

RÉSULTATS DU PANEL CONSOMMATEURS CREST EN CHF

1er semestre 2021

1er trimestre + 2ème trimestre 2021

©2021 GECO FOOD SERVICE - TOUTE REPRODUCTION INTERDITE





SOMMAIRE

PAGE 3

CONTEXTE ECONOMIQUE GENERAL

(Sources : BPI France Flash Eco n°01 – juin 2021 / INSEE Note de conjoncture 1er juillet 2021 / Xerfi Previsis Juillet-Août 2021) / INSEE Informations Rapides : 22 juill n°190 – 22 juill n°189 -28 juill n°194 - 30 juill n°197 – 30 juill n°199 – 6 août n°206 / GNI Lettre Trimestrielle d'information Juillet 2021 Note 43 : Observatoire des Hoteliers, Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs par XERFI Spécific – NPD Group – Food Service Vision – Kantar World Panel / ATOUT France Note de conjoncture de l'Economie Touristique Juillet 2021)

PAGE 12

BILAN CREST DONNEES SEMESTRIELLES :

Synthèse des Résultats du 1er semestre 2021

Source: NPD Group

PAGE 31

BILAN CREST DONNEES TRIMESTRIELLES :

Synthèse des Résultats du 1er et du 2^{ème} trimestres 2021

Source: NPD Group



I - CONTEXTE ECONOMIQUE GÉNÉRAL

I-1) LE REBOND DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE SOUS LA MENACE DU VARIANT DELTA

L'épidémie de COVID-19 avait entraîné un choc d'une ampleur inédite sur l'**économie mondiale** en 2020, avec un recul du PIB de -3,3% après -2,8% en 2019. L'**économie française** n'avait pas fait exception avec un recul de -7,9% en moyenne annuelle en 2020.

PREMIER SEMESTRE 2021 : UNE REPRISE DE L'ACTIVITÉ EN 2 TEMPS

- Au 1er trimestre 2021, l'activité économique française est **restée bridée** par la situation sanitaire et les restrictions mises en place : elle a été presque stable par rapport au trimestre précédent.
- Le 2ème trimestre a été nettement **plus contrasté** avec un confinement en avril, puis la réouverture graduelle d'un certain nombre de secteurs en mai et juin.

Dans ce contexte, **le PIB** est resté stable au 1er trimestre 2021 (-0,1%) avant de progresser de 0,7% au 2ème trimestre.

La levée progressive des mesures de restrictions à partir de la mi-mai a mécaniquement entraîné un **rebond de l'activité** qui s'est appuyé sur plusieurs piliers :

- Le rebond de la consommation des ménages dont une partie a accumulé une forte sur-épargne sur les trimestres précédents.
- Un soutien budgétaire avec le maintien des dispositifs de soutien public au moins sur 2021 et l'impact du Plan de Relance (à hauteur de 1 point de PIB en 2021 et 2022, plus de 3 points de PIB en cumulé à l'horizon 2024).
- Un environnement mondial porteur, tiré principalement par la croissance américaine et la Chine.

En juin : **La confiance des ménages** a retrouvé son niveau d'avant-crise. L'indicateur INSEE a gagné 4 points et dépassé pour la première fois depuis le début de la crise, sa moyenne de longue période. En juillet : la confiance des ménages a, certes, baissé un peu, mais reste au-dessus de sa moyenne longue durée.

L'**indice du climat des affaires** de l'INSEE s'était amélioré fortement en mai (à 108, il était repassé au-dessus de sa moyenne de long terme pour la 1ère fois depuis fév 2020) pour se situer à un niveau supérieur à celui d'avant crise sanitaire (105) : il atteint le niveau le plus haut depuis 2007. En juillet, il se tasse légèrement en perdant 1 point. Désormais à 113, il reste cependant à un très haut niveau, nettement au-dessus de celui d'avant-crise (106).

PRÉVISIONS POUR LA FIN 2021 :

Une résurgence de l'épidémie n'est pas exclue mais les agents économiques semblent considérer qu'elle n'entraînerait pas forcément de mesures de restrictions aussi sévères que lors des vagues précédentes. Si tel est le cas, l'INSEE considère que l'économie française pourrait retrouver à peu près son niveau d'avant crise, dès la fin de l'année 2021 !

Le taux de chômage ne connaîtrait pas de nouveau pic. Selon l'INSEE, l'emploi salarié augmenterait de plus de 300 000 en 2021, retrouvant fin 2021 son niveau d'avant-crise. Avec les levées des restrictions sanitaires et le retour sur le marché du travail des personnes qui s'en étaient éloignées, le nombre d'actifs rebondirait nettement au 2nd semestre 2021. On parviendrait à une quasi stabilité du taux de chômage (8,2% à fin 2021, un niveau proche de celui d'avant-crise).

A raison de la hausse des cours du pétrole notamment, l'inflation serait relativement dynamique en 2021 (+1,5% en glissement annuel en juin, puis 1,2% en juillet, et 2% attendus pendant l'été, avant de s'atténuer légèrement) mais le pouvoir d'achat des ménages devrait accélérer tout de même. L'INSEE prévoit un Revenu Brut Disponible qui progresserait de +3,2% en 2021 (vs +1,0% en 2020) et une accélération du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages (+1,8% contre +0,4% en 2020).

Côté consommation des ménages, l'INSEE table sur une moyenne annuelle qui rebondirait de 5,2% en 2021 contre un recul historique de 7,2% en 2020. Les dépenses des ménages devraient rejoindre leur niveau d'avant-crise au 3ème trimestre 2021. Les dépenses d'hébergement-restauration progresseraient nettement, atteignant leur plus haut niveau depuis le début de la crise sanitaire, même si ce niveau resterait dégradé par rapport à celui d'avant-crise : une fréquentation touristique plus vive que l'an dernier permettrait aux dépenses d'hébergement-restauration de dépasser leur niveau de l'été 2020 sans toutefois revenir à celui d'avant-crise.

Parmi les risques à surveiller sur le chemin de la reprise (Attention notamment : à certains secteurs fragilisés, au rythme de retrait des soutiens publics, aux conditions d'accès au financement, au comportement des ménages qui ont accumulé de l'épargne), se trouve également la hausse des prix des matières premières et des coûts de transports.

La croissance est prévue par l'INSEE aux alentours de 6,0% en moyenne annuelle en 2021 (croissance trimestrielle prévue : +3,4% au 3ème trimestre, puis +0,7% au 4ème trimestre). Elle avoisinerait les 4% en 2022. Le PIB retrouverait courant 2022 son niveau d'avant-crise.

