Comlaire
STRATEGIE MARKETING

ÉTUDE COMLAIRE · RESTAURATION · 4 JUIN 2026

Cafés, hôtels, restaurants : une année 2025 sous pression

Chiffre d'affaires en baisse, défaillances en hausse, prix des fournisseurs qui grimpent : le bilan 2025 des cafés, hôtels et restaurants, et les leviers pour s'en sortir.

L'ÉTUDE EN BREF

Les chiffres à retenir

-6,4 %

de chiffre d'affaires au 2e trimestre 2025

≈ 9 468

défaillances dans le secteur en 2025

+6,6 %

de hausse des prix fournisseurs (3e trimestre)

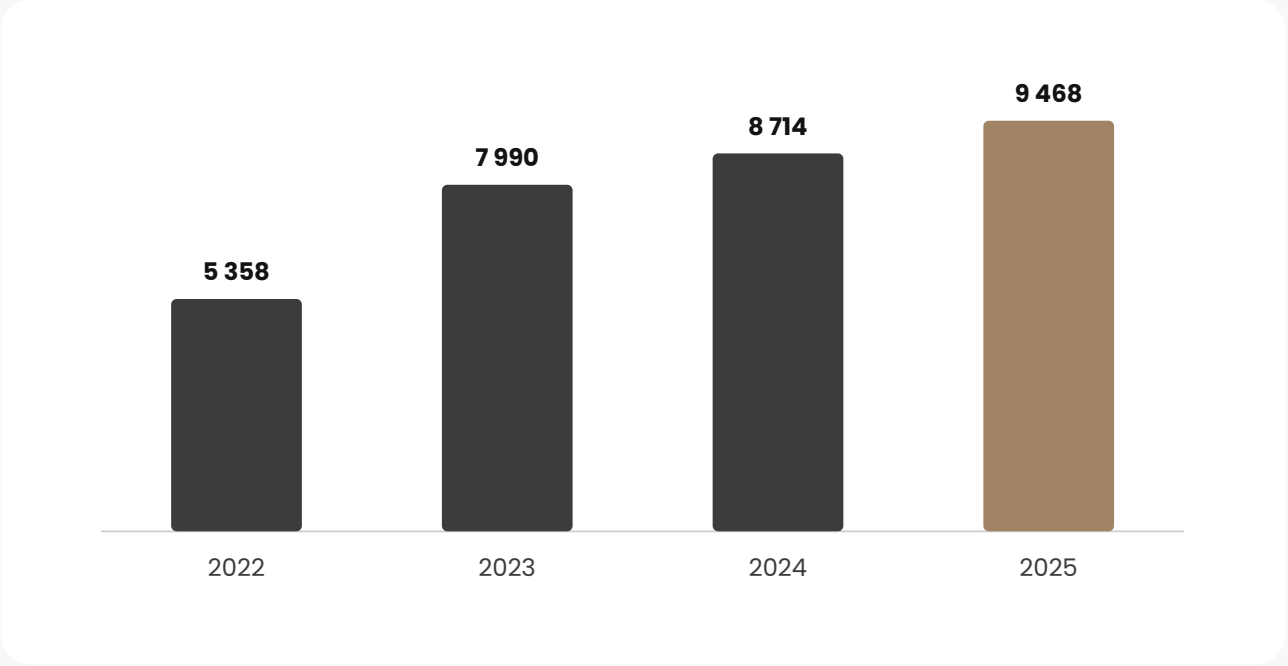
1 sur 5

vacanciers a réduit ses dépenses, surtout au restaurant

01 · DÉFAILLANCES

Quatre années de hausse

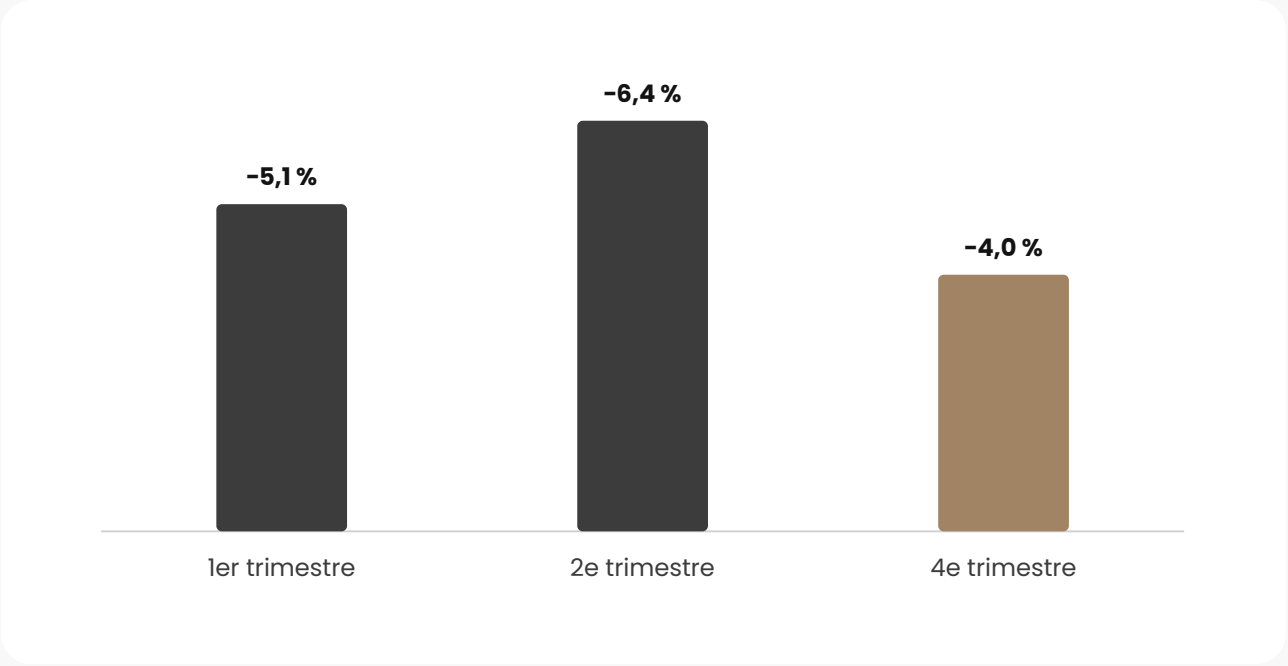
