Pas de Calais par rapport aux autres régions. Reste que sur période longue, le niveau de vie de la population en Nord-Pas de Calais comme en France a connu une augmentation continue favorisant les dépenses de tourisme. **Le fait que les revenus soient inférieurs peut à la fois contraindre le niveau de la dépense pour le tourisme de proximité mais également favoriser sa fréquentation**. Le Nord-Pas de Calais se distingue ainsi par une forte proportion de campings offrant uniquement des locations à l'année. Avec plus de 78% des emplacements de campings loués à l'année, le Nord-Pas de Calais est de loin la première région et la moyenne nationale n'est que de 23%.

## Tertiarisation de l'économie

En France, l'industrie représentait 26% des emplois en 1993. Elle ne représentait plus que 18% des emplois en 2008. Le Nord-Pas de Calais n'est pas en reste puisqu'entre 1998 et 2008, 5 emplois détruits dans l'industrie étaient compensés par 15 emplois créés dans les autres secteurs. Pour le HCR, cela engendre **un recul de la restauration collective qui profite à la restauration traditionnelle et rapide**. Ce mouvement s'est accompagné par le fort développement des titres-restaurants qui permettent de solvabiliser la demande.

Près de 4 milliards d'euros sont ainsi dépensés chaque année en tickets restaurants dont 5,2% en Nord-Pas de Calais. Ce ratio est proche du poids de l'emploi en Nord-Pas de Calais dans le total national (5,8%).

## Féminisation de la population active

Une autre conséquence de la tertiarisation de l'économie conjuguée à des évolutions sociologiques majeures, est la croissance du taux d'activité des femmes qui est passé en France de 55% en 1980 à 66% en 2008. En Nord-Pas de Calais, 70% des emplois nouvellement créés entre 1998 et 2008 sont occupés par des femmes. Cette transformation se traduit par **une hausse de la clientèle pour la restauration du midi** avec des exigences spécifiques que nous détaillerons dans une partie dédiée aux changements d'habitudes alimentaires. **Elle agit aussi sur la restauration collective en favorisant la demi-pension pour les scolaires**.

## Le rapport au temps

Les évolutions législatives relatives au temps de travail ont conduit à remodeler notre rapport au temps. Les études réalisées suite au passage aux 35 heures n'ont pas démontré de conséquences notables sur le taux de départs en vacances<sup>3</sup>. On remarque plutôt un allongement des durées de vacances et une hausse des départs pour la journée ou le week-end. **Ces évolutions profitent au développement du tourisme de proximité et du tourisme en hébergement non marchand** (principalement dans la famille ou chez les amis). En outre, ces transformations se sont accompagnées d'une accentuation des inégalités dans les taux de départs selon les revenus.

A l'inverse, **ces transformations sont plutôt défavorables au tourisme d'affaires**. Les manifestations sont désormais concentrées en milieu de semaine ce qui entraîne un étranglement de l'hôtellerie qui est dans l'incapacité de lisser sa fréquentation.

Le rapport au temps s'est également vu modifié par la démocratisation du transport aérien grâce aux compagnies low-cost et le développement des lignes TGV. Les principales villes d'Europe sont devenues plus accessibles ce qui s'accompagne de l'apparition d'une nouvelle génération de voyageurs : les citybreakers. Généralement de catégorie socioprofessionnelle supérieure et adeptes du web, ils sont à la recherche de nouveaux horizons et d'évasions le temps d'une escapade le week-end.

Enfin, que ce soit à domicile ou hors foyer, la durée des repas a tendance à diminuer. Cette transformation explique la forte croissance de la restauration rapide et le recul de la formule classique en restauration traditionnelle (entrée ; plat ; dessert).

**Le HCR est donc loin d'être figé. Il a connu de nombreuses évolutions dans les dernières décennies et celles-ci devraient se poursuivre. A titre d'exemple, alors que la part des dépenses liées à l'alimentation à domicile a drastiquement baissé depuis cinquante ans (-12 points !), la restauration hors foyer a connu une légère progression. Selon toute vraisemblance, cette tendance devrait se poursuivre.**

## / Les changements d'habitudes alimentaires

Ces bouleversements économiques, sociaux et démographiques se matérialisent également dans le contenu des assiettes et plus largement les habitudes alimentaires. Sans chercher à déterminer les causes de ces transformations nous nous contenterons de lister les principaux changements et de dégager leurs incidences sur la restauration.

**Le point saillant pour le HCR réside dans une perception de plus en plus fonctionnelle de l'alimentation.** La durée des repas est de plus en plus courte et le temps des repas est de plus en plus déstructuré avec notamment une hausse des sauts de repas. La restauration rapide et les circuits de vente alternatifs (boulangerie, stations services...) tirent partie de cette évolution tandis que la restauration traditionnelle s'adapte : en lieu et place du menu classique entrée, plat, dessert ce sont désormais les formules plats et desserts voire plats uniquement qui sont plébiscitées par les clients. Paradoxalement, le « manger vite » doit s'accompagner du « manger bien ». Les consommateurs ont pris conscience des conséquences de leurs choix alimentaires sur leur santé ce qui laisse à penser que les messages du PNNS (Programme National Nutrition Santé) sont bien intégrés. Si les acteurs de l'agroalimentaire et de la distribution ont bien pris en compte cette transformation, la réponse est plus tardive et moins perceptible dans la restauration. La prise en compte de l'aspect nutritionnel des repas reste l'apanage d'établissements ayant basé leur stratégie sur ce segment de marché et est loin d'être intégrée par l'ensemble de la profession. D'après les analystes, la situation devrait évoluer dans les années à venir ce qui supposera une évolution des formations en ce sens. A titre d'exemple, l'adoption de la très médiatique réforme de la santé aux Etats-Unis implique que l'affichage de l'apport en calories soit obligatoire dans les fast-foods, les chaînes de restaurants possédant au moins vingt établissements et sur les distributeurs automatiques.

**A l'opposé d'une alimentation fonctionnelle, les « repas plaisirs » existent toujours** et les consommateurs sont demandeurs d'établissements leur fournissant davantage qu'un repas. Sur ce marché, le consommateur recherchera un thème, une ambiance originale et se dirigera par exemple vers les restaurants proposant une cuisine ethnique et ouverte sur le monde. On retrouvera dans cet ensemble les établissements répondants aux attentes éthiques des consommateurs.

**Les différentes crises alimentaires** (vache folle, dioxine...) **ont renforcé les peurs et les exigences d'hygiène des consommateurs.** Si les chaînes sont en mesure de communiquer pour rassurer leur clientèle sur les origines et la qualité de leurs produits, les indépendants doivent surtout travailler l'image globale de leur établissement pour bénéficier d'une présomption de respect des normes par le consommateur.

Le comportement des consommateurs est fortement influencé par les évolutions réglementaires. Ainsi, le durcissement de la réglementation sur l'alcool et l'interdiction du tabac dans les lieux publics ont contribué à la baisse de la consommation hors domicile de ces produits et donc à redessiner la profession.

Plus largement que l'hygiène, et pour sortir du champ strict de la restauration, la sécurité est désormais une attente à part entière des clients. Dans ce domaine il s'agit pour les établissements de trouver un équilibre pour rassurer le client et lui donner des preuves tangibles de sa sécurité (présence de personnel, serrures...) sans toutefois éveiller ses craintes.

### Une lecture graduelle des attentes des consommateurs

Les attentes des consommateurs peuvent être segmentées en trois catégories :

- les attentes de base : elles n'apportent pas de satisfaction mais leur non respect est synonyme de grande déception du client qui n'utilisera plus le produit ou service. (ex : hygiène, sécurité...)
- les attentes proportionnelles : l'accroissement de la qualité du service génère la satisfaction du client. (ex : confort, qualité des plats, service...)
- les attentes attractives : ce sont l'ensemble des éléments non attendus qui génèrent une satisfaction du client. La réponse à ces attentes se retrouve bien souvent par un positionnement original de l'établissement. (ex : thème, différenciation profonde dans l'offre...)