Pour autant, l'activité économique française de fin 2021 ne serait pas le calque de ce qu'elle était à la fin de l'année 2019 : elle en serait un reflet déformé par les recompositions sectorielles liées à la crise. Les branches les plus affectées par les mesures sanitaires (hébergement – restauration – transports, etc.) resteraient très en deçà de 2019.

I-2) - TOURISME –HÔTELLERIE

Côté tourisme, le bilan au mois de juillet est « plutôt positif » selon ADN Tourisme (fédération qui regroupe Offices de Tourisme, Tourisme & territoires, et Destination régions). Comme l'an passé, le constat est à nuancer selon les zones : le tourisme urbain est « le grand perdant » à raison de « l'absence remarquable de la clientèle internationale », notamment à Paris. (Interview Christian MOURISARD, Président d'ADN Tourisme sur FranceInfo le 1er août 2021).

« L'année dernière, en 2020, 94% des Français qui sont partis en vacances avaient fait le choix de la France. Cette année, ils sont déjà 80%. Et avec la survenue de la 4ème vague de la pandémie aux 4 coins du monde, beaucoup choisissent finalement de redécouvrir nos territoires. Ils seront sans doute autour de 85% » a indiqué le Secrétaire d'Etat au Tourisme Jean-Baptiste LEMOYNE le 1er août au Journal du Dimanche.

Mais **ATOOUT France** rappelle (Cf. *Note de conjoncture de l'économie touristique de Juillet 2021*) que **les résultats de la saison estivale s'avèrent incertains** : le contexte est marqué par un fort désir de vacances de la clientèle de loisirs, et par les progrès de la vaccination, mais il est assombri par l'arrivée de la 4ème vague de la pandémie liée au variant Delta. Les nouvelles mesures de Passe Sanitaire, voire des restrictions dans certaines zones (port du masque en extérieur, couvre-feux), participent de l'incertitude.

L'hôtellerie a continué à souffrir de l'absence de la clientèle internationale et de la clientèle d'affaires. Paris connaît les reculs les plus importants. **En Régions, le taux d'ouverture en juin** est revenu à son niveau normal, alors qu'il se situe encore à 80% du niveau habituel à Paris.

Sur l'année 2021, le **tourisme international et les voyages d'affaires** seront très loin de revenir à la normale, ce qui ne pourra être compensé par le surplus de vacanciers français, en particulier dans les grandes villes.

I-3) - RESTAURATION – HÉBERGEMENT

En 2020, le marché de la **restauration hors domicile** avait réalisé un chiffre d'affaires de 35,6 milliards d'euros, enregistrant une baisse de -38% **en valeur** et de -35% **en fréquentation** v/s 2019. Les professionnels de la restauration ont attendu avec impatience la levée des mesures de restrictions sanitaires, lesquelles n'ont finalement eu de cesse d'être repoussées.

RAPPEL DU CALENDRIER DES MESURES DE RESTRICTIONS SANITAIRES AYANT AFFECTÉ L'ACTIVITÉ DE RESTAURATION NOTAMMENT :

Forcés à la fermeture le **29 octobre 2020** - et dès lors réduits à l'activité de Vente A Emporter (VAE) – les cafés-bars, brasseries et restaurants ont été autorisés à accueillir à nouveau des clients selon un protocole sanitaire strict :

- En terrasse, **à partir du 19 mai**, sous contrainte d'une limitation à 6 du nombre de personnes à la même table ;
- En salle, **à partir du 9 juin**, avec la même contrainte ;
- Puis sans jauge **à partir du 30 juin**.

Parallèlement, les **déplacements inter-régionaux** ont été à nouveau libres **à compter du 3 mai**, tandis que les **flux des voyageurs internationaux** étaient rouverts **le 9 juin**, selon des modalités différentes suivant les pays.

UN EXERCICE 2021, A PRIORI, TOUT JUSTE MIEUX QUE CELUI DE 2020, EN MOYENNE

Le prolongement des restrictions sanitaires lourdes jusqu'en juin a **sapé toute perspective de rattrapage en 2021**.

Encore contraints en avril, à une activité restreinte à la seule VAE (ou LAD), les restaurateurs se sont engagés dans une réouverture graduelle et compliquée à partir du 19 mai. En tendance annuelle la **chute du chiffre d'affaires** atteint **-41,8%**.

Certes, **dans la restauration**, dès la réouverture des terrasses, le **rebond de la consommation** a été immédiat mais sans atteindre des surcroûts de consommation similaires à ceux observés dans la consommation de biens. La **météo maussade** du printemps et du début d'été a ralenti la reprise attendue. Les transactions bancaires par Carte Bancaire CB dans **la Restauration** ont quitté, le 19 mai et les jours suivants, leurs niveaux très dégradés du mois d'avril (et des mois précédents) mais sont restés en deçà de leur niveau de 2019. Dès le 9 juin avec l'ouverture des salles, les transactions CB ont dépassé leur niveau de 2019, avec une évolution dynamique depuis.

In fine, sur le premier semestre 2021, la consommation des ménages en services d'hébergement-restauration aura rebondi de +42,8% au 2nd trimestre, contre un recul de -22,1% 1er trimestre. Mais ce rebond restera insuffisant pour rattraper les 5 mois d'activité déjà perdus au 1er semestre.

Selon XERFI, de nombreuses défaillances sont attendues dans le secteur hébergement-restauration avec la fin des dispositifs de soutien, ce qui limitera la capacité immédiate de rebond du secteur. XERFI anticipe une hausse de seulement 3,5% du chiffre d'affaires de l'hébergement-restauration en 2021.

Comparée à une période « normale » sur le premier semestre 2019, la perte de chiffres d'affaires de l'ensemble du secteur hébergement-restauration est abyssale et dépasse les -65% au cours du premier semestre 2021. (Xerfi Spécific).

Pour la seule Restauration, la perte de chiffre d'affaires est de -91,5% sur le premier trimestre 2021 v/s T1 2019 et de -65,5% sur le second trimestre.

In fine, les professionnels de l'hébergement-restauration devront attendre l'année 2022 pour espérer retrouver un niveau d'activité comparable à celui d'avant-crise.

Interrogés par XERFI Spécific pour leur organisation professionnelle le GNI, 70% des restaurateurs sondés, continuent d'anticiper une baisse de leur activité au prochain trimestre.

Par ailleurs, la flambée des prix des matières premières et des emballages (carton, caoutchouc, verre, aluminium, plastique,...), couplée à la pénurie de main d'œuvre, inquiètent les professionnels du secteur de la restauration.

