vinetur

Au Royaume-Uni, les pubs préviennent qu’une hausse de 3,9 % du salaire minimum réduira les horaires de travail

La hausse du salaire minimum à 13,20 £ de l’heure en avril 2027 accentue les pressions liées à l’énergie, aux impôts et aux fournisseurs

mardi 10 novembre 2026



Mardi 10 novembre, des exploitants de pubs et d'établissements hôteliers et de restauration britanniques ont déclaré que la hausse des coûts salariaux les obligeait à revoir leurs recrutements, leurs effectifs et leurs investissements, alors qu'une nouvelle augmentation du salaire minimum au Royaume-Uni doit entrer en vigueur en avril 2027.

Lors de la présentation du budget d'automne, le 28 octobre, le chancelier John Healey a confirmé que le National Living Wage augmenterait de 3,9 %, passant de 12,71 £ à 13,20 £ de l'heure. Le National Minimum Wage applicable aux 18-20 ans progressera lui aussi de 3,9 %, de 10,85 £ à 11,27 £ de l'heure. Ces mesures s'appliqueront à partir d'avril 2027.

Des exploitants ont expliqué au magazine professionnel The Morning Advertiser que cette hausse, qui s'ajoute à l'augmentation des factures d'énergie, des prix des fournisseurs, des coûts immobiliers et des impôts, accentuait la pression sur les marges d'un secteur où les équilibres économiques sont déjà serrés. Plusieurs ont indiqué que ce cumul de coûts pourrait entraîner une réduction des horaires de travail, un ralentissement des recrutements, une diminution des heures d'ouverture et une hausse des prix pour les clients.

Richard Gordon, directeur général de Greedy Gordons, a indiqué à la publication que son entreprise s'attendait à une hausse d'environ 60 000 £ par an de sa masse salariale et des coûts liés à l'emploi. Il a déclaré que l'entreprise souhaitait rémunérer équitablement son personnel, mais devait veiller à ce que ces augmentations restent financièrement viables.

Gordon a ajouté que les pubs devaient également faire face à la hausse des taxes professionnelles, des coûts des fournisseurs et des factures d'énergie, et que ces pressions auraient une incidence sur les prix des menus et des boissons au bar. L'enjeu dépasse les seules questions d'effectifs : toute hausse des prix dans les pubs pourrait se répercuter sur la demande de bière, de vin et de spiritueux, surtout si les consommateurs commencent à réduire leurs dépenses non essentielles.

Tim Skinner, qui exploite plusieurs établissements, a déclaré que la hausse des coûts liés à l'emploi compliquait la création de postes de premier échelon dans les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Selon lui, le gouvernement ne peut pas continuer à augmenter le coût de fonctionnement des entreprises tout en attendant des exploitants qu'ils recrutent davantage et investissent pour se développer.

Ses propos reflètent une préoccupation plus générale du secteur : les entreprises à forte intensité de main-d'œuvre, comme les pubs et les restaurants, disposent de moins de marge de manœuvre que d'autres secteurs pour absorber les hausses de salaire obligatoires sans modifier leur modèle d'exploitation. Pour de nombreux employeurs, la main-d'œuvre représente l'un des principaux postes de dépenses. Même de modestes hausses en pourcentage peuvent avoir un effet important lorsqu'elles s'appliquent à de grandes équipes et à de longues plages d'ouverture.

Clive Price, directeur général de Barons et président du British Institute of Innkeeping, a déclaré à The Morning Advertiser que de nombreux exploitants étaient déjà passés à ce qu'il a qualifié de posture défensive. Certains pubs ont réduit les horaires de travail et les effectifs, raccourci leurs heures d'ouverture, reporté les augmentations de salaire des employés les plus expérimentés et revu à la baisse leurs projets d'investissement, a-t-il indiqué.

Price estime qu'employer un salarié coûte désormais environ 10 000 £ de plus par an qu'il y a quatre ans. Selon lui, cette évolution rend les employeurs plus sélectifs dans leurs recrutements et les pousse à exiger une productivité accrue des équipes en place. Il estime que cela pose un problème particulier aux jeunes travailleurs, qui ont traditionnellement trouvé dans les pubs et d'autres établissements du secteur leurs premiers emplois et leurs premières expériences professionnelles.

Il a également remis en question la contradiction entre la hausse des coûts de l'emploi et un récent partenariat du gouvernement avec UKHospitality, dans le cadre duquel les entreprises du secteur se sont engagées à proposer 100 000 emplois sur trois ans à des jeunes qui ne sont ni scolarisés, ni en emploi, ni en formation. Price a déclaré que le secteur restait bien placé pour offrir un grand nombre d'emplois, mais que les

décisions politiques rendaient cette tâche plus difficile.

Les exploitants ont également évoqué le tassement des salaires. Jayson Perfect, directeur des opérations de Butcombe Group, a déclaré que la hausse d'avril 2027 accentuerait les pressions sur les employeurs, qui devront préserver les écarts de rémunération entre les salariés les moins expérimentés et les postes plus élevés, comme ceux de superviseur, de chef cuisinier ou de manager. Lorsque le salaire minimum légal augmente, les entreprises sont souvent poussées à relever également les rémunérations des échelons supérieurs, même si ces postes ne sont pas directement concernés par la hausse.

Perfect a indiqué que le relèvement du seuil d'éligibilité à l'allègement de la taxe foncière accordé aux petites entreprises, annoncé dans le budget, était bienvenu, mais qu'il ne compenserait pas entièrement la hausse générale des coûts supportée par les entreprises du secteur. Il a notamment cité les augmentations de salaires, les droits d'accise, l'inflation des prix des fournisseurs, les factures d'énergie et d'autres dépenses liées aux biens immobiliers.

Le débat intervient alors que les pubs continuent de devoir répondre à deux impératifs : conserver suffisamment de personnel pour fonctionner efficacement et protéger des marges déjà minces. De nombreux employeurs du secteur disent soutenir le principe d'une meilleure rémunération, mais estiment que des hausses répétées, sans mesures d'allègement dans d'autres domaines, leur laissent peu de solutions. Celles-ci peuvent consister à augmenter les prix des plats et des boissons, à ralentir les recrutements, à reporter les rénovations ou à réduire les heures d'ouverture.

Pour les fournisseurs de boissons et les marques, les conséquences pourraient dépasser la seule question des coûts de main-d'œuvre. Si les pubs répercutent une plus grande part de leurs dépenses sur les clients, la hausse des prix au bar pourrait peser sur les volumes de bière, de cidre, de vin et de spiritueux. Si les exploitants choisissent plutôt de limiter les hausses de prix, la pression pourrait se traduire par une baisse des achats, une gestion plus stricte des stocks ou une réduction des investissements dans les gammes haut de gamme.

La hausse des salaires d’avril 2027 n’interviendra que dans plusieurs mois, mais les exploitants s’y préparent déjà. Leurs déclarations laissent penser que de nombreuses entreprises prévoient non seulement une hausse du salaire horaire, mais aussi des effets en cascade sur les structures d’effectifs, les prix et les projets de développement, alors que le secteur de l’hôtellerie et de la restauration s’apprête à connaître une nouvelle année de fortes pressions sur les coûts.