Cette lecture des attentes des consommateurs permet de comprendre les difficultés rencontrées par certains établissements ne répondant pas aux attentes de base et à l'inverse la réussite de ceux qui auront pris le risque d'opter pour un réel positionnement différenciant.

## / Tourisme de loisirs

La région Nord-Pas de Calais ne fait pas partie des régions françaises bénéficiant d'une forte clientèle de tourisme de loisirs. Bien qu'elle tire partie d'une position géographique stratégique et d'atouts indéniables, cela reste insuffisant pour contrer l'héliotropisme qui permet aux régions du grand Sud de la France d'accueillir de nombreux touristes.

On peut retenir quelques grands traits du tourisme en Nord-Pas de Calais<sup>4</sup> :

- la région se place en 14ème position pour le CA généré par la clientèle française et en 8ème position pour le chiffre d'affaires étranger ;
- c'est une région d'excursion qui attire ses voisins belges et britanniques qui n'hésitent pas à y passer une journée ;
- les équipements touristiques, culturels et de loisirs attirent chaque année près de 14 millions de visiteurs ;
- la région comptabilise en 2007 près de 6 millions de nuitées hôtelières ce qui la place en 8ème position au plan national. Avec un taux d'occupation de 63%, elle arrive en seconde position derrière l'Ile de France.

## / La clientèle du tourisme d'affaires

Aujourd'hui, les entreprises, les associations et administrations déploient de réelles stratégies en matière de tourisme d'affaires. **Le choix du lieu de l'événement est déjà un premier message délivré aux participants.** Dans cette optique, l'image de marque de nos territoires apparaît déterminante. Le tourisme d'affaires est considéré comme un puissant levier de développement économique et **on considère qu'en moyenne un touriste d'affaires dépense 3 à 5 fois plus qu'un touriste de loisirs.** C'est également un vecteur de découverte et de promotion des territoires pouvant favoriser d'éventuels investissements étrangers.

Le Nord-Pas de Calais est de plus en plus reconnu comme un acteur de la communication événementielle. Dans son étude annuelle sur le marché de la communication événementielle, le cabinet Bedouk positionne le Nord-Pas de Calais comme une destination émergente en France aux côtés de l'Alsace et de Rhône-Alpes.

Au-delà des débats sur les équipements, que ce soit la taille des centres de congrès ou l'opportunité d'un hôtel gros porteur à Lille, l'accueil des manifestations de taille importante passe avant tout par une démarche commerciale et marketing très poussée. La promotion de nos territoires régionaux devrait se faire sur la même bannière pour maximiser les retombées sur l'ensemble de nos territoires. La recherche d'une plus grande cohérence (notamment à l'international) peut également se faire à travers des actions partagées avec les agences de développement qui contribuent à la promotion des territoires.

La réflexion régionale sur le tourisme d'affaires doit se faire en lien avec le tissu économique existant au premier rang desquels les pôles de compétitivité. Les événements menés autour de ces filières d'excellences renforcent l'image de notre territoire et participent au développement du secteur.

A l'heure actuelle, le tourisme d'affaires est surtout le fait de réunions et séminaires conduits par des entreprises de la région et qui profitent aux professionnels du HCR de la région. C'est dans cette optique qu'une convention a été signée dans le cadre du contrat de plan état région entre la CRCI et le CRT pour favoriser son développement par des actions d'observation, de recensement de l'offre, d'accompagnement des professionnels et de communication.

## Quelles pratiques de tourisme d'affaires des entreprises de la région ?

Dans l'édition 2008-2009 de l'enquête de conjoncture des C(R)CI de la région, des questions spécifiques ont été posées pour comprendre les pratiques des entreprises en matière d'organisation de séminaires, réunions, congrès...

Trois enseignements majeurs peuvent être tirés de cette enquête :

- seules 30% des entreprises organisent des manifestations d'affaires. Si le secteur d'activité influence peu les pratiques, en revanche, la taille est un facteur déterminant : 70% des établissements de 100 salariés et plus organisent des manifestations d'affaires contre 20% des moins de 5 salariés.
- le secteur d'activité influe plus sur le type de manifestations organisées : plutôt des foires et salons dans l'industrie et des événements (notamment pour le lancement de produits) dans le commerce de détail et les services aux particuliers.
- dans la majeure partie des cas, les manifestations sont organisées dans la région et le plus souvent à proximité de l'entreprise. **De fait, tout accroissement de l'investissement des entreprises de la région dans les manifestations d'affaires profiterait à l'économie régionale et particulièrement au HCR.**

Source : L'industrie du tourisme d'affaires, horizon éco n°9, juin 2009 - CRCI Nord-Pas de Calais

## / Emergence d'une nouvelle clientèle étrangère

La forte croissance des pays émergents entraîne un accroissement des revenus et donc du nombre de touristes internationaux potentiels. Le tourisme est certes une activité non délocalisable mais cela n'exclut pas l'existence d'une concurrence forte entre les territoires. Cette clientèle étrangère fait donc l'objet d'une attention particulière des ministres du tourisme d'Europe (en particulier des grands pays touristiques que sont l'Espagne, la France et l'Italie) qui se sont d'ailleurs prononcés dans la « Déclaration de Madrid » pour une promotion européenne commune et une refonte des politiques de visas des nouveaux pays émetteurs de touristes (en particulier Chine, Inde et Russie).

Cette manne doit également faire l'objet de réflexions à l'échelle d'une région. Le positionnement du Nord-Pas de Calais et la prochaine ouverture du Louvre Lens (cf. p20) doivent nous inciter à prendre en compte cette nouvelle clientèle potentielle dans les réflexions sur le tourisme et le HCR.

Les questions qui se posent pour l'accueil de nos proches voisins européens sont exacerbées pour les touristes plus lointains : comment s'adapter au multiculturalisme ? La langue ? Quels atouts valoriser ? Les structures d'accueil et les services sont ils suffisants ? Adaptés ?

**L'ensemble de ces tendances et transformations redessinent progressivement le secteur. Il est à ce titre capital pour le dirigeant d'entreprise d'être informé de ces évolutions pour lui permettre au besoin de redessiner sa stratégie. Le centre de la relation client initié dans le cadre du PRDECS (Programme Régional de Dynamisation des Entreprises Commerciales et de Services) ayant pour objectif l'observation, la capitalisation et la diffusion de l'information sur le commerce et les modes de consommation aurait dans ce cadre un rôle de premier ordre à jouer.**

## / Enjeux

### / Vie des entreprises

#### Les facteurs de succès

Les paramètres de succès d'un établissement de l'hôtellerie-restauration sont nombreux et difficiles à cerner : emplacement, image, qualité de service, horaires d'ouverture, mise de départ... Dans les activités où la relation avec le client est aussi déterminante, le profil du dirigeant apparaît capital. Comme pour l'ensemble des activités, la réussite dépendra de la capacité à identifier une demande et à y répondre, c'est à dire trouver son marché.

#### Démarche qualité

Les démarches qualité hôtellerie, restauration et hôtellerie de plein-air sont animées par les chambres de commerce et d'industrie de la région, en partenariat avec le Comité régional de tourisme Nord-Pas de Calais et avec le soutien financier de la DIRECCTE.

Depuis 1998, plus de 380 établissements répartis sur les différents territoires de la région se sont engagés dans les démarches qualité.

Les démarches qualité permettent aux professionnels d'évaluer la qualité de leur prestation actuelle et d'y apporter les améliorations nécessaires pour répondre pleinement aux attentes de la clientèle et mettre en valeur leur professionnalisme. La qualité de l'accueil et des prestations proposées est un enjeu majeur pour la conquête et la fidélisation de la clientèle.

