

## New Business

# Trends horecamarkt

ONDANKS FINANCIËLE RISICO'S EN HET RELATIEF HOGE AANTAL FAILLISEMENTEN BLIJFT DE HORECA VOOR VEEL ONDERNEMERS EEN AANTREKKELIJKE BRANCHE. EEN OVERZICHT VAN DE VIJF BELANGRIJKSTE TRENDS.

### Trend 1

Na de economische recessie neemt het ondernemerschap opnieuw een vlucht

#### Aantal starters

Het ondernemersveld leeft op, met een piekpunt in het Vlaamse Gewest. Op 72.215 starters – een record aantal – tellen we 3.228 horecaondernemingen. Hiermee is de horeca het derde grootste startersegment. Toch waren er een jaar eerder 3.263 starters. Ondanks de lichte daling in 2010, neemt de horeca een stabiele positie in.

Bron: Unizo 2012, Graydon 2012

#### Populariteit

Dat je als zelfstandige onafhankelijk kan opereren, zorgt voor een aanzienlijke arbeidsvreugde. De branche is verder erg toegankelijk, zo zijn er enkel beperkingen m.b.t. handelingsbekwaamheid (je moet 18 zijn), nationaliteit (je moet onderdaan zijn van de EER) en bedrijfsbeheer (je moet dit aantonen via diploma of ervaring).

### Aantal starters in de horecamarkt

	Vlaams Gewest	Waals Gewest	Brussels Gewest
2005	33.527	15.818	7.572
2006	38.259	18.463	8.613
2007	41.479	19.895	9.831
2008	40.298	19.043	8.911
2009	38.247	18.001	8.194
2010	40.914	19.541	9.255

Bron: Unizo, Graydon

## Trend 2

Onder de nieuw opgestarte horecazaken hebben restaurants het overwicht

### Horecabedrijven

In alle gewesten is minstens 50% van de nieuwe bedrijven in 2011 een restaurant. Let wel: eetcafés worden ook geklasseerd als restaurants. Voor het Brusselse Gewest bestrijkt dat aandeel zelfs 2/3 van het totaal. Het tweede populairste startersegment zijn de drinkgelegenheden, gevolgd door de cateringbedrijven.

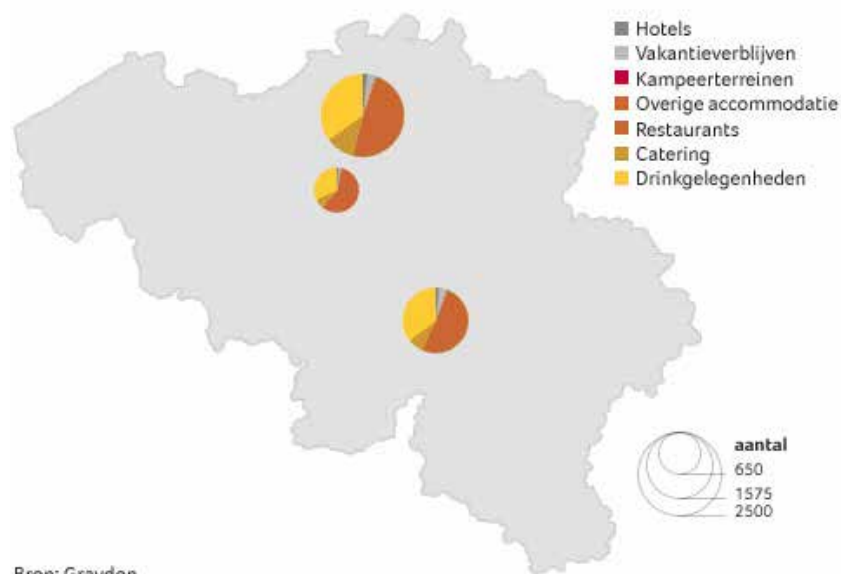
Bron: Unizo 2012, Graydon 2012

### Investerings

Het aandeel van de hotelbranche is onder starters stukken kleiner, wellicht omdat de investeringen hier aanzienlijker zijn. Een opmerkelijke trend is dat de catering in de lift zit. Logisch: een cateringbedrijf hoeft in vergelijking met een restaurant of hotel niet noodzakelijk te investeren in een horecapand.

Bron: Unizo 2012, Graydon 2012

### Aantal starters in de horecamarkt



Bron: Graydon

### **Trend 3**

De vernieuwde marktrealiteit biedt ondernemers ook kansen

#### Groeiparels voor jonge projecten

Hoewel we 2012 afsluiten met een recordaantal faillissementen, zijn er nog verschillende groeiparels mogelijk. Zo stonden er in 2012 veel jonge ondernemers op met nieuwe concepten. Zij testen via het flexibel maken van vaste kosten (pop up-constructies) en het gebruik van sociale media of hun project rendabel is.