- L'inflation commence à se voir dans l'indice de prix de FOOD SERVICE VISION calculé à partir des tarifs généraux des distributeurs RHD (+2,9% au 2ème trimestre 2021 par rapport au 2ème trimestre 2020).
- La forte pénurie de main d'œuvre pourrait se traduire par une augmentation des coûts salariaux.

I-4) - PROJECTIONS À HORIZON 2022 :

Dans les projections établies par l'INSEE, une classification (des secteurs est établie selon leur résilience (de 1 à 4, 1 étant la catégorie la moins résiliente) pour établir des scenarii sectoriels à horizon 2022.

La Restauration fait partie du **secteur 2** :

- l'écart en décembre 2022 par rapport au T4 2019 est estimé à 0
- l'écart en décembre 2022 par rapport à la VA tendancielle est de -5.

L'INSEE précise que les secteurs les plus affectés (dont secteur 2), sont ceux dont le modèle de production et de croissance pourrait être durablement impacté par la crise. Ils pourraient contribuer, au-delà de 2022, à une perte d'activité permanente significative.

- **Ces pertes pourraient être supérieures en cas de durcissement** des contraintes sanitaires ou de persistance de la pandémie à divers degrés au niveau mondial, ce qui pèserait sur les activités liées aux voyages d'affaires et au tourisme intercontinental.
- **A l'inverse**, une levée totale et à plus brève échéance des restrictions sanitaires pourrait conduire à un rattrapage plus rapide dans les secteurs très affectés telle la restauration, l'hébergement et la culture.

De son côté **XERFI** envisage un **redressement de 45% du chiffre d'affaires** du secteur Hébergement-restauration **en 2022** qui permettra de se rapprocher du niveau d'activité d'avant-crise.

I-5) LES TENDANCES DU 1ER SEMESTRE 2021 EN 20 CHIFFRES-CLÉS:

(Source : Congrès du Snacking 2021, chiffres KANTAR WORL PANEL – Food Service Vision – NPD Group)

- **6,1% de visites en point de vente** : des comportements d'achats changés, avec moins de visites, mais une hausse du panier moyen, plus de papillonnage entre les enseignes et plus de proximité ;
- **7% des ménages français** ont déjà **acheté sur une plateforme de réseau social** : le social selling et le marketing digital sont les nouvelles armes des e-commerçants ;
- **39,4% des foyers** se sont **déjà fait livrer à domicile au moins 1 fois dans l'année** des repas ou paniers ou mealkits : une hausse de plus de 10 points en 1 an ;
- **23% des foyers commandent leurs produits alimentaires via un agrégateur** comme Uber Eats, Deliveroo en 2021 (contre 15% en 2019) même si ces agrégateurs ne concernent qu'une minorité des consommateurs sur une base régulière ;
[A LIRE : Congrès du Snacking 2021 : vers une renaissance post-covid de la restauration grâce au digital ? \(./actualites/management-franchise/5649-Congres-du-Snacking-2021--vers-une-renaissance-post-covid-de-la-restauration-grace-au-digital-\)](#)
- **1er critère de choix** des français : **le prix et les promotions en 2021** ;
[A LIRE : Le pricing en livraison, un levier sensible pour fidéliser le consommateur dès la réouverture de restaurants \(./actualites/tendances/5575-Lepricing-en-livraison-un-levier-sensible-pour-fideliser-le-consommateur-des-la-reouverture-de-restaurants/\)](#)
- **78,9%** des foyers **essaient d'acheter des produits locaux aussi souvent** que possible. L'origine du produit est le 4ème critère de choix en 2021 ;
- **+32,5% de croissance** pour les **produits équitables**, la plus forte progression sur le segment des produits healthy. Après le prix et les promotions, le healthy est le 2ème critère de choix des consommateurs français post-confinement ;
- **54%** des foyers **déclarent privilégier des marques ENGAGEES** (environnement – social – éthique – RSE) ;
[A LIRE : Digital marketing : prouver son engagement en restauration, 5 tips pour devenir une Love brand ! \(./actualites/management-franchise/5011-Digital-marketing--prouver-son-engagement-en-restauration-5-tips-pour-devenir-une-Love-brand-\)](#)
- **40% des français se déclarent flexitariens en 2021**, et 14,3% seulement sont séduits par les similis viandes proposées sur lesquels ils ont des doutes sur la transformation, avec un frein important lié au prix.
- **-16% de visites en France en Restauration Rapide** en 2021 ;
- 60% des consommateurs utilisent des **commandes digitales aussi souvent ou plus souvent qu'avant** le début de la pandémie, même après la réouverture des restaurants afin de préserver leur santé.
- 43% des Français estiment **qu'un prix attractif est un de leurs critères principaux de choix** au restaurant depuis la pandémie.
- **+50%** de croissance du DRIVE-Thru en France qui était en retard en France ; **+28%** en Europe, 7% des visites en RHD, soit 12% de part de marché en Restauration Rapide en Europe en 2021 ;
- **42% des commandes digitales en restauration commerciale sont faites par des familles** : les offres à partager devraient continuer d'être d'actualité dans les mois à venir.
[A LIRE : 5 tendances successfood dénichées sur Pinterest en 2021 pour booster son concept! \(./actualites/management-franchise/5500-5-tendancesuccessfood-denichees-sur-Pinterest-en-2021-pour-booster-son-concept-\)](#)
- 32%, **les parts de marché acquises en 2020 (en valeur) par la restauration rapide** sur le segment de la restauration commerciale traditionnelle **vont se pérenniser**.
- **-5% de CA** depuis la réouverture **pour les chaînes de restauration rapide** en 2021, qui reprennent mieux que les indépendants -16%.
[A LIRE : Bilan de la réouverture des restaurants, la reprise est en marche! \(./actualites/tendances/5645-Bilan-de-la-reouverture-des-restaurants-lareprise-est-en-marche-\)](#)
- 24% **l'offre burger domine chez les chaînes de restauration** et (36%) alors que l'offre pizza (17%) reste dominante chez les indépendants.
- **85% des chaînes de la restauration commerciale** proposent désormais **la livraison**, contre 17% avant la crise .
- **+6,5% de hausse sur les prix des matières premières** chez les distributeurs et particulièrement sur la volaille au 2ème trimestre 2021.