Les démarches qualité permettent également l'accès à des labels, certifications ou marques qui contribuent à la promotion des établissements.

#### Les défaillances dans les cafés et restaurants<sup>5</sup>

L'exploitation des données sur les défaillances d'entreprises permet d'identifier l'intensité des difficultés entre les différentes catégories du HCR. Le secteur des cafés et des restaurants concentre depuis 5 ans entre 12% et 13% des établissements ayant connu une procédure de défaillance alors que son poids économique total en termes de nombre d'établissements n'est que de 10%. Une conclusion hâtive serait de considérer que ce chiffre révèle une fragilité globale du secteur. La seule croissance de 30% des effectifs lors des dix dernières années permet néanmoins d'infirmier ce constat. Il convient dès lors d'affiner ces résultats en qualifiant la nature des établissements ayant connu des défaillances.

En 2009, ce sont ainsi 415 établissements qui sont entrés en défaillance dont 299 restaurants et 116 débits de boissons. Sur les cinq dernières années, cela conduit à un total de 1 715 défaillances dont plus de 42% sont des redressements judiciaires (contre 34% pour l'ensemble des secteurs d'activité). Dans plus de 80% des cas, le redressement judiciaire conduira à la liquidation de l'établissement.

Les résultats mettent en avant trois profils :

- **les cafés**, un secteur en déclin mais où la moyenne d'âge des dirigeants plutôt élevée (capital, expérience...) et la faiblesse de la création d'entreprises (concurrence stable) font que les défaillances restent maîtrisées. Le secteur est davantage concerné par la **problématique des reprises**.
- un secteur mature, **la restauration traditionnelle** : le secteur est stable dans l'ensemble mais la sinistralité est élevée. La concurrence est forte ce qui entraîne une rotation importante des établissements. **L'accompagnement du créateur apparaît donc particulièrement important dans cette catégorie d'activité**.
- **la restauration rapide** connaît une croissance importante et les défaillances suivent logiquement. Les difficultés restent néanmoins limitées dans ce secteur. L'âge des dirigeants comme des établissements reste en moyenne plus faible dans ce secteur. L'une des hypothèses serait que la restauration rapide soit considérée comme un moyen de se lancer à son compte pour ensuite passer à la restauration traditionnelle. Pourtant, la restauration rapide répond à une demande forte du consommateur et **son évolution qualitative** pourrait pérenniser son développement.

## L'enjeu de la transmission

La transmission des hôtels, cafés et restaurants doit être appréhendée sous l'angle économique (le cédant, le repreneur et les éventuels salariés) mais également sociétal (élément d'attractivité du territoire, offre de services pour les habitants...). Or, nous l'avons vu, le nombre de débits de boissons et dans une moindre mesure d'établissements de la restauration traditionnelle est en recul continu. Si la situation est différente dans l'hôtellerie, les évolutions réglementaires (accessibilité, sécurité et nouveau classement des hébergements touristiques -cf p26) supposent des investissements lourds qu'un futur cédant comme un éventuel repreneur ne pourront assumer.

Les transmissions sont nombreuses dans le HCR car le dirigeant qui souhaite se développer sera par nature limité car il ne peut que difficilement accroître sa capacité. Il optera donc fréquemment pour la cession de son établissement et le rachat d'un établissement plus important.

Dans moins d'un cas sur deux les transmissions sont liées au départ à la retraite du dirigeant. Les autres causes évoquées sont le décès ou la maladie du dirigeant (19% des cas) ou encore, un changement d'activité (16%). Ces deux derniers cas peuvent difficilement être anticipés (« La transmission des petites et moyennes entreprises », OSEO).

A contrario, il est possible d'anticiper une partie des transmissions en se basant sur l'âge des dirigeants. En région, plus d'un quart des dirigeants du HCR ont plus de 55 ans ce qui représente près de 3 000 établissements à transmettre dans les années à venir, soit une moyenne de 600 par an.

En région Nord-Pas de Calais, près de 550 entreprises du HCR ont été transmises en 2009 soit près d'un tiers de l'ensemble des cessions tous secteurs confondus. Sur la base de ces hypothèses, il apparaît que l'offre d'établissements à transmettre uniquement pour cause de départ en retraite est supérieure aux transmissions effectives en 2009. Ces perspectives sont d'autant plus alarmantes que les acteurs de la reprise-transmission ressentent déjà un déséquilibre et peinent à trouver des repreneurs. Dans cette optique, la sensibilisation et la formation à la création et à la reprise d'entreprises mériteraient de prendre systématiquement une place dans les différents dispositifs de formation.

A titre d'exemple le FAFIH (OPCA de l'hôtellerie et la restauration) a signé en 2007 un accord avec le ministère délégué au tourisme qui reprend des dispositions allant dans ce sens (sensibilisation des salariés à la reprise d'entreprise, accompagnement des candidats...).

## Réinventer le « café »

L'ensemble des indicateurs dépeignent une situation critique des débits de boissons en région et plus largement en France. Cette mort lente des cafés trouve ses origines dans de nombreux facteurs (baisse de la consommation d'alcool, changement des modes de socialisation, nouveaux moyens de communication...). Cette perte de vitesse concerne plutôt les cafés « traditionnels » tandis que les cafés en centre-ville, dans les lieux touristiques ou dédiés aux sorties se portent mieux.

L'enjeu est davantage social, notamment en milieu rural ou dans certains quartiers, où les cafés représentent encore un lieu de vie et de convivialité. Ailleurs, les établissements de restauration rapide semblent parfois avoir pris le relais chez les plus jeunes.

Aujourd'hui deux axes principaux sont mis en avant pour assurer la pérennité des cafés les plus menacés (en zone rurale et dans les quartiers) : la diversification ou la différenciation.

Le tabac, la presse et les jeux continuent d'attirer une clientèle importante dans les cafés. A côté de ces activités traditionnelles, les cafés peuvent offrir des services complémentaires : point relais postaux, retrait d'argent, point d'information touristique, téléphonie mobile... L'autre aménagement porte naturellement sur la mise à disposition d'une connexion à Internet que ce soit par une borne dédiée ou une connexion accessible aux clients.

La différenciation est également l'une des pistes à explorer pour renforcer l'attractivité des cafés. L'innovation est forte dans ce domaine et l'on retrouve des cafés dédiés aux jeux de société, à la pratique de langues étrangères, à la littérature, à un style de musique...

Les acteurs de la profession souffrent encore d'une mauvaise image et d'un manque de reconnaissance de leur vocation de socialisation ou de convivialité.

## / Mutations de la demande des consommateurs

### La révolution du web

L'emprise d'internet sur le secteur de l'hôtellerie-restauration se fait de plus en plus forte. A l'échelle de l'Europe, près d'un tiers des dépenses de tourisme se réalise sur le web. Mais il est avant tout utilisé comme un moyen de s'informer, de comparer les prix, de dénicher de bonnes affaires et de choisir sa destination. **En France, on estime que 20% du chiffre d'affaires de l'hôtellerie est réalisé en ligne** soit par vente directe ou par un intermédiaire.

Sur ce dernier point, l'évolution du marché semble profiter aux intermédiaires. Les hôteliers dénoncent la pression exercée par ces intermédiaires et tentent de s'organiser pour rééquilibrer ces relations commerciales.

