



ENQUETE DE L'ASSOCIATION

CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE

BAISSE DE LA TVA DANS LA RESTAURATION :

LES CONSOMMATEURS FLOUÉS

JUIN 2010

Rappel du contexte

Le 28 avril 2009, les restaurateurs signaient dans le cadre des états généraux de la restauration le « contrat d'avenir » dans lequel ils s'engageaient à répercuter totalement la baisse sur la TVA de 19.6% à 5.5% sur les prix, à créer des emplois, améliorer la situation des salariés et moderniser le secteur.

Ainsi, pour la restauration traditionnelle, l'accord applicable à compter du 1^{er} juillet 2009, prévoit **la répercuSSION de la baisse de la TVA de façon intégrale (baisse de prix de 11,8%) sur au moins 7 produits choisis** parmi la liste suivante :

- *une entrée*
- *un plat chaud (viande ou poisson)*
- *un plat du jour*
- *un dessert*
- *un menu entrée-plat*
- *un menu plat dessert*
- *un menu enfant*
- *un jus de fruit ou soda*
- *une eau minérale*
- *un café, thé ou infusion*

Cet accord devait permettre à tout client de bénéficier d'une baisse de 11,8% sur un repas complet (entrée, plat, dessert, café). En toutes hypothèses et en cas de carte limitée, la baisse devait concerner des produits de la carte représentant un total de 1/3 du chiffre d'affaire.

Des modalités de suivi de l'accord notamment un suivi de l'évolution des prix de la restauration et de l'indice des prix, étaient également fixées. Aucun mécanisme de contrôle et de sanctions n'étant prévu, ces mesures n'ont aucun caractère contraignant.

Pour ce qui nous concerne, nous avons, dans le cadre des travaux préparatoires des assises de la restauration, fait valoir nos craintes sur l'application de ces engagements et demandé, pour tenir compte des autres volets de l'accord sur l'emploi et la modernisation du secteur, une baisse de 5% sur l'ensemble des produits figurant sur la carte, ce que nous n'avons pas obtenu.

L'enquête que nous avons publiée en octobre 2009 avait confirmé ces craintes puisque nous avons constaté que la moitié des restaurants visités n'avaient pris aucune mesure en faveur des consommateurs et que seuls 20.5% des restaurateurs se conformaient intégralement à l'accord en baissant les prix d'au moins 7 produits de 11.8%. Nous avons également dénoncé un manque de lisibilité pour les consommateurs, du fait de la diversité des modalités d'affichage des mesures prises.

Devant ce constat, nous avons décidé qu'un an plus tard, nous ferions le bilan. Les résultats ne font que confirmer ce que nous redoutions : le non respect des promesses.