TELETRAVAIL : Dans sa **Revue Stratégique** « Food Service et Covid-19 » de juin 2021, **FOOD SERVICE VISION** constate un retour des actifs au bureau dès le mois de mai. Les français passent 70% de leur temps de travail dans leurs bureaux, contre 64% en janvier-février. C'est le signe d'une reprise progressive de la mobilité des actifs même si elle n'a pas encore rejoint le niveau d'avant-crise.



II- DONNÉES SEMESTRIELLES

RESTAURATION RAPIDE (RR)

Burgers : Fast food tels que McDonald's, Quick, KFC...

Sandwicheries : Chaînes et indépendantes.

Boulangeries : Artisanales indépendantes (hors achat du pain seul).

GMS : Rayons libre-service GMS vendant des sandwichs, salades... en portion individuelle. Afin de suivre plus précisément l'évolution de l'activité hors foyer de la GMS, il a été demandé à NPD Group d'isoler le segment GMS précédemment regroupé avec l'activité Traiteurs. L'activité Traiteurs est dans le segment « Autre restauration rapide ». Les données isolées GMS sont disponibles à compter de l'année 2015.

Pizzas VAE/livrées : Chaînes telles que Pizza Hut, Domino's Pizza... et pizzerias indépendantes.

Autre restauration rapide : Vente à emporter en dehors des segments ci-dessus, et traiteurs (italiens, chinois, etc.). A compter de 2015, les données Traiteurs, précédemment agrégées à la GMS, le sont désormais au segment « Autre restauration rapide ».

RESTAURATION SERVIE À TABLE (RAT OU SAT) :

Cafétérias : Chaînes telles que Flunch, Cafétéria Casino... et indépendantes, hors cafétérias d'autoroutes (regroupées dans le segment Transports).

Cafés Bars Brasseries : Etablissements pouvant servir de l'alcool seul (comptoir bar).

Restauration à thème : Chaînes (toutes) et indépendants avec un thème spécifique tel que grill, italien, traditionnel, poisson, asiatique...

Restauration non thématique : Restaurants indépendants sans spécialité particulière.

RESTAURATION COLLECTIVE :

Travail : Restauration d'entreprise (bureaux ou usines) autogérée ou concédée.

NB : Exclu la distribution automatique.

Autres collectivités : Toutes les restaurations collectives hors travail, pour le personnel et les visiteurs, incluant le secteur santé/social (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite), l'enseignement supérieur (universités et écoles supérieures), les autres établissements (tels que l'armée, les foyers...).

NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires.

DISTRIBUTION AUTOMATIQUE (DA)

L'indicateur des données « Distribution Automatique » (DA) a été mis en place en 2016

CONSOMMATION NOMADE

Dans les réponses apportées par les panélistes, rentrent dans la Consommation Nomade : toutes les réponses autres que « sur place dans l'établissement », apportées à la question : « Où avez-vous consommé ? ». Cela comprend toutes les occasions liquides et solides non consommées sur place.

LOISIRS & TRANSPORTS

Loisirs : Restauration dans les hôtels, cinémas, musées, parcs à thème, sites sportifs...

Transports : Restauration dans les stations-services, gares, aéroports...

NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les touristes étrangers (représentativité : population française).

EN COMPLEMENT, N'OUBLIEZ PAS LES TABLEAUX DE BORD NPD GROUP AUXQUELS VOUS ÊTES INVITÉS À VOUS REPORTER.