Au-delà de la vocation marchande d'internet, la difficulté pour l'hôtelier-restaurateur, comme pour l'ensemble des professions commerciales d'ailleurs, est que l'internaute ne cherche plus uniquement à entrer en contact avec l'établissement pour connaître ses prestations mais surtout à découvrir l'avis d'autres clients. De manière analogue, le client/touriste va utiliser le web pour choisir son « produit » (une région, un territoire, une ville à découvrir...) à partir d'expériences partagées. Cette évolution semble, à priori, compliquer la communication des établissements du tourisme et du HCR car elle en limite

la portée. **A l'inverse et dans une approche plus constructive, le web peut être considéré comme une source d'information de premier ordre pour établir le diagnostic des points forts et des points faibles d'un établissement ou d'un territoire.** Ces éléments pouvant servir à affirmer ou affiner le positionnement d'un produit. Les hôteliers-restaurateurs de la région ont bien saisi cet enjeu et plus de 2/3 d'entre eux suivent leur réputation sur internet dont 40% régulièrement. Cette proportion dépasse les 80% chez les hôteliers et atteint 70% dans la restauration. Les débits de boissons ne sont qu'un tiers à suivre les avis de leurs clients sur internet. Cette distinction entre les différents types d'activités semble cohérente avec les profils de clientèle

(Nota : ces résultats proviennent d'une enquête administrée par mail qui ne touche donc de facto que les établissements dotés d'un accès internet)<sup>6</sup>.

### Les établissements du HCR de la région et le web

Le taux d'équipement en site internet est variable entre les hôtels, cafés et restaurants. La quasi-totalité (95%) des hôtels de la région dispose d'un site web qui, dans 70% des cas, permet d'effectuer des réservations en ligne. Dans la restauration ce taux chute aux alentours de 65%. Dans cette activité, ce sont essentiellement des sites vitrines où l'on retrouve la description des établissements et pour un peu moins d'un site sur deux on retrouve les menus, les tarifs ainsi qu'une possibilité de réservation. Enfin, moins d'un café sur cinq dispose d'un site internet.

Source : CRCI Nord-Pas de Calais

### Le développement durable

Les préceptes du développement durable tendent à être intégrés dans le secteur du HCR même si ils restent majoritairement pris sous l'angle environnemental. C'est pourquoi des actions de sensibilisation sont menées par les acteurs institutionnels du tourisme pour sensibiliser les professionnels sur les avantages pour leur établissement comme pour leur territoire à intégrer les enjeux économiques, sociaux et environnementaux dans leur exploitation. Ce positionnement permet d'apporter des réponses aux nouvelles exigences des consommateurs et en particulier des touristes qui expriment de plus en plus la volonté de voyager de manière responsable. On peut ainsi évoquer la restauration bio ou faisant appel à des circuits courts, la prise en compte des normes HQE lors de la construction des établissements...

### Séminaire tourisme durable

Investies dans le domaine de la qualité, la CRCI et les CCI du Nord-Pas de Calais ont été pionnières dans les démarches de développement durable. Elles s'appuient sur les compétences croisées de leurs conseillers tourisme et de leurs conseillers environnement et sur l'expertise du réseau Mission Environnement.

Le 29 mars dernier, les rencontres professionnelles « Tourisme et Développement Durable » à destination des professionnels du tourisme (hôtels, restaurants, campings, ...) se sont déroulées au sein de l'Hôtel du Golf de Lumbres et ont réuni plus de 40 participants.

Elles ont été animées par M Yohann ROBERT, du cabinet François Tourisme Consultants, qui a rappelé en introduction les enjeux du développement durable pour le secteur du tourisme. Cette présentation a été illustrée par des témoignages d'établissements sur leurs réalisations en matière de développement durable. Les aides financières et outils disponibles en région ont également été présentés.

Ces rencontres témoignent de la volonté du réseau consulaire de poursuivre les actions de sensibilisation et d'accompagnement des professionnels du tourisme aux pratiques environnementales.

Contact : Sandra Sellitto, CRCI Nord-Pas de Calais, 03 20 63 79 88, [ssellitto@nordpasdecalsais.cci.fr](mailto:ssellitto@nordpasdecalsais.cci.fr)

## L'exigence du rapport qualité / prix

Comme dans le commerce en général, la clientèle du HCR est de plus en plus regardante sur la nature des prestations offertes par rapport aux prix demandés. De fait, la perception d'une baisse du pouvoir d'achat conduit les consommateurs à surveiller davantage la nature de leurs achats. Dans la restauration, la croissance de la restauration rapide offrant des prix moins élevés et une offre suffisante pour une alimentation fonctionnelle répond à cet objectif. Cette contrainte budgétaire explique également le succès de l'hôtellerie de plein-air. Cette problématique ressort un peu différemment dans l'hôtellerie qui reçoit majoritairement de la clientèle d'affaires pour laquelle la contrainte prix est moins tenace. Pour cette clientèle, ce sont surtout les hausses de prix sans contre partie en termes de services ou de qualités de la prestation qui sont pointées du doigt. Ce constat doit néanmoins être nuancé car les différentes sources d'informations conduisent à des analyses divergentes sur les prix. Il n'en reste pas moins que cette perception d'un prix trop élevé est confirmée par un sondage réalisé en juin 2010 par Coach Omnium qui montre que 6 touristes sur 10 séjournant en hôtellerie considèrent que les prix sont trop élevés.

### Quels moteurs pour la fréquentation du HCR ?

Les facteurs de pérennité et de croissance des établissements du HCR dépendent également de leur cadre ou de leur environnement. L'ensemble des projets qui renforcent l'attractivité d'un territoire peuvent profiter aux hôtels, cafés, restaurants qui y sont installés. On peut citer ici les commerces, les cinémas, les musées et autres attractions culturelles... auxquels il faut ajouter **l'ensemble des entreprises qui représentent une clientèle importante pour les déjeuners du midi**. Dans le cadre des enquêtes conduites par le réseau consulaire, nous avons cherché à déterminer les éléments permettant de générer une hausse de la fréquentation des établissements du HCR. Près d'un répondant sur deux (44%) considère que **les manifestations locales** (de type braderie, carnaval, fête de village...) **sont de nature à favoriser la fréquentation des établissements du HCR**. On retrouve ensuite des équipements qui, par nature, ne peuvent se retrouver partout avec en seconde position les musées (18%) puis les équipements sportifs (14%). Ces résultats soulignent l'importance des manifestations organisées par les associations et les collectivités territoriales qui profitent au HCR que ce soit en ville ou en milieu plus rural.

Source : CRCI Nord-Pas de Calais

## / Les grands projets pour le Nord-Pas de Calais

L'offre d'une région en termes de loisirs, de culture, de sports, de lieux d'affaires peut contribuer au développement du HCR en renforçant l'attractivité des territoires. Sur ce point, les années à venir s'avèrent riches en événements pour le Nord-Pas de Calais qui dispose pourtant dès à présent d'une offre de premier choix.

### Le Louvre-Lens

L'installation du Louvre à Lens est l'un des projets phares de la région pour les années à venir. Les estimations de fréquentation sont de 550 000 visiteurs par an dont près de 30% de clientèle étrangère (Etude d'impact du Louvre-Lens sur l'hôtellerie-restauration de l'Artois-Douais, MKG Hospitality). L'existence d'un tel équipement est de nature à renforcer l'attractivité du territoire et à favoriser les haltes en région pour les nombreux touristes en transit. Dans une enquête conduite par le réseau consulaire en 2007, 15% des établissements du HCR de la région s'attendaient à des retombées positives.

