vinetur

L’inflation a fait reculer de 0,3 % les ventes réelles des restaurants américains en octobre

Les ventes en valeur ont progressé de 0,2 %, à 92,9 milliards de dollars, portées par la hausse des prix des menus

mercredi 18 novembre 2026



Les ventes des restaurants et des bars américains ont de nouveau progressé en octobre, mais cette hausse s’explique entièrement par l’augmentation des prix des menus. Corrigées de l’inflation, les dépenses ont donc reculé.

Les établissements de restauration et débits de boissons ont enregistré 92,9 milliards de dollars de ventes désaisonnalisées en octobre, selon les données préliminaires du Bureau du recensement des États-Unis citées dans un rapport publié le 17 novembre par la National Restaurant Association. Le montant a augmenté de 0,2 % par rapport aux 92,7 milliards de dollars de septembre, un chiffre révisé à la baisse.

Cette hausse en octobre a marqué le neuvième mois consécutif de progression pour le secteur, a indiqué l'association. Il s'agit de la plus longue série de hausses mensuelles des ventes depuis le début de la reprise après la pandémie. Sur un an, les ventes ont progressé de 7,0 % par rapport à octobre 2025, soit, selon l'association, la plus forte hausse sur 12 mois depuis 2023.

Mais cette hausse en valeur ne s'est pas traduite par une progression réelle au cours du mois. L'indice des prix à la consommation des repas pris à l'extérieur du domicile a augmenté de 0,5 % en octobre, soit davantage que les ventes des restaurants et des bars, en hausse de 0,2 %. Sur cette base, les ventes corrigées de l'inflation ont reculé de 0,3 % par rapport à septembre.

Malgré ce recul mensuel en termes réels, la tendance générale restait plus favorable qu'au début de la reprise. Après correction de l'inflation des prix des menus, les ventes des établissements de restauration et débits de boissons ont progressé de 3,2 % entre octobre 2025 et octobre 2026. Selon l'association, ce résultat égale celui de septembre et constitue la plus forte hausse réelle des ventes sur 12 mois depuis près de quatre ans.

Le rapport désigne le marché du travail comme un soutien essentiel à la demande dans la restauration. Plus de 400 000 emplois ont été créés dans l'ensemble de l'économie américaine au cours des trois mois précédents, ce qui a accru la capacité des ménages à consacrer leurs dépenses à des postes discrétionnaires comme les repas au restaurant, indique-t-il. Cette vigueur a contribué à soutenir la fréquentation et les ventes, malgré le niveau toujours élevé des prix.

Dans le même temps, l'association professionnelle estime que les perspectives de consommation restent contrastées. Elle indique que la vigueur des créations d'emplois pourrait soutenir de nouvelles dépenses dans les mois à venir et que la baisse des prix

de l’essence pourrait apporter un certain répit si elle se poursuit. Elle avertit toutefois que les salaires n’ont récemment pas suivi le rythme des prix, poussant de nombreux consommateurs à puiser dans leur épargne pour maintenir leurs dépenses. Le récent repli des marchés boursiers constitue un autre risque, en particulier pour les ménages à revenus élevés, qui ont continué de contribuer largement à la croissance des dépenses.

En octobre, les ventes des restaurants et des bars ont évolué au même rythme que l’activité globale du commerce de détail. Selon les mêmes données du Bureau du recensement, l’ensemble des ventes au détail aux États-Unis a également progressé de 0,2 % au cours du mois. Derrière cette stabilité apparente, les évolutions des dépenses ont fortement varié d’une catégorie à l’autre.

Les stations-service ont enregistré l’une des plus fortes hausses, avec des ventes en progression de 1,5 %, les prix à la pompe étant restés élevés en octobre. Les magasins de produits de santé et de soins personnels ont également gagné 1,5 %, tandis que les détaillants hors magasin ont progressé de 1,2 %. À l’inverse, les ventes des magasins d’ameublement ont reculé de 2,3 %. Elles ont aussi baissé de 1,6 % chez les concessionnaires automobiles et vendeurs de pièces détachées, de 0,7 % dans les magasins d’articles de sport et de loisirs, et de 0,7 % dans les magasins de vêtements.

Ces données intéressent aussi les entreprises de restauration, car les établissements de restauration et débits de boissons constituent la principale composante de l’ensemble du secteur de la restauration et des services alimentaires, dont ils représentent environ 72 % des ventes totales, selon l’association. Pour les producteurs et distributeurs de boissons, l’évolution des dépenses réelles dans les bars et les restaurants peut donner une indication utile de la demande potentielle dans le circuit de la consommation sur place, notamment pour la bière, le vin et les spiritueux, même lorsque les ventes en valeur continuent d’augmenter.

Les chiffres d’octobre montrent que les consommateurs continuent de dépenser dans les restaurants et les bars, mais qu’une partie de la vigueur apparente des ventes tient à la hausse des prix plutôt qu’à l’augmentation des volumes. Cette distinction devrait rester importante pour les professionnels et leurs fournisseurs, qui cherchent à déterminer si la dynamique récente des ventes peut se maintenir jusqu’à la fin de l’année.