Les défaillances dans les cafés, hôtels et restaurants sont passées de 5 358 en 2022 à environ 9 468 en 2025 (+9 % sur un an). Environ deux tiers aboutissent directement à une liquidation judiciaire.



Défaillances d'entreprises de l'hôtellerie, des cafés et de la restauration (2025 : valeur arrondie).

Un chiffre d'affaires en recul toute l'année

Par rapport à 2024, le chiffre d'affaires recule de 5,1 % au premier trimestre, de 6,4 % au deuxième et de 4 % au quatrième. Les débits de boissons ne sont pas épargnés : 908 défaillances au troisième trimestre, contre 850 un an plus tôt.

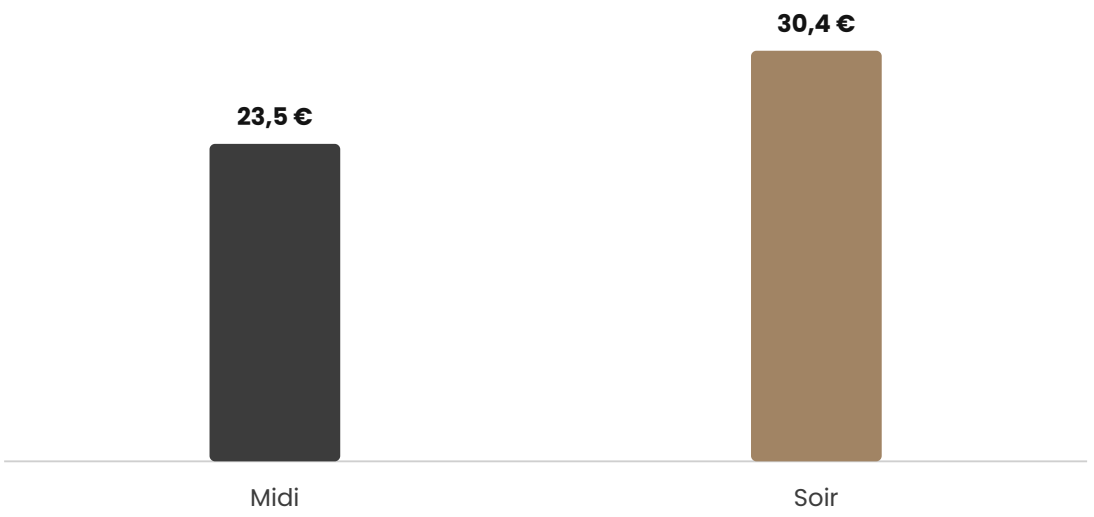


Évolution du chiffre d'affaires par rapport à 2024, en %.