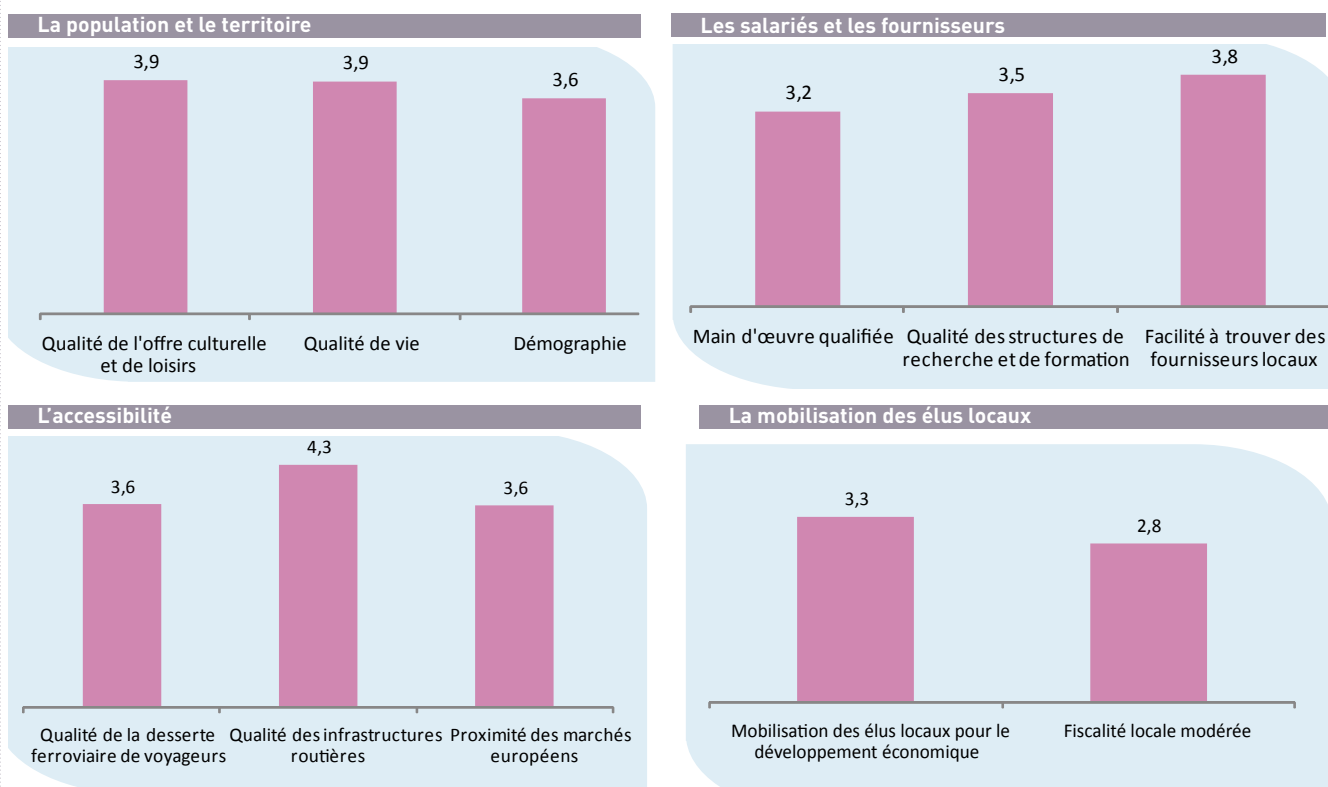
Une étude d'impact a été réalisée dont les principales préconisations portent sur la mise aux normes et la nécessité de faire progresser la qualité des établissements existants ainsi que sur un léger accroissement de l'offre sur le moyen-haut de gamme. Sur l'essentiel du territoire, les projets en cours devraient répondre à cette demande. Cette dynamique pourrait être renforcée si le Bassin Minier décrochait le classement au patrimoine mondial de l'UNESCO. L'acte de candidature officiel a été présenté début 2010 par le gouvernement français.

## Le Grand Stade

La construction d'un nouveau stade pour la métropole Lilloise dont l'achèvement est prévu pour 2012 devrait renforcer l'attractivité du territoire. Cette enceinte sera destinée à l'accueil d'événements sportifs (avec une jauge maximale de 50 000 places) mais aussi de concerts, de spectacles vivants et de manifestations professionnelles. L'attribution de l'Euro 2016 à la France devrait permettre à la région Nord-Pas de Calais de bénéficier de l'organisation d'une partie des matchs et des retombées avenantes pour les établissements du HCR.

### Une mesure de l'attractivité de la région par les établissements du HCR

Moyenne des notes des dirigeants du HCR sur les atouts de la région Nord-Pas de Calais (échelle 1 à 6)



Guide de lecture : Les notes sont établies sur une échelle de 1 à 6 : 1 signifiant un désaccord complet et 6 un accord complet. La note de 3,5 étant la note médiane, on peut considérer qu'une note moyenne sous ce seuil signifie un désaccord tandis qu'au dessus de ce seuil, cela signifie un accord.

Avec une note moyenne globale de 3,6 sur 6, l'avis des professionnels du HCR sur la région est mitigé (la moyenne tous secteurs étant de 3,8). La note atteint 3,9 pour l'hôtellerie, 3,5 pour la restauration et 3,2 pour les débits de boissons.

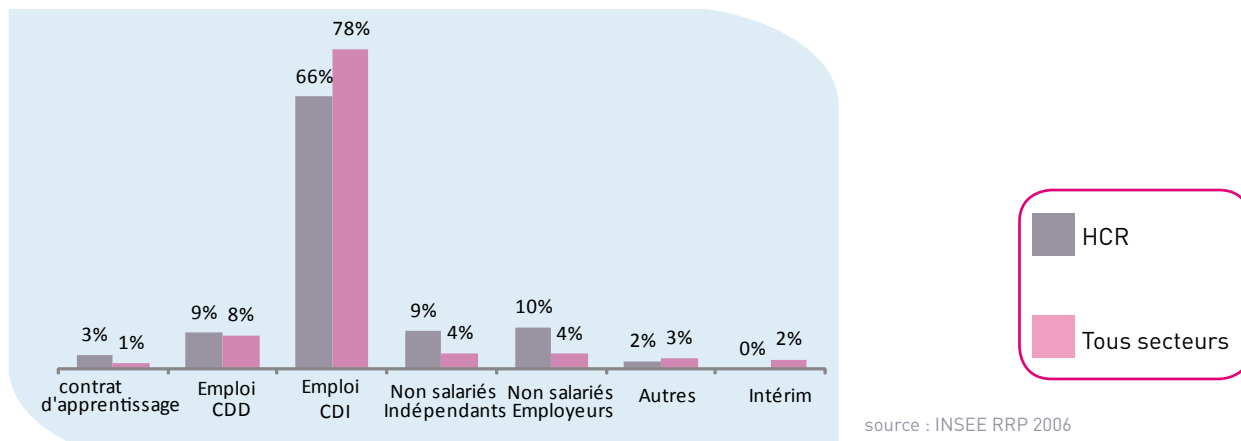
On peut synthétiser en quelques points la vision qu'ont les entrepreneurs du HCR de leur région :

- ils sont globalement satisfaits du cadre de vie et des équipements culturels et sportifs. Ce constat se vérifie particulièrement pour le littoral et la métropole.
- la qualité des ressources humaines fait défaut pour ces chefs d'entreprises mais la responsabilité ne semble pas provenir exclusivement des centres de formations. En revanche, il est aisé de trouver des fournisseurs.
- l'accessibilité ressort comme l'un des points forts de la région que ce soit en termes routier ou ferroviaire, même si, sur ce point, les résultats sont très contrastés selon les territoires. Le bon positionnement européen est également reconnu et le littoral tire pleinement parti de ce facteur d'attractivité.
- enfin, l'avis des chefs d'entreprises semble partagé sur l'action des collectivités territoriales (avec une nouvelle fois de fortes différences selon les territoires) mais ils sont majoritaires à juger la fiscalité locale trop élevée en région.

Source : CBCI Nord-Pas de Calais

## / Ressources humaines

### Le statut d'emploi



### Le profil des chefs d'entreprises

La taille et la structuration des établissements du HCR impliquent un nombre important d'effectifs non salariés par rapport aux autres secteurs d'activité.

Les chefs d'entreprises, indépendants ou employeurs, représentent 19% de la population travaillant dans le HCR avec des variations importantes entre les différentes composantes de la profession : ils représentent 55% des effectifs des débits de boissons, 10% dans l'hébergement et 14% dans la restauration :

- ils sont en moyenne plus âgés, en particulier pour les non employeurs (46 ans contre 34 ans pour les salariés).
- les chefs d'entreprises employeurs sont mieux formés que les indépendants
- les chefs d'entreprises employeurs sont pour 65% des hommes tandis que la parité est de mise chez les indépendants non employeurs. Les hommes sont sur- représentés dans la restauration et l'hébergement.