*Bron: Foodstep 2012, Graydon 2012*

#### Traffic, variatie en verleiding

In plaats van de prijs per product te verhogen en minder personeel in te zetten, is het een opvallende trend dat segmenten die het goed doen sleutelen aan de bezoekersfrequentie door een voordeelgevoel te creëren, het aanbod roteren (menu-engineering) en blijvend inzetten op een verhoogde service.

*Bron: Foodstep 2012, Graydon 2012*

### **Trend 4**

99% van de horecaondernemers investeert in duurzaam ondernemen

#### Product en service

Minstens 95% van de horecaondernemers werkt één maal per week met seizoens- of streekproducten. 81% verwerkt overschotten in dagsuggesties. Qua energiebesparende maatregelen vervangt 88% gloeilampen door energiezuinigere spaar- of ledlampen. Verder bespaart 72% op water via de spaarknop.

*Bron: Guidea*

#### Personeelsbeleid

Het maatschappelijk verantwoord ondernemen kan zich ook toespitsen op het niveau van personeelsbeleid. Zo moedigt 64% van de horecaondernemers zijn medewerkers aan om een bijkomende opleiding of training te volgen. 63% voorziet extraatjes voor het personeel. Dat vertaalt zich naar een goede werksfeer.

*Bron: Guidea 2012*

## **Trend 5**

Het consumentengedrag in de horeca wordt ingegeven door de belevingsfactor

### Bewuste consumptie

Het aantal horecabezoeken daalt, maar de gemiddelde besteding per persoon stijgt. Hierdoor blijft de totale omzet gelijk. De kritische consument brengt steeds minder 'impulsbezoeken'. De belangrijkste overwegingen hierbij zijn: de prijs/kwaliteit verhouding, het kader (interieur, aanwezigheid magazines) en de beschikbaarheid van het terras.

*Bron: Guidea 2012, F&B Trendrapport 2010*

### Horeca als crossbeleving

Tegenwoordig maakt een bezoek aan de horeca deel uit van een trendy crossbeleving. De consument van vandaag is immers een hyperactieve multi-tasker (bellen, chatten, navigeren, eten en drinken) die onder tijdsdruk staat; een vlotte hap on the go is al lang voldoende.

*Bron: Guidea 2012, F&B Trendrapport 2010*



## New Business

# Tendances marché

BIEN QUE L'HORECA SOIT UNE BRANCHE POPULAIRE, DE NOMBREUX RISQUES (FINANCIERS) SONT LIÉS AU LANCEMENT D'UN NOUVEL ÉTABLISSEMENT. NOUS ENUMÉRONS CI-DESSOUS LES PRINCIPALES TENDANCES SUR LE MARCHÉ DE L'HORECA.

### Tendance 1

Après la récession économique, l'entrepreneuriat repart à la hausse

#### Nombre de nouvelles entreprises

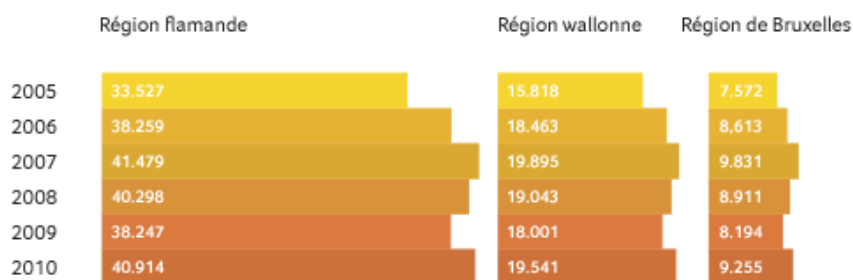
Le secteur revit, avec un pic en Région flamande. Sur 72.215 nouvelles entreprises - un chiffre record - nous comptons 3.228 entreprises horeca. L'horeca est ainsi le troisième segment où l'on compte le plus grand nombre de créations d'entreprises. Néanmoins, le chiffre était de 3.263 un an plus tôt. Malgré une légère baisse en 2010, l'horeca se stabilise.

Source : Unizo 2012, Graydon 2012

#### Popularité

Le fait que les indépendants puissent opérer en toute autonomie leur procure une grande satisfaction dans leur travail. De plus, la branche est très accessible, les seules restrictions étant la capacité juridique (il faut avoir 18 ans), la nationalité (il faut être ressortissant de l'EEE) et la capacité à gérer une entreprise (à attester par un diplôme ou l'expérience).

### Nombre de nouvelles entreprises sur le marché de l'horeca



Source : Unizo, Graydon

## Tendance 2

Parmi les nouveaux établissements, les restaurants sont majoritaires

### Entreprises horeca

Dans toutes les régions, au moins 50% des nouvelles entreprises en 2011 sont des restaurants. Attention : les brasseries sont aussi considérées comme des restaurants. Pour la Région bruxelloise, cette proportion atteint même 2/3 du total. Le deuxième segment le plus populaire parmi les nouvelles entreprises correspond aux débits de boisson, qui sont suivis par les entreprises de restauration collective.

