La lettre économique Décision Business regroupe chaque semaine l'essentiel de l'information professionnelle des secteurs boissons et CHR.

aucoeurduchr.fr

N° 1244

décision BUSINESS

par aucoeurduchr.fr

PROFESSION

Le Collectif Café alerte sur la crise de la filière

Regroupant 180 acteurs issus de la torréfaction traditionnelle, le Collectif Café s'insurge de l'état actuel du marché du café. Et ce, à rebours de l'image positive que véhicule le produit. En cause, une situation géopolitique instable, la spéculation sur la matière première avec l'explosion des prix ou encore le dérèglement climatique. Face à cela, le Collectif Café encourage à la consommation de café de spécialité.

Lire en p. 2

collectifcafe.fr

ENTREPRISES

Lanson-BCC : bénéfice net en repli de 50 %

Le groupe de champagne Lanson-BCC a vu ses volumes de ventes et son bénéfice reculer durant le premier semestre 2025, dans un contexte général de repli du marché. Il met aussi en avant un *« manque de visibilité »* pour le reste de l'année. Celui qui réunit huit maisons (Lanson, Chanoine Frères, Boizel…) affiche un bénéfice net de 1,9 M€, en baisse de près de 50 % sur un an.

Lire en p. 4

lanson-bcc.com

PRODUITS ET SERVICES

Rougié lance by Rougié, programme de fidélité digital

Rougié a dévoilé à la rentrée un dispositif inédit sur son marché : le programme de fidélité 100 % digital « by Rougié ». Ce nouvel outil s'adresse aux professionnels de la restauration hors domicile en France métropolitaine, en Corse et à Monaco. Facilement accessible depuis une plateforme en ligne, le programme permet aux chefs de cumuler des points en scannant leurs factures d'achat, quel que soit leur distributeur-fournisseur.

Lire en p. 6

rougie.com

au cœur du CHR

décision BUSINESS
Lundi 29 septembre 2025 • 13 €
La lettre économique du média aucoeurduchr.fr

Rédaction : p.dewaele@aucoeurdesvilles.fr
a.peyramaure@aucoeurdesvilles.fr
+ 33 (0) 1 42 36 70 61

VIN / CONJONCTURE

Lanson-BCC
Chute du bénéfice net de 50 % au premier semestre

Le groupe de champagne Lanson-BCC a vu ses volumes de ventes et son bénéfice net reculer durant le premier semestre 2025, dans un contexte général de repli du marché. Il met également en avant un *« manque de visibilité »* pour le reste de l'année. L'entreprise, qui rassemble huit maisons (Lanson, Chanoine Frères, Boizel…), affiche un bénéfice net de 1,9 M€, en baisse de près de 50 % sur un an. *« Malgré la bonne tenue du mix prix/produits, la performance est impactée par trois facteurs principaux : la baisse des volumes expédiés* [-1,5 % contre -1,2 % pour l'ensemble du secteur, NDLR], *en ligne avec le marché, la hausse des prix de revient, notamment du raisin, et la progression du coût de financement de l'élevage des stocks (+15,4 % à 8,4 M€) »*, précise Lanson-BCC dans un communiqué.
Dans un environnement marqué par une légère baisse de la consommation et perturbé par les tensions commerciales sur le marché américain, le groupe dit rester *« pleinement engagé dans sa stratégie de création de valeur »* et rappelle que, historiquement, le chiffre d'affaires du premier semestre *« ne représente qu'environ un tiers des ventes annuelles »*.

