

Troisième étude de METRO sur la situation des Restaurateurs et Commerçants Indépendants

Les professionnels restent optimistes (87%) même si la situation économique en France est leur plus grosse difficulté

Le mardi 8 octobre 2019 s'est tenue la 4^{ème} édition de la Journée des Restaurateurs et Commerçants Indépendants organisée par METRO. Journée dédiée à tous les artisans de notre quotidien, elle a pour objectif de les valoriser auprès du grand public. L'occasion également pour l'enseigne de faire un point sur la situation des indépendants en France avec la mise à jour de son étude internationale.

Proposée dans 10 pays où METRO est installé (République Tchèque, France, Allemagne, Inde, Italie, Pologne, Portugal, Roumanie, Russie et Turquie), l'étude interroge 10 000 personnes dont 1 500 restaurateurs et commerçants indépendants.

Lancée il y a 3 ans, cette étude permet à l'enseigne de mieux connaître et comprendre les attentes de ses clients et d'apporter des solutions concrètes pour les accompagner dans leur quotidien.

Trois grands points ressortent de cette étude :

- Le grand public apprécie les restaurateurs et commerçants indépendants et déclare à **50% préférer les petits restaurants, cafés, ou snack bars**
- Les professionnels indépendants sont confrontés à de nombreuses difficultés, **notamment à cause de la situation économique française selon 45% d'entre eux, même si 87% d'entre eux restent optimistes quant à leur situation**
- **La visibilité sur internet** des restaurateurs et commerçants indépendants est une question **importante tant pour les consommateurs que pour les professionnels** : 21% des Français ne se rendent pas dans un restaurant s'ils n'ont pas pu consulter le menu sur le site internet de l'établissement

Un lien fort unit les Français et les professionnels indépendants

L'étude menée par METRO met en avant que les Français sont attachés à leurs commerces et restaurants indépendants. Ils sont plus d'un tiers à préférer y faire leurs achats, grâce notamment à cette proximité qui existe entre le commerçant et le consommateur. Ce dernier y retrouve un sentiment d'identité et de respect de ses valeurs et de son mode de vie.

L'image de qualité est aussi une des principales raisons, à 53%, de cet engouement à l'égard de ces professionnels. Ainsi plus d'un Français sur deux pense que la qualité des services et des produits serait insuffisante si le nombre d'établissements indépendants venait à baisser. De plus, **le grand public considère à 44% qu'un établissement ou un commerce indépendant participe à l'identité d'une région**. Ils sont d'ailleurs plus de deux tiers à souhaiter qu'il y ait plus d'indépendants dans leur région.

Enfin **l'engagement durable de ces professionnels est un grand facteur de décision du grand public qui choisit à 47% de faire ses achats auprès d'un professionnel indépendant parce qu'il agit de façon responsable**. Fort de ce dernier constat, METRO s'est engagé auprès de ses clients restaurateurs avec la mise en place du **programme « Mon restaurant passe au durable »**. Cette démarche vise à aider les

professionnels à réduire leurs impacts environnementaux avec notamment le tri des déchets, la collecte d'huiles usagées ou le programme d'économie d'énergie.

Des professionnels heureux mais qui restent confrontés à de nombreuses difficultés

L'étude 2019 de METRO sur la situation des restaurateurs et commerçants indépendants en France met en lumière l'optimisme de ces professionnels. **Ils sont ainsi 87% à déclarer être prêts à créer de nouveau une entreprise.** Cependant, ils sont également très conscients des difficultés inhérentes à ce statut. En effet, les entrepreneurs indépendants pointent du doigt **trois grandes difficultés auxquelles ils sont confrontés au quotidien.** Elles n'ont, par ailleurs, pas beaucoup évolué depuis la première étude METRO en 2017.

1/ l'insécurité des revenus – un indépendant sur deux cite cette difficulté en premier alors qu'ils n'étaient que 34% en 2017

2/ la situation économique – 45% des professionnels indépendants trouvent qu'elle n'est pas idéale pour les commerces et restaurants indépendants, contre 42% en 2017

3/ la densité du travail administratif et des procédures – ils sont 34% à les trouver trop importante en 2019.

La recherche de personnel qualifié est également une grande difficulté à laquelle sont confrontés les restaurateurs et commerçants indépendants. Ainsi, ils sont 52% des professionnels ayant embauchés des employés à avoir trouvé cela difficile.

S'ils sont confrontés à ces problèmes, les indépendants ont cependant des idées assez précises des aides dont ils souhaiteraient bénéficier :

Près d'un tiers souhaite des aides des institutions publiques telles que les services d'aide à l'emploi et 74% d'entre eux souhaiteraient obtenir des aides financières pour la formation du personnel non qualifié.

Enfin **l'utilisation des outils numériques pour la gestion du temps de travail est de plus en plus prisée par les professionnels, à 58%.**

La visibilité en ligne, un facteur clé de réussite

L'étude METRO met en avant que les avis et commentaires en ligne sont extrêmement importants pour les consommateurs qui déclarent à **61% ne pas choisir un établissement si les critiques en ligne sont mauvaises.**

Par ailleurs, l'existence d'un site internet pour un restaurant est un outil nécessaire pour attirer les clients. En effet, **21% des Français indiquent ne pas sélectionner un restaurant s'il n'a pas de site internet avec son menu en ligne, ou s'il n'a pas de système de réservation à 15%.**

Conscient depuis longtemps de cette nécessité grandissante pour ses clients restaurateurs, METRO leur propose de leur **créer gratuitement un site internet** personnalisé avec l'intégration d'un système de réservation en ligne.

Cette nouvelle étude de METRO montre bien l'attachement qui unit les restaurateurs et les commerçants indépendants au grand public. Ce dernier considérant ces établissements comme des éléments importants pour l'économie et l'ambiance locales.

De leur côté, les professionnels sont heureux de leur travail mais souhaitent être soutenus dans les démarches administratives que ce soit dans les procédures ou dans la recherche d'employés qualifiés. Enfin la visibilité en ligne des restaurateurs et commerçants indépendants reste une question clé et nécessaire tant pour les professionnels que pour leurs clients.

« Le rôle de METRO France en tant que 1^{er} fournisseur des restaurateurs et commerçants indépendants est d'être à l'écoute de nos clients et les accompagner dans la résolution de leurs problèmes quotidiens. Que ce soit dans leur visibilité auprès du grand public avec la Journée des restaurateurs et des Commerçants Indépendants, ou dans la création de solutions adaptées à la gestion de leur établissement » rappelle Benoit Feytit, Directeur Général de METRO France.



Contacts presse

METRO France

Isabelle Baahmed – isabelle.baahmed@metro.fr - 01 47 86 64 75



Emmanuelle Tienvrot – emmanuelle.tienvrot@gram3.com - 01 82 28 73 05

Charlotte Oulès – charlotte.oules@gram3.com - 01 82 28 73 03

A propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration indépendante en France. Avec 98 entrepôts répartis sur l'ensemble du territoire, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants indépendants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels.

Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 100 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, les Jeunes Talents Gault&Millau, la Cuillère d'Or, le Trophée du Maître d'Hôtel ou le lancement du guide Michelin.

www.metro.fr