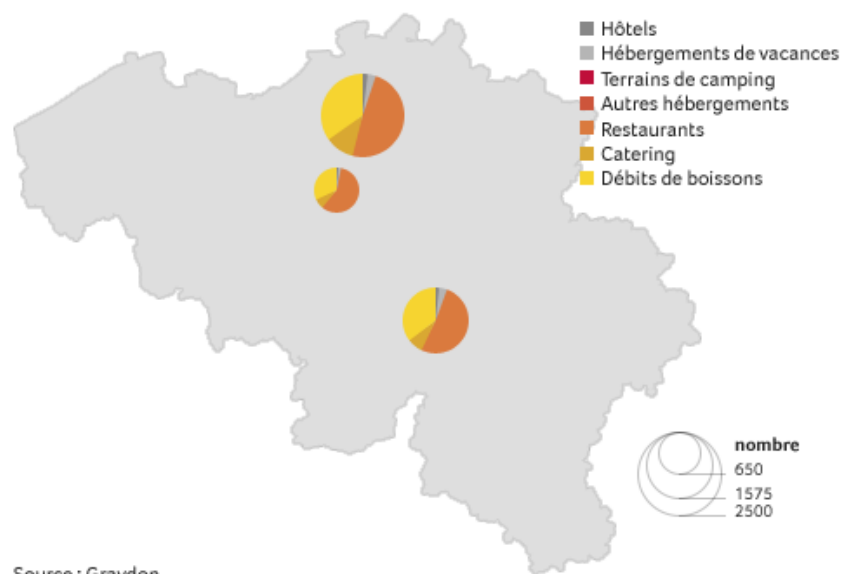
Source : Unizo 2012, Graydon 2012

### Investissements

La part de la branche hôtelière est nettement moins représentée parmi les nouvelles entreprises, probablement parce que les investissements y sont plus importants. Une tendance notable est la hausse du nombre d'entreprises de restauration collective. Logique : contrairement à un restaurant ou un hôtel, une entreprise de restauration collective ne doit pas nécessairement investir dans un bâtiment.

Source : Unizo 2012, Graydon 2012

### Nombre de nouvelles entreprises sur le marché de l'horeca



Source : Graydon

### **Tendance 3**

La nouvelle réalité du marché recèle aussi des opportunités

#### Perles de croissance en devenir

Si 2012 se termine sur un nombre record de faillites, il reste pourtant des perles de croissance potentielles. Ainsi, en 2012, nombre de jeunes entrepreneurs ont lancé de nouveaux concepts. Ils en testent la rentabilité en rendant leurs frais fixes flexibles (constructions pop-up) et en recourant aux médias sociaux.

*Source : Foodstep 2012, Graydon 2012*

#### Trafic, variation et séduction

Au lieu de relever le prix par produit et de réduire les effectifs, on constate que les segments à succès agissent au contraire sur le taux de fréquentation en créant un sentiment d'avantage, en assurant la rotation de l'offre (menu-engineering) et en améliorant sans cesse le service.

*Source : Foodstep 2012, Graydon 2012*

### **Tendance 4**

99% des entrepreneurs horeca investissent dans l'entreprenariat durable

#### Produits et services

Au moins 95% des entrepreneurs horeca travaillent une fois par semaine avec des produits locaux ou de saison. 81% utilisent les excédents dans les suggestions du jour. En termes de mesures d'économie d'énergie, 88% remplacent les ampoules à incandescence par des lampes économiques ou led. De plus, 72% économisent l'eau grâce à des dispositifs tels que la chasse d'eau à double commande.

*Source : Guidea*

#### Politique en matière de personnel

L'entreprenariat socialement responsable peut également s'appliquer au niveau de la politique en matière de personnel. Ainsi, 64% des entrepreneurs horeca encouragent leurs collaborateurs à suivre une formation complémentaire. 63% prévoient des extra pour le personnel. Ce qui se traduit par une bonne ambiance de travail.

*Source : Guidea 2012*

## **Tendance 5**

Le comportement des consommateurs est induit par le facteur de l'expérience proposée

### Consommation réfléchie

La fréquentation dans l'horeca diminue, mais le montant moyen des dépenses par personne augmente, ce qui fait que le chiffre d'affaires total reste stable. Le consommateur critique fait de moins en moins de « visites impulsives ». Les principaux éléments qu'il prend en considération sont les suivants : le rapport qualité/prix, le cadre (intérieur, présence de magazines) et la présence d'une terrasse.

*Source : Guidea 2012, F&B Trendrapport 2010*

### L'horeca comme cadre trans-expérientiel

À l'heure actuelle, visiter un établissement horeca entre dans le cadre d'une tendance au trans-expérientiel. Le consommateur d'aujourd'hui est en effet hyperactif et multitâches (il téléphone, chatte, surfe, boit et mange), pressé par le temps ; il se satisfait depuis longtemps d'un petit plat rapide sur le pouce.

*Source : Guidea 2012, F&B Trendrapport 2010*