lanson-bcc.com

ALIMENTATION / STRATÉGIE

Reitzel Food Service
Le pari du développement via les pickles

Ne pas se limiter au simple cornichon. Telle est la volonté de Reitzel Food Service qui souhaite investir le marché émergent des pickles. *« Nous nous sommes donné pour mission d'être à l'écoute des tendances et de proposer des produits adaptés aux attentes des chefs »*, explique Perrine Beurey-Prévost, directrice marketing du groupe qui a réalisé 52,8 M€ de chiffre d'affaires. Les pickles, en effet, répondent aux aspirations de produits sains des consommateurs, tout en apportant couleurs et saveurs aux assiettes. Aujourd'hui, si 80 % du chiffre d'affaires du groupe repose encore sur le cornichon, Reitzel entend élargir son offre et développer cette gamme. Le groupe s'appuie pour ce faire sur deux outils de production, situés dans le Loir-et-Cher et le Maine-et-Loire.
De plus, la formulation des pickles a démarré il y a huit ans avec la création du Pickle Lab, laboratoire interne d'expérimentations. Léa Blanchetière-Véquaud, responsable développement, rappelle en effet que la méthode de conservation repose sur le vinaigre, permettant une utilisation du produit tout au long de l'année, *« jusqu'à la récolte suivante »*.
Par ailleurs, pour renforcer le lien avec la gastronomie, Reitzel Food Service a lancé le Club des Chefs Reitzel Food Service, initié avec Julien Duboué (restaurants B.O.U.L.O.M à Paris et Bayonne). *« Je suis très friand d'acidité dans ma cuisine. Cette collaboration était évidente pour moi : il y a vingt ans nous faisions beaucoup de pickles nous-mêmes. Aujourd'hui, c'est fabuleux d'avoir à disposition une telle palette »*, souligne le chef. En plus d'imaginer des *pairings* culinaires pour la marque, rassemblés dans un carnet d'inspiration destiné aux restaurateurs, Julien Duboué n'exclut pas de cocréer sa propre recette de pickles avec Reitzel Food Service. Le club, quant à lui, a vocation à grandir : Florence Abelin, de la boulangerie Milligramme (Paris, 19e), a déjà rejoint l'initiative.

reitzelfoodservice.fr

En bref

INTERNATIONAL
Le groupe japonais **Suntory** a enregistré un recul de 2,4 % de ses ventes d'alcool au premier semestre 2025, à 491,6 milliards de yens (soit environ 2,82 Md€) hors taxe, pénalisé par les marchés américain et européen. Au Japon, les ventes progressent pour la bière (+ 24 % pour Suntory Draft Beer, + 19 % pour Perfect Suntory Beer), le vin (+ 3 %) et les spiritueux. Les boissons prêtes-à-boire tirent également la croissance, avec un bond à deux chiffres pour la gamme sans sucres -196. Le groupe mise sur ce segment à l'international, avec un élargissement de la distribution aux États-Unis, de nouveaux parfums, ainsi qu'un lancement en Australie depuis son site de Swanbank.

HÔTELLERIE
Avec l'ouverture de l'**hôtel Massé**, au n° 30 de la rue éponyme dans le 9e arrondissement, la capitale compte un nouveau 4 étoiles. À deux pas de Pigalle et de la rue des Martyrs, cet établissement est dirigé par Eole Peyron et son frère Corto. Sur six étages, il comprend 40 chambres. Pour chacune, la superficie varie entre 12 et 24 m². Le tout dans une ambiance des années 1970 pour le mobilier. Jouxtant l'hôtel et possédant une entrée indépendante, se trouve le bar-restaurant du Massé dénommé Le Trente. Il ouvrira ses portes en janvier 2026. Par ailleurs, Eole Peyron a chapeauté la direction artistique. L'architecture d'intérieur du bâtiment haussmannien, rénové par le studio Olivier Guyot, a été confiée à Gasparetto Parenti. Quant à Corto Peyron, il a été introduit au monde de l'hôtellerie par Adrien Gloaguen, fondateur du groupe hôtelier Touriste.

CAFÉ
Marlette, spécialisée dans les préparations bio et artisanales, poursuit son développement dans le Retail. La marque inaugure son second coffee-shop à Paris, au 45, rue des Abbesses dans le 18e arrondissement. Le développement de la marque dans le Retail s'inscrit dans la stratégie de relance de la marque engagée depuis 2024 par ses nouveaux dirigeants : Thomas Parrain et Vincent Miguel, en partenariat avec le distributeur alimentaire Taste Distribution.