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU PANEL CONSOMMATEURS

Tableau Récapitulatif Données conso RHD - PANEL CREST - S1 21																		
GECO FOOD SERVICE	Dépenses totales (Millions € TTC)				Part de marché DEPENSES en RHD sans DA				Occasions TOTALES (en millions)				Part de marché OCCASIONS en RHD (sans DA)				Dépense MOYENNE par occas., par pers. (en € TTC)	
	S121	Evol S121/S120	Evol S121/S119	S120	Evol S121/S120	Evol S121/S119	S121	Evol S121/S120	Evol S121/S119	S121	Evol S121/S120	Evol S121/S119	S121	Evol S121/S120	Evol S121/S119	S121	Evol S121/S120	Evol S121/S119
Total RHD + DA	13 904,2	-14,4%	-50,0%				2 916,3	-5,6%	-42,3%	100,0%			4,77 €	-9,3%	-13,3%			
TOTAL RHD	13 284,2	-15,1%	-50,4%	100,0%			2 337,9	-6,8%	-42,7%	100,0%			5,68 €	-9,0%	-13,4%			
Hors Repas	3 987,2	-3,0%	-36,8%	30,0%	3,8	6,4	1 111,4	0,2%	-32,9%	47,5%	3,3	7,0	3,59 €	-3,0%	-5,8%			
Repas	9 296,9	-19,5%	-54,5%	70,0%	-3,8	-6,4	1 226,5	-12,4%	-49,4%	52,5%	-3,3	-7,0	7,58 €	-8,1%	-10,1%			
REST. COMMERCIALE	10 064,8	-16,9%	-51,8%	75,8%	-1,6	-2,3	1 670,3	-5,5%	-40,3%	71,4%	1,0	2,9	6,03 €	-12,0%	-19,3%			
Dont NOMEADÉ	7 597,1	15,5%	-18,9%	57,2%	15,2	22,2	1 435,8	12,6%	-19,1%	61,4%	10,6	17,9	5,29 €	2,5%	0,2%			
Restauration RAPIDE	Dont NOMEADÉ						1 360,0	28,2%	9,5%	90,9%	4,7	6,9	8,05 €	3,6%	4,5%			
Burgers	2 960,4	29,7%	-14,2%	22,3%	7,7	9,4	367,7	25,3%	-17,9%	15,7%	4,0	4,8	8,05 €	3,6%	4,5%			
Pizza VAE/livrée	293,8	17,9%	-9,7%	2,2%	0,6	1,0	347,0	72,6%	66,8%	23,2%	6,9	9,1	8,08 €	3,1%	4,0%			
Sandwicheries	1 131,5	12,2%	-28,7%	8,5%	2,1	2,6	35,0	25,0%	-13,4%	1,6%	0,3	0,5	6,03 €	0,7%	0,5%			
Dont NOMEADÉ	1 069,4	27,2%	-5,3%	8,1%	2,7	3,8	178,0	30,9%	-3,8%	11,9%	0,9	-0,6	2,89 €	-0,3%	-2,0%			
Boulangeries	1 106,7	-3,1%	-18,8%	8,3%	1,0	3,2	370,1	27,9%	-3,3%	15,8%	4,3	6,5	3,77 €	1,3%	1,9%			
Dont NOMEADÉ	1 035,2	-1,7%	-31,8%	7,8%	1,1	2,1	355,0	32,0%	6,3%	23,7%	1,9	1,1	5,75 €	0,9%	2,3%			
Autres rest. rapide	Dont NOMEADÉ						293,8	-4,3%	-20,2%	12,6%	0,3	3,5	3,77 €	1,3%	1,9%			
Dont NOMEADÉ	1 035,2	-1,7%	-31,8%	7,8%	1,1	2,1	279,0	-0,7%	-12,0%	18,6%	-4,2	-2,8	5,75 €	0,9%	2,3%			
Rest. avec SERVICE A TABLE	Dont NOMEADÉ						166,0	13,7%	-0,6%	11,1%	-0,8	-0,2	5,75 €	0,9%	2,3%			
Caféterias	45,9	-86,5%	-93,8%	0,3%	-1,8	-2,4	167,1	-54,2%	-78,0%	7,1%	-7,4	-11,4	11,49 €	-1,5%	-2,2%			
Dont NOMEADÉ	575,6	-35,5%	-70,0%	4,3%	-1,4	-2,8	88,0	-20,7%	-37,1%	5,9%	-3,1	-3,6	7,23 €	7,0%	6,0%			
Cafés Bars Brasseries	Dont NOMEADÉ						6,4	-87,3%	-94,1%	0,3%	-1,7	-2,4	7,23 €	7,0%	6,0%			
Dont NOMEADÉ	905,0	-57,7%	-79,6%	6,8%	-6,9	-9,8	4,0	-81,0%	-89,2%	0,3%	-1,4	-2,2	7,51 €	2,6%	0,1%			
Rest. à thème	394,1	-55,1%	-78,4%	3,0%	-2,6	-3,8	76,6	-37,2%	-70,0%	3,3%	-1,6	-3,0	7,51 €	2,6%	0,1%			
Rest. non thématique	Dont NOMEADÉ						36,0	20,0%	-6,3%	2,4%	0,0	-0,2	16,87 €	7,2%	5,6%			
Dont NOMEADÉ	547,2	-57,5%	-79,0%	4,1%	-4,1	-5,6	53,6	-60,6%	-80,7%	2,3%	-3,1	-4,5	16,87 €	7,2%	5,6%			
LOISIRS & TRANSPORTS	164,0	-27,4%	-56,9%	1,2%	-0,2	-0,2	33,0	-28,3%	-37,7%	2,2%	-1,5	-1,4	12,93 €	-16,9%	-16,7%			
Dont NOMEADÉ	383,2	-63,9%	-82,8%	2,9%	-3,9	-5,4	30,5	-45,9%	-74,0%	1,3%	-0,9	-1,6	12,93 €	-16,9%	-16,7%			
Dont NOMEADÉ	3 219,3	-9,0%	-45,1%	24,2%	1,6	2,3	16,0	6,7%	33,3%	1,1%	-0,1	0,3	8,13 €	-19,3%	-17,7%			
Travail	2 464,9	-6,3%	-42,3%	18,6%	1,7	2,6	67,3	-47,3%	-74,5%	2,9%	-2,2	-3,6	8,13 €	-19,3%	-17,7%			
Hors Repas	871,5	-4,8%	-25,7%	6,6%	0,7	2,2	48,0	-18,6%	-50,0%	3,2%	-1,6	-3,3	6,85 €	1,5%	6,7%			
Repas	1 593,4	-7,1%	-48,5%	12,0%	1,0	0,4	24,0	-28,4%	-59,5%	1,0%	-0,3	-0,4	6,85 €	1,5%	6,7%			
Autres collectivités	754,4	-16,8%	-52,8%	5,7%	-0,1	-0,3	20,0	-9,1%	-28,6%	1,3%	-0,5	-0,6	8,83 €	-21,6%	-18,8%			
DA	620,0	3,8%	-39,5%				578,4	-0,3%	-40,6%				1,07 €	3,9%	1,9%			

RESTAURATION HORS DOMICILE AU PREMIER SEMESTRE 2021 : UN SECTEUR FORTEMENT AFFECTÉ PAR LA CRISE SANITAIRE, UNE REPRISE LENTE S'AMORCE

L'année 2019 est désormais devenue l'**année de référence** pour apprécier la reprise des marchés : les résultats du premier semestre 2021 seront donc comparés avec l'année 2020, mais surtout avec l'année 2019, signalée sur les documents en **surligné jaune**.

Par ailleurs, **pour une lecture comparative des chiffres entre les semestres 1** des dernières années (S1 21 vs S1 20, et S1 21 vs S1 19), **il convient d'avoir à l'esprit les calendriers** des mesures de restrictions ayant affecté les marchés de la restauration :

CALENDRIER DES MESURES DES RESTRICTIONS AYANT AFFECTÉ L'ACTIVITÉ DU S1 20 :

Après l'annonce faite le jeudi 12 mars 2020, de la fermeture des établissements scolaires le lundi suivant (16 mars), **samedi 14 mars 2020**, le premier Ministre Edouard Philippe annonce qu'« **à compter de ce soir minuit** », et jusqu'à nouvel ordre, « **tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays** » **seront fermés**.

La fermeture des bars, des restaurants, des cinémas et de tous les commerces « **non essentiels** » sonne le prélude à une mesure encore plus sévère : **le confinement total** commence trois jours plus tard, pour **près de deux mois**, puis avec des distinctions de mesures selon que la zone est classée rouge, orange ou verte selon le taux d'incidence du virus.

Sur le **premier semestre 2020**, l'**activité économique de la France va être affectée différemment selon le calendrier ET les zones**.

- **Confinement total** du **17 mars au 11 mai 2020** avec des restrictions sur les déplacements de la population, toute l'activité « non essentielle » s'est trouvée réduite au strict minimum.
 - **11 mai 2020** réouverture des commerces « non essentiels » assortie de contraintes sanitaires : jauge limitée, désinfection, etc.
 - En zones orange et rouges, il faut encore attendre le **3 juin 2020** pour voir levée **l'interdiction des déplacements à + de 100 kms**.
- **2 jours avant le confinement total, Fermeture de la Restauration Commerciale** (sauf pour la vente à emporter et la livraison) le **15 mars 2020** :
 - **2 juin 2020 réouverture partielle** :
 - Pour les Zones dites Vertes, réouverture de la Restauration commerciales en salle avec un protocole sanitaire très contraignant = 10 personnes au maximum/ table - distance d'1m entre chaque table - port du masque obligatoire en salle, cuisine, et lors des déplacements y compris des clients.
 - En zones orange (dont Paris) seules les terrasses des cafés, bars et restaurants peuvent accueillir des clients).
 - Il faut attendre le **14 juin 2020** pour la réouverture de la Restauration en salle sur la **totalité** de la France.