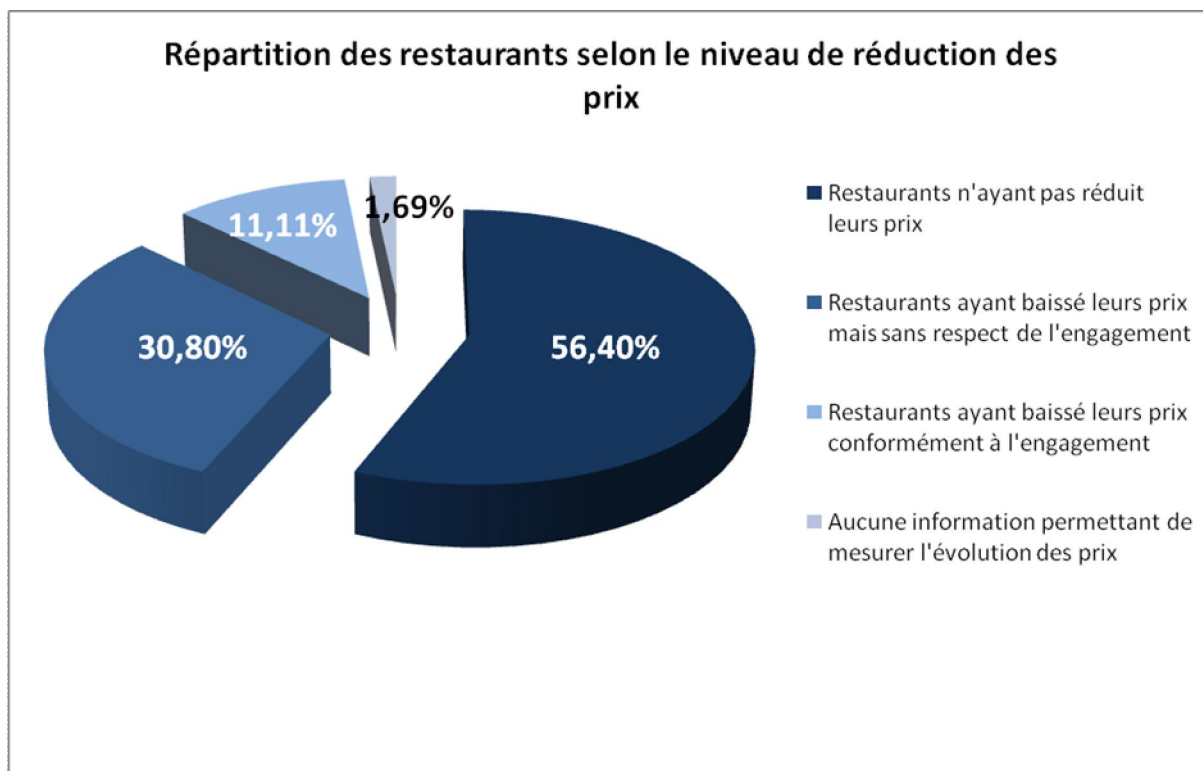
Notre enquête

Notre enquête, réalisée sur la période du 12 mai au 16 juin, a porté sur des restaurants traditionnels répartis dans 20 départements et 51 villes. Ce panel représentatif au plan national nous permet d'avoir une tendance sur les mesures prises par les restaurateurs.

Les enseignements tirés de cette nouvelle enquête rejoignent les constats faits en octobre 2009 : une absence de répercussion de la baisse de la TVA sur les prix de vente aux consommateurs pour plus de la moitié des restaurateurs et un manque total de transparence.

I. Un engagement peu respecté et une application à la carte des mesures préconisées

56.4% des restaurants enquêtés n'appliquent aucune réduction sur les prix, soit une progression de 7.4% par rapport à octobre 2009, où l'absence de baisse avait déjà été relevée pour 49% des enseignes visitées.



Par ailleurs, parmi les restaurants ayant réduit leurs prix, seuls 11.11% se sont conformés à l'engagement et ont baissé les prix de 11,8% sur au moins 7 produits de leur carte contre 20.5% en 2009. Les autres restaurateurs font une « application à la carte » des engagements, laissant le consommateur face à d'innombrables cas de figure.

Nous avons ainsi relevé des modalités diverses de répercussion de la baisse de la TVA, par exemple :

- une **baisse de 11, 8% sur plusieurs prix** par types de produits
- une **baisse de moins de 11,8% sur plusieurs produits**
- une baisse uniquement sur les menus

Miracle ! Un restaurateur applique une **baisse générale de 10%** sur l'ensemble des produits.

L'initiative d'une baisse générale sur l'ensemble des produits va dans le sens de nos demandes. Elle est plus favorable aux consommateurs et permet plus de lisibilité.

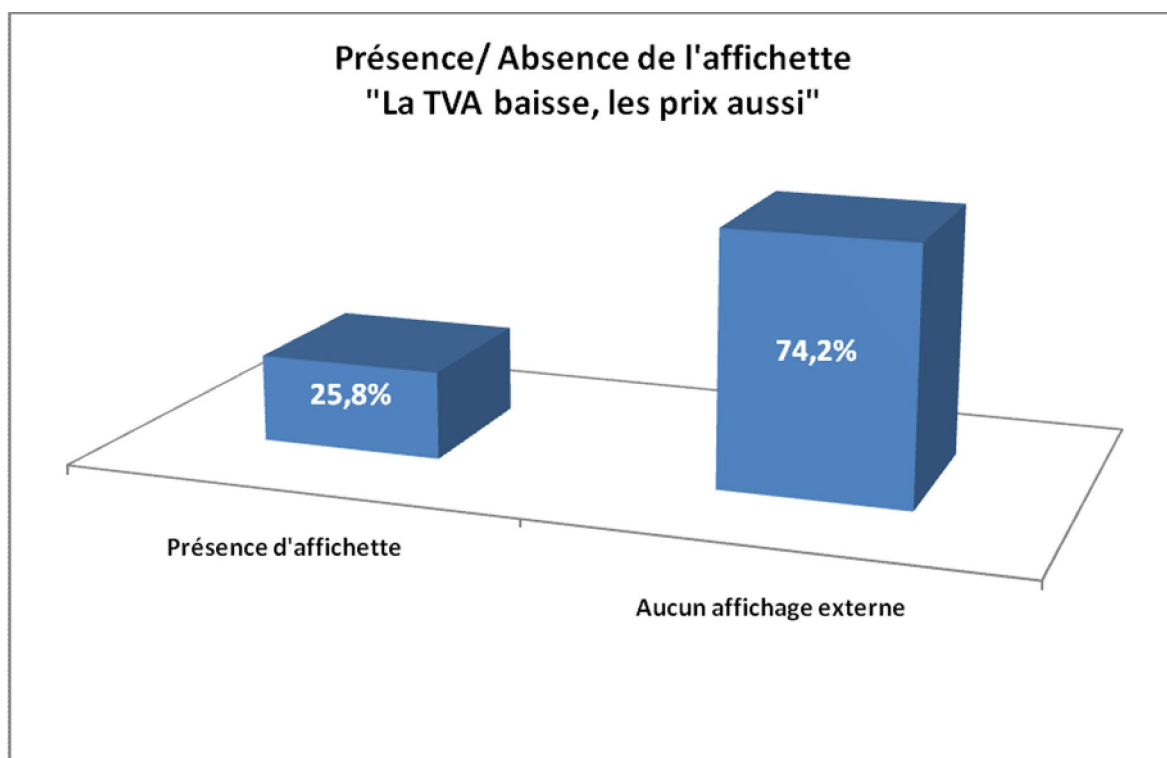
La diversité des modalités retenues par les restaurateurs conduit en effet à un manque de lisibilité pour les consommateurs, bien persuadés de ne pas avoir profité de cette mesure, identifiant les restaurants comme seuls bénéficiaires.