### L'apprentissage

Le HCR représente 7,4% de l'ensemble des effectifs de l'apprentissage en région ce qui en fait le 5ème secteur le plus pourvoyeur d'emplois en apprentissage. 3% des effectifs du HCR suivent un cursus en apprentissage. Si, sur le papier, ce dispositif apparaît idéal pour l'entreprise comme pour l'étudiant, de nombreux freins doivent encore être levés pour en améliorer les bénéfices. Le secteur souffre en effet d'un taux de rupture des contrats très élevé.

D'après les résultats de notre enquête annuelle de conjoncture, 26% des établissements du HCR projettent de recruter des jeunes en apprentissage en 2010. A l'exception des entreprises n'ayant pas de besoin de main d'œuvre supplémentaire (67% des répondants), 15% des établissements ne souhaitant pas recruter de jeunes en apprentissage évoquent de mauvaises expériences passées.

A l'échelle nationale, une mission a été confiée à M Régis Marcon (cuisinier, propriétaire d'un 3 étoiles au guide Michelin) pour favoriser le développement de l'alternance dans la restauration. Les principales préconisations se concentrent autour de cinq points :

- améliorer l'orientation notamment en ne se référant pas uniquement à des critères théoriques mais aussi relationnels et psychologiques. Cela passe aussi par davantage de découverte des métiers et par des stages préalables à l'entrée en apprentissage pour vérifier l'adéquation entre l'orientation choisie et la réalité du métier.

- renforcer la qualité de la formation en entreprise. Le groupe de travail a élaboré un engagement national qui fait office de charte préconisant la qualité dans la formation en entreprise (présentation de l'établissement, travail conforme avec la formation...), la valorisation de la fonction tutorale qui passerait notamment par une formation obligatoire et l'implication des établissements dans la valorisation des métiers.
- assouplir les parcours de formation pour mieux répondre au profil des jeunes. Renforcer l'ouverture culturelle et l'expérience des apprentis par des mobilités à l'étranger.
- améliorer l'accompagnement des apprentis comme des entreprises notamment par la mise en place de développeurs de l'apprentissage et faciliter les conditions d'hébergement et de transports des apprentis.
- enfin, agir sur la communication pour promouvoir les métiers de la restauration et le statut d'apprenti.

## L'emploi salarié

Le CDI représente près de 90% des effectifs salariés du secteur, le reste étant composé essentiellement de CDD. L'intérim est marginal dans ce secteur où l'on fonctionne davantage par l'embauche d'extras pour l'organisation d'événements ou des besoins temporaires. La mesure du volume de ce type de contrat reste difficile à chiffrer.

Les emplois à temps partiel représentent 30% des effectifs du HCR et jusqu'à 50% dans la restauration rapide.

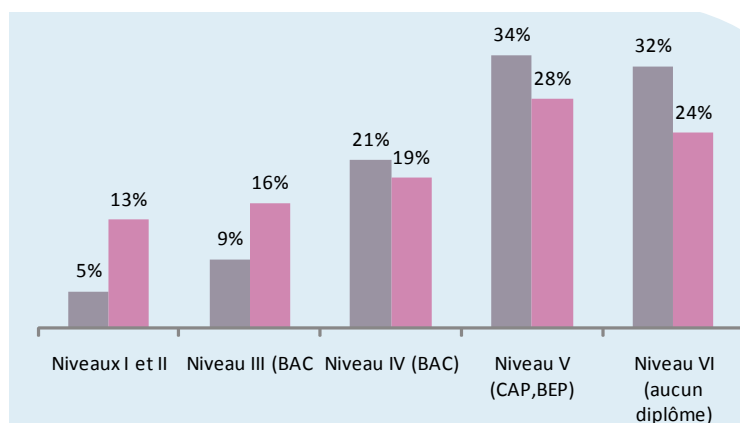
Près de 20% des contrats à temps partiel sont assurés par des étudiants qui représentent, au total, 7% des effectifs du secteur de l'hôtellerie-restauration.

## Des métiers aux compétences spécifiques

Professions	Part
Serveurs (bar, brasserie, café ou restaurant)	23,4%
Cuisiniers et commis de cuisine	12,2%
Aides de cuisine	8,9%
Exploitants de petit restaurant de 0 à 2 salariés	6,6%
Exploitants de petit café de 0 à 2 salariés	6,0%
Exploitants de café, restaurant, hôtel, de 3 à 9 salariés	3,5%
Maîtrise de restauration : salle et service	3,0%
Employés d'étage & employés polyvalents de l'hôtellerie	3,0%
Employés de l'hôtellerie : réception et hall	2,6%
Maîtrise de restauration : gestion d'établissement	1,9%
Autres professions	29,0%

Sans surprise, les métiers de la restauration (qui représentent  $\frac{3}{4}$  des emplois du HCR en région) arrivent en tête du classement avec le service en salle et la cuisine. Viennent ensuite les métiers de l'encadrement, qu'ils soient exploitants ou salariés, et enfin ceux de l'hôtellerie. Les compétences à mobiliser dans ces différents métiers sont très inégales. Les compétences liées aux métiers de management peuvent aisément être transposées à d'autres secteurs d'activité. Les personnels de service en salle pour lesquels l'exigence relationnelle est forte peuvent également réemployer ces compétences dans d'autres secteurs ayant une vocation commerciale (au premier rang desquels le commerce de détail). A l'inverse, les compétences mobilisées dans les métiers de cuisine sont plus spécifiques.

## Le niveau de formation



Le secteur de l'hôtellerie-restauration est un important pourvoyeur d'emplois peu ou pas diplômés. Cependant, les exigences qualitatives en termes de relation avec le client, d'hygiène, de respect des normes, de connaissance des produits... conduisent à une montée en gamme de la formation.

Les cuisiniers sont pour plus d'un employé sur deux dotés d'une formation de niveau 5 voire 4 mais rarement au-delà. En revanche, le service en salle est caractérisé par une forte hétérogénéité du niveau de diplôme.

■ HCR ■ Tous secteurs

source : INSEE RRP 2006

## Les langues étrangères

Les professionnels de l'hôtellerie-restauration expriment de façon récurrente leurs difficultés à trouver des employés ayant une maîtrise suffisante des langues étrangères (et en particulier de l'anglais) pour assurer le service en salle. D'après notre enquête de conjoncture 2009-2010 des CCI du Nord-Pas de Calais, plus d'un quart des établissements du HCR accueillent une clientèle internationale en particulier sur le littoral et la métropole lilloise. Si ces difficultés dépassent très largement le seul secteur du HCR, elles impactent plus sérieusement ces entreprises et nuisent à l'attractivité de nos territoires. Au-delà des langues, c'est l'ouverture multiculturelle qui est appelée à se développer pour mieux prendre en compte l'ensemble de la demande exprimée. En 2008, 1/3 des établissements du HCR exprimait un besoin de formation en anglais dans notre enquête annuelle de conjoncture. Les besoins devraient sur ce point encore progresser.

## Les difficultés de recrutement

Le secteur de l'hôtellerie-restauration souffre d'un déficit d'attractivité important qui contraint ses possibilités de recrutement. Comme de nombreuses autres activités considérées comme manuelles en France, ses métiers sont souvent mal considérés : travail pénible, peu valorisant, faiblement rémunérateur (22 500 € annuel brut contre 31 200 € tous secteurs confondus), en horaire décalé...

En Nord-Pas de Calais, parmi les 46% d'établissements ayant conduit une démarche de recrutement en 2009, 30% (et 40% des projets de recrutement !) ont échoué. Plus généralement, 40% des établissements du HCR évoquent des difficultés de recrutement et 65% d'entre eux considèrent que cela nuit à leur capacité de développement.