- Fermeture des **Restaurations** d'enseignement à partir du **16 mars 2020**.
 - À partir du **11 mai 2020** réouverture **progressive** des écoles – réouverture des classes de 6ème et 5ème dans les zones vertes.
 - À partir du **2 juin 2020** : accélération de la réouverture des écoles (15 élèves maximum par classe), collèges et lycées - grandes disparités selon les régions – tous les niveaux de classe ne reprennent pas en même temps au lycée, etc.
- Fermeture des **hébergements touristiques** du **15 mars au 2 juin 2020** (réouverture partielle) ;
 - Réouverture le **22 juin 2020** pour les hébergements touristiques en zones orange.
- Fermeture des **campings et hébergements collectifs, des colonies de vacances** du **15 mars au 22 juin 2020**.
- Réouverture des **frontières intra-européennes** le **15 juin 2020**.

CALENDRIER DES MESURES DE RESTRICTIONS AYANT PLUS PARTICULIÈREMENT AFFECTÉ L'ACTIVITÉ DU S1 21

A compter du **17 octobre 2020**, des mesures de couvre-feu (21h-6h du matin) ont été mises en place dans certaines villes* **venant limiter la consommation hors domicile de fin de journée et du dîner**. (*Paris et des 7 autres départements d'Ile de France ; Des métropoles de Lyon, Lille, Toulouse, Montpellier, Saint-Etienne, Aix-Marseille, Rouen et Grenoble).

Forcés à la fermeture **le 29 octobre 2020** - et dès lors réduits à l'activité de Vente A Emporter (VAE) – les **cafés-bars, brasseries et restaurants** ont été autorisés à accueillir à nouveau des clients selon un protocole sanitaire strict :

- En terrasse, à partir du **19 mai 2021**, sous contrainte d'une limitation à 6 du nombre de personnes à la même table ;
- En salle, à partir du **9 juin 2021**, avec la même contrainte ;
- Puis sans jauge à partir du **30 juin 2021**.

A noter, qu'à compter du **15 décembre 2020**, **un nouveau couvre-feu** avait été instauré de 20h à 6h du matin,

- **durci**, dans 15 départements* à compter du **2 janvier 2021** (18h à 6h du matin). (*Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Ardennes, Doubs, Jura, Marne, Haute-Marne, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle, Nièvre, Haute-Saône, Saône-et-Loire, Vosges et Territoire de Belfort).
- **Puis élargi** à 25 départements* à compter du **12 janvier 2021** (*Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Ardennes, Doubs, Jura, Marne, Haute-Marne, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Haute-Saône, Vosges, Moselle, Territoire de Belfort, Nièvre, Saône-et-Loire, Bas-Rhin, Bouches-du-Rhône, Haut-Rhin, Allier, Vaucluse, Cher, Côte d'Or, Alpes de Haute-Provence, Drôme et Var).
- À compter du **20 mars 2021**, l'heure de début du couvre-feu est repoussée à 19 h dans toute la France, y compris dans les départements confinés.
- L'heure de début du couvre-feu est repoussée à 21 h **le 19 mai 2021** puis à 23 h **le 9 juin 2021**.
- Il est finalement levé le **20 juin 2021**.

Parallèlement, les **déplacements inter-régionaux** ont été à nouveau libres à compter **du 3 mai**, tandis que les **flux des voyageurs internationaux** étaient ouverts **le 9 juin**, selon des modalités différentes suivant les pays

RÉCAPITULATIF DU CALENDRIER DES MESURES DE RESTRICTIONS DEPUIS LE 15 MARS 2020 : NOMBRE DE JOURS D'IMPACT

Confinement : 3 mois et 11 jours

- **Le 16 mars 2020**, face à l'épidémie de Covid-19, le président de la République annonce la mise en place du confinement dès le lendemain, à midi. Les déplacements deviennent interdits, hormis pour quelques activités soumises à attestation courses de première nécessité, consultations médicales, trajets professionnels quand le télétravail est impossible.
- Certaines de ces mesures très restrictives sont de nouveau imposées du **29 octobre au 15 décembre**, puis **fin février**, le **week-end**, dans certaines zones très touchées par le virus (Dunkerque, Pas-de-Calais, littoral des Alpes-Maritimes).

Couvre-feux :

- **3 mois et 1 jour** = Le couvre-feu, qui interdit les déplacements nocturnes, a été instauré par quelques rares maires au printemps. Mais c'est lors de la résurgence de l'épidémie de Covid-19, **à l'automne**, que la mesure a été imposée : à partir de 21 heures dans les grandes villes, puis dans un nombre toujours plus élevé de départements, juste avant le deuxième confinement. Après la levée de celui-là, **le 15 décembre 2020**, le couvre-feu a été maintenu à partir de 20 heures, puis avancé à 18 heures.
- **Paris : 3 mois et 14 jours**

Commerces « non essentiels » : 2 mois et 26 jours de fermeture

Lors du premier confinement, tous les commerces et établissements recevant du public ont fermé, à de rares exceptions (magasins alimentaires, pharmacies, puis magasins de bricolage). Leur réouverture, à partir **du 11 mai 2020**, s'est assortie de contraintes sanitaires : jauge limitée, désinfection, etc. Lors du deuxième confinement, les librairies, galeries d'art et autres commerces considérés comme « non essentiels » ont pu rouvrir à partir du **28 novembre 2020**, de même que les bibliothèques.