Comportement des restaurateurs à l'égard des produits sujets à réduction de prix			
	Proportion de restaurants ayant baissé le prix du produit	Proportion de restaurants dont la baisse constatée est d'au moins 11,8%	Proportion de restaurants dont la baisse constatée est inférieure à 11,8%
Une entrée	16,1%	8,2%	7,9%
Un plat chaud (viande ou poisson)	12,2%	6,5%	5,7%
Un plat du jour	12,2%	5,4%	6,8%
Un dessert	12,2%	6,8%	5,4%
Un menu entrée- plat	9,3%	3,2%	6,1%
Un menu plat – dessert	4,7%	1,8%	2,9%
Un menu enfant	10%	7,5%	2,5%
Un jus de fruit ou soda	7,5%	3,9%	3,6%
Une eau minérale	12,2%	6,5%	5,7%
Le café, thé ou infusion	14,3%	9,3%	5%

II. Un manque de transparence dans l'affichage des mesures prises par les 43.6% des restaurateurs ayant baissé leurs prix

Une affichette « la TVA baisse, les prix aussi » a été mise par le Gouvernement à la disposition des professionnels afin qu'ils puissent informer les consommateurs sur leur participation à cet engagement.

Les relevés faits par nos enquêteurs démontrent que l'affichage d'une baisse dans le cadre de cet accord, par l'affichette officielle ou sous une autre forme, n'est présent que dans 25.8% des restaurants. Ce n'était pourtant pas compliqué de l'éditer.