03 · TICKET MOYEN

Le soir rapporte un tiers de plus

Au premier trimestre 2025, le ticket moyen atteint 23,5 € le midi et 30,4 € le soir. En fin d'année, 59 % des professionnels constatent une variation de leur ticket moyen, souvent à la baisse.

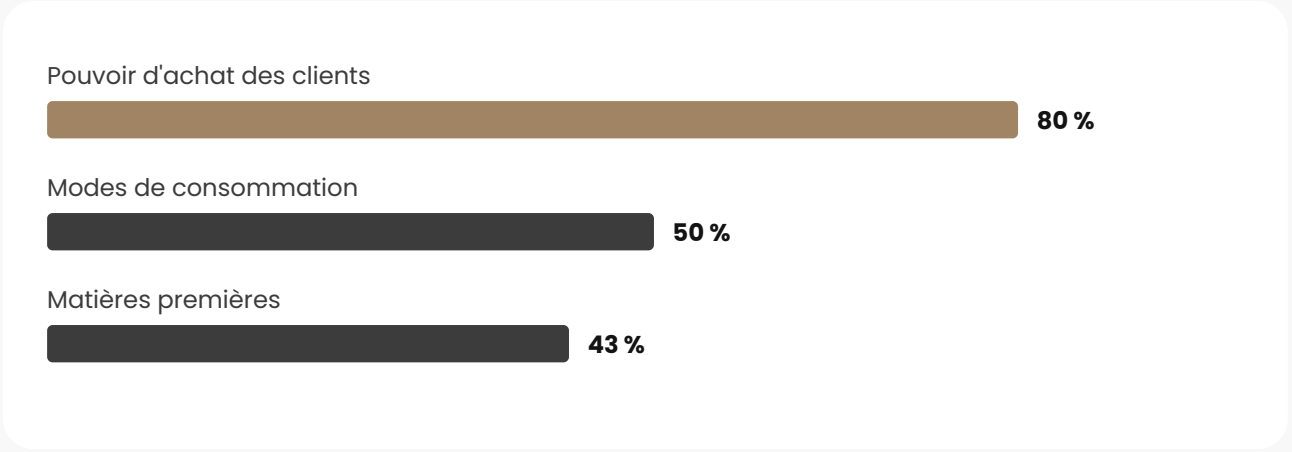


Ticket moyen au 1er trimestre 2025, en euros.

04 · PRÉOCCUPATIONS

Le pouvoir d'achat, premier défi

Interrogés à l'été 2025, les professionnels citent d'abord le pouvoir d'achat de leurs clients, puis l'évolution des modes de consommation et le coût des matières premières.



Principaux défis cités par les professionnels.

NOTRE LECTURE

Ce que cela change pour votre entreprise

01

Quand les clients comptent, ils comparent : prix visibles en ligne, carte claire et avis récents rassurent avant la visite.

02

Le soir rapporte plus : une communication ciblée sur le dîner et les occasions (anniversaires, groupes) améliore la rentabilité.

03

Fidéliser coûte moins cher que conquérir : fichier clients, offres pour les habitués et relance par e-mail ou SMS.

SOURCES

GHR (Groupement des Hôtelleries et Restaurations de France), Observatoire, bilan de l'année 2025 (février 2026), défaillances d'après Altares.

Données publiques officielles. Les valeurs arrondies sont signalées. L'analyse « Notre lecture » est celle de Comlaire.

COMLAIRE · CABINET EN STRATÉGIE MARKETING ET COMMUNICATION

Et pour votre entreprise ?

Nous étudions votre marché, construisons votre stratégie avec un budget complet, la mettons en place et mesurons ses résultats.

17 rue Jean Haddad Simon, 06400 Cannes

06 27 29 90 27 · info@comlaire.com · comlaire.com