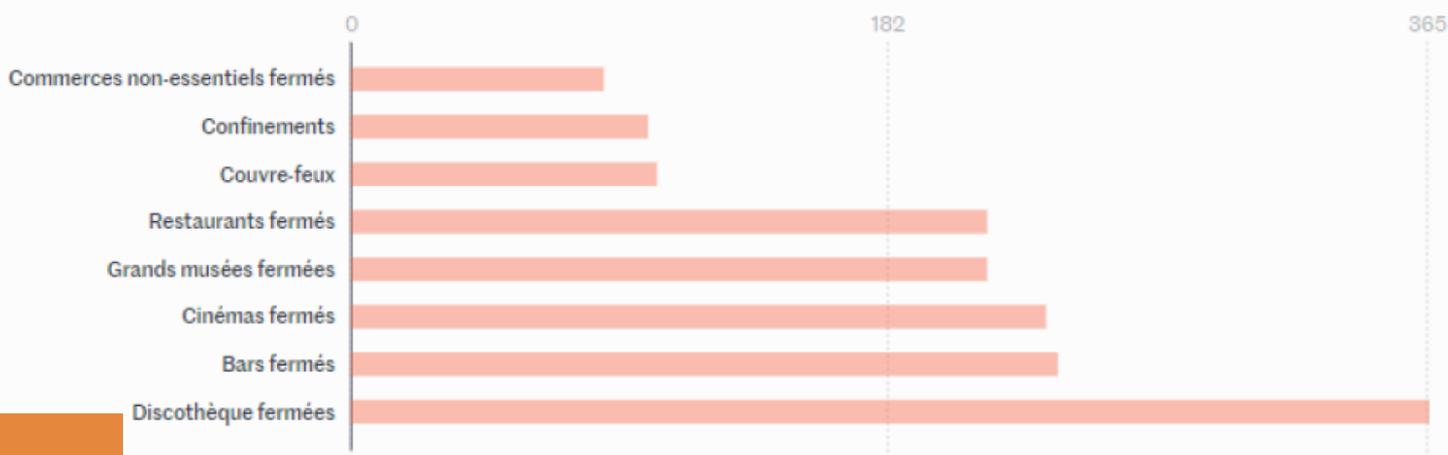
Restaurants : 7 mois et 6 jours de fermeture totale :

Après le premier confinement, les restaurants n'ont rouvert **qu'à partir du 2 juin 2020** – et seulement en terrasse dans les zones les plus touchées par le virus. Ils ont pu rester ouverts jusqu'au début du deuxième confinement, au prix d'un protocole sanitaire renforcé (nombre de convives limité, masque lors des déplacements...) et de la contrainte du couvre-feu. Depuis lors, les restaurants, considérés comme des lieux à risque élevé de contamination, sont restés fermés, hormis pour la vente à emporter. Aucune date de réouverture n'a été fixée par les autorités publiques.

Bars :

- **7 mois et 6 jours de fermeture totale** : Le respect des mesures sanitaires est soluble dans l'alcool. Considérés comme plus à risque que les restaurants, les bars n'ont pu rouvrir que de juin à septembre. **Dès le 28 septembre 2020**, les établissements de Paris et de sa petite couronne ainsi que ceux de plusieurs autres métropoles ont dû fermer leurs portes à 22 heures, avant d'être contraints à la fermeture totale le **6 octobre 2020**. L'ensemble des bars a fermé lors du deuxième confinement, sans date de réouverture.
- **Paris : 8 mois et 0 jour de fermeture totale**

Nombre de jours depuis le 15 mars 2020



DANS CE CONTEXTE, SUR LE PREMIER SEMESTRE 2021, LES PERTES DU MARCHÉ RHD SONT SANS PRÉCÉDENT

Le **marché global** de la RHD et de la Distribution Automatique :

- perd **-14% en valeur** au premier semestre 2021 vs S1 20 (et **-50% en valeur vs S1 19**) ;
- et rétrécit de **-6% en visites** par rapport au premier semestre 2020 (et de **-42% si on compare S1 21 vs S1 19**).

Dans sa dernière Revue Stratégique (juin 2021) FOOD SERVICE VISION estime les pertes à 17,6 milliards d'euros, uniquement sur **les 5 premiers mois de l'année**.

La **structure du marché** a fortement changé au cours des confinements successifs : la restauration assise a été fermée, la vente à emporter (VAE) et la livraison à domicile (LAD) ont connu mécaniquement de fortes croissances dans tous les circuits.

Avec la VAE et la LAD, le **ticket moyen** a perdu en valeur (-9% vs S1 20 et **-13% vs S1 19**).

Le marché a **perdu plus en dépenses qu'en visites** (en perdant notamment les visites « plus chères » de la restauration assise).

EN S1 21, LES CIRCUITS DE LA RESTAURATION RAPIDE ONT UN POIDS SANS PRÉCÉDENT DANS LA RESTAURATION TOTALE (HORS DA) ...

Résilience : Les circuits qui ont le mieux résisté à la crise (en visites et en dépenses) sont les circuits de la **Restauration rapide** (surtout en comparaison avec S1 19) : en dépenses = **+15,5% S1 21 vs S1 20** et **-18,9% vs S1 19** – en occasions = **+12,6% S1 21 vs S1 20** et **-19,1% vs S1 19**

- **En dépenses** : les Boulangeries (**+27,2% S1 21 vs S1 20**), les Pizza VAE/à emporter (**+17,9% S1 21 vs S1 20**), les Burgers (**+29,7% S1 21 vs S1 20**).

Poids (parts de marché) : Sur les 6 premiers mois de l'année, la **Restauration Rapide** pèse 61,4% du total de la Restauration en occasions (une augmentation de +10,6 % vs S1 20 et **+17,9% vs S1 19**) et 57,2% en dépenses (augmentation de +15,2% vs S1 20 et **+22,2% vs S1 19**).

... LES SANDWICHIERIES ONT MOINS TIRÉ PARTI DE LA CRISE,

Les **Sandwicheries**, quant à elles, ont particulièrement souffert de la fermeture des centres commerciaux sur certaines périodes du confinement, accusant un impact sur leur fréquentation. Le **télétravail** a eu aussi un impact sur les ventes des Boulangeries/Sandwicheries au déjeuner. Elles enregistrent une **croissance plus réduite** que les sous-segments de la restauration rapide cités ci-dessus avec : **+12,2% vs S1 20** et **-28,7% vs V1 19** en dépenses et **+11,5% vs S1 20** et **-29% vs V1 19**.

... TANDIS QUE LA GMS ET LES AUTRES RESTAURATIONS RAPIDES CHUTENT EN DÉPENSES ET OCCASIONS.

Contrairement aux autres sous-segments de la Restauration Rapide sur le premier semestre 2021, les **GMS/Retail** (pour la consommation personnelle et immédiate comme salades, sandwiches préemballés, etc.) **chutent en dépenses de -3,1% vs S1 20 et de -18,8% vs S1 19 / en occasions de -4,3% vs S1 20 et de -20,2% vs S1 19**. L'impact des couvre-feux à 18h et 19h a été important.

Les **autres Restaurations Rapides** (càd : ventes à emporter en dehors des segments ci-dessus listés et traiteurs (italiens, chinois, etc.) sont également encore à la peine sur le premier semestre 2021 avec **en dépenses de -1,7% vs S1 20 et de -31,8% vs S1 19 / en occasions de -2,5% vs S1 20 et de -33,3% vs S1 19**.