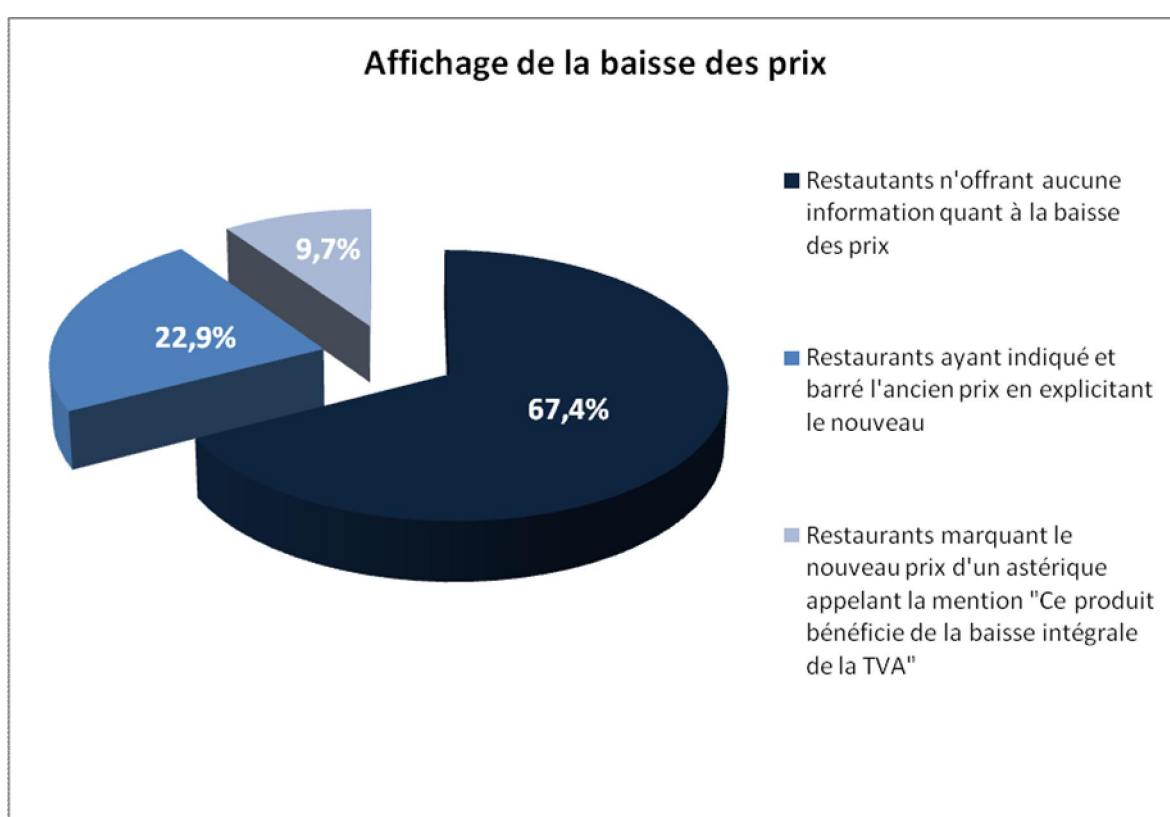


Par ailleurs, les informations données par les restaurateurs sur la baisse appliquée apparaissent sous des formes différentes qui rendent la comparaison très difficile.

Ainsi, seuls 22.9% des restaurants indiquent sur leur carte l'ancien prix en le barrant et le nouveau prix ce qui permet de contrôler le respect des engagements sur le niveau de la baisse, à savoir 11.8%. 9.7% renvoient uniquement à l'aide d'un astérisque à la mention « Ce produit bénéficie de la baisse totale de la TVA » et certains listent à part les quelques produits bénéficiant de cette mesure.

Enfin, 67.4% contre 65% en 2009 n'affichent aucune indication sur les cartes et menus, ce qui ne permet aucune comparaison entre les anciens et les nouveaux prix et ne permet pas de savoir quels produits ont bénéficié d'une baisse, laissant le consommateur sans moyen de vérification.

Ce manque de transparence déjà constaté en 2009 est toujours à déplorer puisqu'il rend difficile tout contrôle et rend l'observation de cet accord illisible pour les consommateurs.



Conclusions

Ainsi, seuls **43.6%** des restaurants enquêtés ont **respecté complètement ou partiellement** les engagements pris par 80% des professionnels représentés qui s'étaient engagés via leurs syndicats professionnels. A cela s'ajoute un réel **problème de transparence** et de lisibilité pour le consommateur du fait de la diversité des modalités d'application de l'accord et les changements apportés aux cartes dont les prix, disent les restaurateurs, ont été calculés avec une TVA à 5.5%.

L'objectif initialement annoncé d'un effet sur le pouvoir d'achat des consommateurs n'est pas atteint et l'impact sur les autres volets de l'accord (emploi, modernisation, s'il était démontré, n'est pas de nature à compenser le gain obtenu par la profession.

Nous ne sommes pas convaincus du fait que les chiffres de l'embauche, 20000 emplois pérennes et 20000 contrats d'alternance en deux ans, soient en passe d'être atteints, la spécificité de l'emploi dans la restauration avec la saisonnalité rendant les évaluations difficiles d'autant qu'il convient de prendre en compte les embauches qui auraient eu lieu sans l'application de cette mesure. Par ailleurs, l'évolution des pratiques pour la préparation des plats avec un large appel aux produits prêts à l'emploi ne joue pas en faveur d'embauches massives, sans compter que les consommateurs ont le droit de connaître l'origine des produits qu'ils consomment.

Devant ces constats, alors que les pouvoirs publics restreignent drastiquement les niches fiscales et autres dépenses publiques, **on peut s'interroger sur l'opportunité de cette mesure qui a coûté 3 milliards aux finances de l'Etat.**

En tout état de cause, une chose est certaine, la réduction du taux de la TVA n'a pas atteint ses objectifs et nous demandons la suppression de cette mesure inefficace.