Bien que le HCR soit traditionnellement touché par les difficultés de recrutement, la période de crise de 2009 aurait pu conduire à une réduction des tensions sur le marché du travail. Or, celles-ci sont à un niveau sensiblement identique qu'en 2008. D'après l'enquête sur les besoins de main d'œuvre (BMO) conduite par Pôle Emploi, ces difficultés resteront élevées en 2010 : 61% des projets de recrutement de cuisiniers sont jugés difficiles et 51% pour les serveurs et commis de cuisine. Au total, 38% des projets de recrutement dans l'hôtellerie-restauration sont difficiles.

Sans occulter le problème, notons que cette situation n'est ni spécifique au Nord-Pas de Calais ni à la France mais se retrouve dans l'ensemble des pays d'Europe.

**Au-delà des préconisations précédemment émises concernant l'apprentissage, il conviendrait de différencier dans les analyses, les salariés souhaitant faire carrière dans la profession de ceux qui ne travaillent dans ce secteur que de manière transitoire. Cette distinction permettrait peut être de mettre en avant les difficultés ressenties par les individus ayant une vocation pour ce secteur.**

**Dans une vision plus prospective, la question du vieillissement doit également être soulevée du point de vue de la gestion des ressources humaines. Les effectifs du HCR sont plutôt jeunes (1/3 ont moins de 30 ans contre 20% dans l'ensemble des secteurs) et l'ancienneté dans l'entreprise est faible (1/4 des effectifs ont moins d'un an d'ancienneté contre 13.5% dans l'ensemble des secteurs).**

**Les évolutions démographiques à venir devraient donc encore accentuer les difficultés de recrutement. Il convient de déterminer les leviers à actionner pour favoriser le développement des carrières dans la profession.**

## / Un secteur d'activité très réglementé

Le secteur des Hôtels, Cafés et Restaurants est soumis à de nombreuses réglementations visant à encadrer l'activité et à protéger le consommateur.

### La protection des mineurs et la répression de l'ivresse publique

La vente des boissons alcoolisées est conditionnée par la possession d'une licence adaptée à la nature des boissons commercialisées (de la licence 1 à 4). En complément, l'ouverture des débits de boissons implique une formation pour l'exploitant qui se voit accorder une autorisation pour 10 ans. Elle vise à l'informer sur les droits et obligations liés à ce type de licence.

Les titulaires de licence sont tenus de respecter la réglementation concernant la protection des mineurs (âge minimum si non accompagné d'un adulte, interdiction de vente d'alcool avant 18 ans). Les mesures pour la sécurité routière et contre l'alcool au volant ont été un frein à la fréquentation des débits de boissons et aussi à la consommation de boissons alcoolisées au restaurant, la clientèle craignant les contrôles alcotest.

L'implantation nouvelle des débits de boisson est soumise à la réglementation instituant des zones de protection (école, stade, piscines, églises et lieux de culte, établissements de santé...). Le nombre de licences de débit de boisson dans une commune est soumis à un quota, à savoir, ne pas dépasser un débit pour 450 habitants.

### L'interdiction de fumer

A cette réglementation visant à réprimer les abus en matière de consommation de boissons alcooliques, est venue s'ajouter l'interdiction de fumer dans les lieux ouverts au public et notamment les débits de boissons, les discothèques et les restaurants à compter du 1er janvier 2008 ; celle-ci a été une grande inquiétude des professionnels qui craignaient de nouveau une « hémorragie » de leur clientèle.

L'interdiction de fumer à compter du 1er janvier 2008 a apparemment entraîné une baisse de clientèle dans les débits de boisson. La fréquentation dans les cafés et les brasseries a enregistré, en janvier 2008, une baisse de 6% par rapport à janvier 2007. En octobre, les professionnels annonçaient 10 à 30 % de baisse, la faute revenant à l'interdiction de fumer mais aussi au sentiment de baisse du pouvoir d'achat. Néanmoins, l'hétérogénéité des établissements (clientèle, taille, emplacement...) rend fragile toute lecture globale de l'impact de l'interdiction de fumer sur la profession. Sur la base de l'exploitation des données de l'INSEE, il apparaît que les débits de boissons et de tabacs ont effectivement ressenti une baisse mais en aucun cas une rupture. La restauration n'a pas ressenti de conséquences de cette législation.

### Les établissements recevant du public

Les cafés, hôtels et restaurants sont des ERP, des Etablissements recevant du public, et les locaux doivent respecter un certain nombre de normes de sécurité : matériaux ininflammables ou résistant au feu, portes coupe-feu, détecteurs de fumée, largeur des couloirs et dégagements, issues de secours... En cas de création d'établissement ou de travaux, il est aussi nécessaire d'effectuer des travaux d'accessibilité, permettant d'assurer l'accès des locaux pour les personnes à mobilité réduite.

En effet, les établissements recevant du public (ERP) que sont notamment les hôtels, cafés et restaurants sont soumis aux nouvelles règles d'accessibilité, créées par la loi du 11 février 2005 et du décret du 17 mai 2006, qui permettent à toute personne handicapée d'y accéder et de bénéficier des prestations offertes dans des conditions adaptées. La réglementation doit être applicable en 2015.

Les travaux de mise aux normes peuvent représenter un coût important d'où les craintes exprimées par la profession. Certains établissements, en particulier en milieu urbain, ne peuvent techniquement pas installer les équipements d'accessibilité nécessaire (par ex. ascenseur) faute de place.

## L'hygiène alimentaire

Les restaurants, les brasseries et même les débits de boisson assurant de la « petite restauration » sont tenus de respecter les normes d'hygiène alimentaire. Ces règles sont édictées à l'échelle nationale ou européenne et s'inspirent du principe de « la fourche à la fourchette ». L'objectif est de garantir la qualité et la traçabilité des produits du producteur jusqu'au consommateur.

Pour les activités de restauration, le respect des règles d'hygiène concerne les locaux, l'équipement, l'eau, les produits, les déchets. Cela concerne également le personnel qui doit être formé à ces règles d'hygiène et en particulier l'encadrement.

## Les nouvelles normes hôtelières

Les précédentes règles du classement hôtelier dataient de 1986. Elles ont été revues par l'arrêté du 23 décembre 2009 qui a fixé les nouvelles normes de classement des hôtels de tourisme. Ce nouveau classement vise 4 objectifs :

- améliorer la lisibilité et la qualité de l'offre hôtelière française
- harmoniser le positionnement des établissements haut de gamme avec les pratiques internationales (création des 5 étoiles)
- moderniser les infrastructures du secteur hôtelier (par l'appui financier d'Oséo)
- renforcer l'attractivité de la destination France.

Le classement reste volontaire et est réalisé par l'attribution d'étoiles, en fonction du confort de l'hôtel. Il existe 5 catégories de classements : de 1 étoile à 5 étoiles. Un nombre restreint d'établissements devraient à partir de la fin de l'année 2010 pouvoir déposer une candidature pour être éligible au label « Palace ». Ce label permettra de mettre en valeur l'hôtellerie d'exception. Notons aussi que ce classement ne s'applique pas uniquement aux hôtels mais également à l'ensemble du secteur de l'hébergement touristique : campings, résidences de tourisme, villages vacances...

Le système d'évaluation est assez complexe. Selon la catégorie dans laquelle il veut postuler, l'hôtelier doit obtenir un minimum de points de critères obligatoires mais il existe aussi des critères optionnels. Les critères sont basés sur l'analyse des équipements (surface, multimédia...), les services au client (langues étrangères, accueil...), l'accessibilité et le développement durable.

L'hôtelier qui souhaite obtenir le classement de son établissement doit préalablement s'adresser à un organisme évaluateur accrédité figurant sur une liste publiée sur le site internet de l'Agence Atout France ([www.odit-france.fr](http://www.odit-france.fr)). La demande de classement de l'hôtel est à déposer auprès du préfet de département du lieu de l'établissement. Le classement est accordé pour une durée de 5 ans. 500 hôtels en France seront classés en suivant le nouveau référentiel hôtelier d'ici la fin de l'année 2010, a indiqué mardi 13 avril Hervé Novelli, secrétaire d'Etat chargé du Tourisme.

## Des inquiétudes pour les hôteliers

Un certain nombre d'hôteliers et en particulier les indépendants soulignent les faiblesses de ce nouveau classement. Les principaux reproches portent sur le manque de lisibilité de ce nouveau classement (pour les clients comme pour les hôteliers) et sur l'inadéquation avec les attentes exprimées par les consommateurs. Ils se sont formés en association (Comité pour la Modernisation de l'Hôtellerie Française) pour promouvoir et agir pour une amélioration du parc hôtelier en France.

Le nouveau classement hôtelier va nécessiter de la part des exploitants des investissements pour la remise à niveau. Mais, selon le Comité de modernisation de l'hôtellerie, qui s'appuie sur des enquêtes clients et des données des CCI, près de 4.000 hôtels classés devraient fermer en France d'ici trois ans, c'est-à-dire davantage que ces 15 dernières années ; c'est près d'1 hôtel classé sur 4 qui fermera ses portes d'ici fin 2012. Mais une partie d'entre eux n'est pas irrémédiablement condamnée, estime le président du Comité, à condition que les pouvoirs publics se saisissent de la situation et engagent des mesures ciblées. Par contre, seraient condamnées, les petites structures à bas prix situées en centre ville ou zone rurale, manquant de rentabilité, d'investissement et d'attrait pour la clientèle.

## La TVA à 5.5%

Depuis le 1er juillet 2009, l'Etat applique un taux de TVA de 5,5% à la restauration traditionnelle (hors boissons alcoolisées). En contre partie, les professionnels ont signé le « contrat d'avenir », prenant des engagements portant sur :

- la baisse des prix (baisse d'au moins 11,8% sur au moins 7 des 10 produits pouvant constituer la base d'un repas complet),
- la création d'emploi (engagement sur la création de 40 000 emplois supplémentaires tous les deux ans en France, dont 20 000 contrats en alternance, d'apprentissage ou de professionnalisation)
- l'amélioration de la situation des salariés (dans le domaine des salaires, de la protection sociale et de la formation),
- les investissements (mise aux normes des établissements, amélioration de l'accueil et du confort, modernisation, acquisition de nouveaux équipements).
- 

Dans une enquête conduite par les chambres de commerce du Nord-Pas de Calais en septembre 2009, 75% des répondants avaient déclaré avoir répercuté la baisse de la TVA directement sur certains prix de la carte. Moins d'un quart des entreprises avaient procédé à une augmentation des salaires et 15% à des embauches. Enfin, pour 70% d'entre elles, cette baisse de la TVA avait avant tout permis de maintenir le niveau de leur activité dans un climat économique très dégradé.

D'après les derniers chiffres de l'INSEE au niveau national, le secteur hôtels-café-restaurants (HCR) poursuit sa dynamique de création d'emplois, avec 9 100 emplois salariés nets créés au deuxième trimestre 2010. Ainsi du 1er juillet 2009, date de la baisse de la TVA, au 30 juin 2010, le secteur HCR a créé 29 500 emplois nets, hors intérim, pour atteindre 939 700 emplois. Cela représente une croissance des effectifs de 3,2% en un an, soit la meilleure progression tous secteurs confondus.

**La réglementation pèse donc significativement sur l'activité de l'hôtellerie et de la restauration même si dans certains cas elle peut contribuer à offrir une garantie de qualité au consommateur. Sans remettre en cause les mesures existantes, il convient de rappeler aux législateurs que ces mesures engendrent généralement des investissements (formation, mise aux normes...). De nombreuses entreprises évoluent avec des trésoreries fragiles (comme en témoigne les défaillances cf p16) et peinent donc à s'adapter à ces nouvelles réglementations. Des accompagnements doivent donc être anticipés pour permettre de maintenir un tissu diversifié en activité.**

## Pour en savoir plus

### / Information statistique et sectorielle

Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques ([www.insee.fr](http://www.insee.fr))  
Comité Régional du Tourisme Nord-Pas de Calais ([www.tourisme-nordpasdecals.fr](http://www.tourisme-nordpasdecals.fr))

### / Presse

Néo Restauration magazine ([www.neorestaurant.com](http://www.neorestaurant.com))  
La Cuisine Collective ([www.la-cuisine-collective.fr](http://www.la-cuisine-collective.fr))  
Espaces Tourisme & Loisirs ([www.revue-espaces.com](http://www.revue-espaces.com))  
La Gazette Officielle du Tourisme  
Le Quotidien du Tourisme  
Evènements d'entreprise (salons, manifestations, tourisme d'affaires)  
Décisions HPA (tourisme de plein air)  
Hôtel et Techniques  
Hôtels Restaurants et Institutions ([www.hrimag.com](http://www.hrimag.com))  
L'Hôtellerie-Restauration ([www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr))  
L'industrie Hôtelière  
Tourisme et droit (activité législative et jurisprudentielle du tourisme et des loisirs)  
Teoros. Revue de recherche en tourisme ([teoros.revues.org](http://teoros.revues.org))  
Ecotourisme magazine ([www.ecotourisme-magazine.com](http://www.ecotourisme-magazine.com))  
Strategos. Revue des stratégies du tourisme, des voyages et des loisirs ([www.strategos.fr](http://www.strategos.fr))

### / Principales organisations professionnelles

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie ([www.umih.fr](http://www.umih.fr))  
Groupement National de la Restauration (GNR)  
Fédération Nationale de l'Hôtellerie française (FNHF)  
Fédération Nationale de la Restauration française (FNRF)  
Fédération de l'Hôtellerie Familiale Nationale (FHFN)  
Fédération Nationale des Cafés, Brasseries, Discothèques (FNCBD)  
Groupement National des Chaînes (GNC)  
Syndicat national de la restauration collective ([www.snrc-site.com](http://www.snrc-site.com))  
Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide ([www.snarr.fr](http://www.snarr.fr))  
Union patronale de l'industrie hôtelière ([www.upih.com](http://www.upih.com))  
FAFIH, OPCA de l'hôtellerie, de la restauration et des activités connexes ([www.fafih.com](http://www.fafih.com))

### / Salons

Convention internationale de la restauration – juin 2010 - Paris  
Salon des métiers de l'alimentation et de l'hôtellerie-restauration (SMAHR) - février 2010 - Toulouse  
SIAL. Salon International de l'Alimentation – octobre 2010 - Paris  
SIAHM. Salon Hôtellerie Restauration et Métiers de bouche – octobre 2010 - Lille  
Equip'Hotel – novembre 2010 - Paris  
Tourissima – février 2010 - Lille  
Mondial du Tourisme – mars 2010 - Paris

Analyse réalisée par Thomas Crinquette CRCI Nord-Pas de Calais, Orlanda Buyck CRCI Nord-Pas de Calais, Olivier Coumarios CCI d'Arras, Jean Paul Chaumont CCI de Calais.

Pour toutes informations complémentaires sur cette étude contactez Thomas Crinquette – 03 20 63 79 94 – [tcrinquette@nordpasdecals.cci.fr](mailto:tcrinquette@nordpasdecals.cci.fr)  
Pour toutes demandes de renseignement sur les services des chambres de commerce et d'industrie à destination des établissements du HCR, contactez Marie-Christine Lemoine – 03 20 63 79 64 – [mclemoine@nordpasdecals.cci.fr](mailto:mclemoine@nordpasdecals.cci.fr) ou Sandra Sellitto – 03 20 63 79 88 – [ssellitto@nordpasdecals.cci.fr](mailto:ssellitto@nordpasdecals.cci.fr)