UNE RESTAURATION À TABLE FORTEMENT IMPACTÉE

La **Restauration à table** est fortement impactée :

- en recul de **-55% en valeur** en S1 21 vs S1 20 (et de **-79% vs S1 19**)
- et en visites de façon comparable (**-54,2% vs S1 20 et -78% vs S1 19**).
- les **cafétérias** sont les plus souffrantes avec **-87% en dépenses** en S1 21 v/s 2020 et **-94% vs S1 2019**.
- tandis que l'activité des **café/bars/brasseries** est un peu moins touchée avec **-36% en dépenses** en S1 21 vs 20 et **-70% vs 2019**.

La **Restauration collective** perd également :

- en dépenses avec **-9% vs S1 20 et -45% vs S1 19**
- en visites avec **-10% v/s S1 20 et -48% vs S1 19**

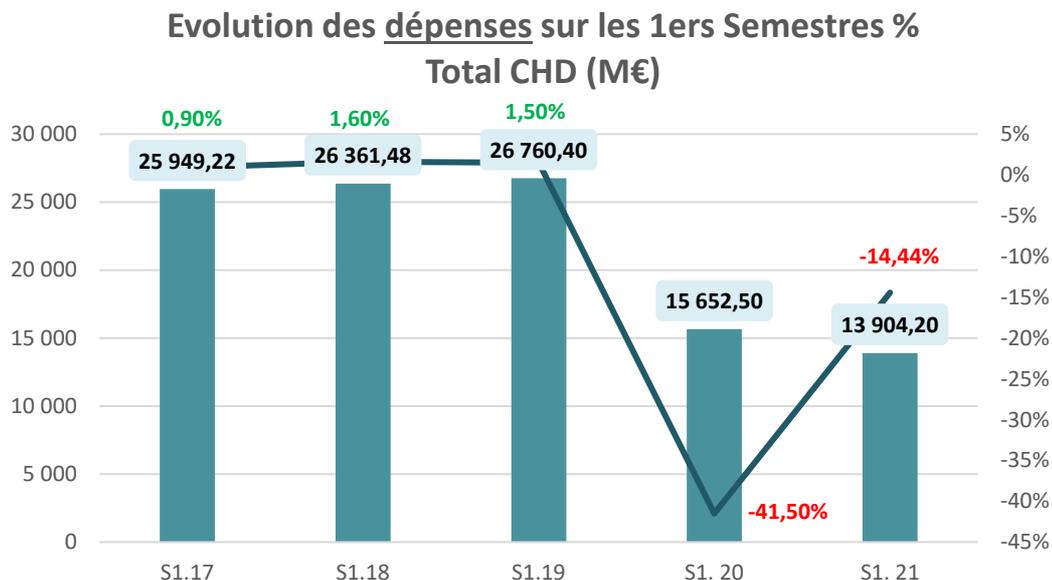
Concernant les **moments de la journée**, la baisse en visites et en dépenses est mécaniquement plus prononcée sur les repas (l'impact des 6 mois de fermetures pour la restauration assise, l'impact du télétravail sur les cantines, la présence du couvre-feu national depuis janvier 2021 et levée seulement le 20 juin 2021 avec une influence négative sur toute l'activité du soir).

Seule la **consommation nomade** est à l'honneur (en restauration commerciale) car elle arrive à progresser vs S1 20 (+22%) et surtout elle est même en progression par rapport à l'année 2019 : vs **S1 19 (+1%)** en visites. La vente à emporter et la livraison, les deux modes de commande disponibles pendant le confinement, ont bien évidemment contribué dans les bonnes performances de la consommation nomade.

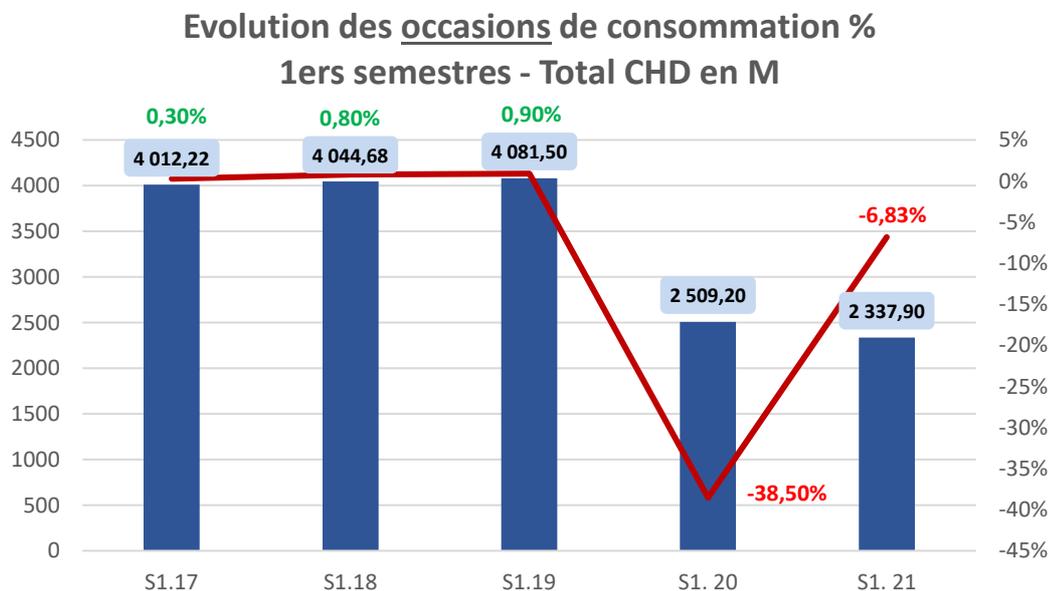
La reprise du marché s'annonce lente, surtout avec l'introduction du pass sanitaire. Les perspectives d'un rebond économique soutenu par la consommation des ménages et le taux de vaccination avoisinant 60% en France permettent d'espérer un deuxième semestre 2021 plus prometteur, surtout pour la Restauration à table.

En 2021, le PIB progresserait ainsi de 5% en moyenne annuelle (au-dessus de la moyenne de la zone euro, à 4,6 %). La croissance du PIB s'établirait ensuite à 4 % en 2022, puis à 2 % en 2023. **NPD Group estime que le marché RHD reviendrait à son niveau d'avant-crise (niveau de 2019) en 2023.**

Total chd semestriel (hors distribution automatique)



A noter qu'avec des dépenses totales (hors DA) s'élevant à 13 284,2 millions d'euros sur le premier semestre 2021, on constate une évolution **de -50,4%** par rapport au **premier semestre de l'année 2019**.



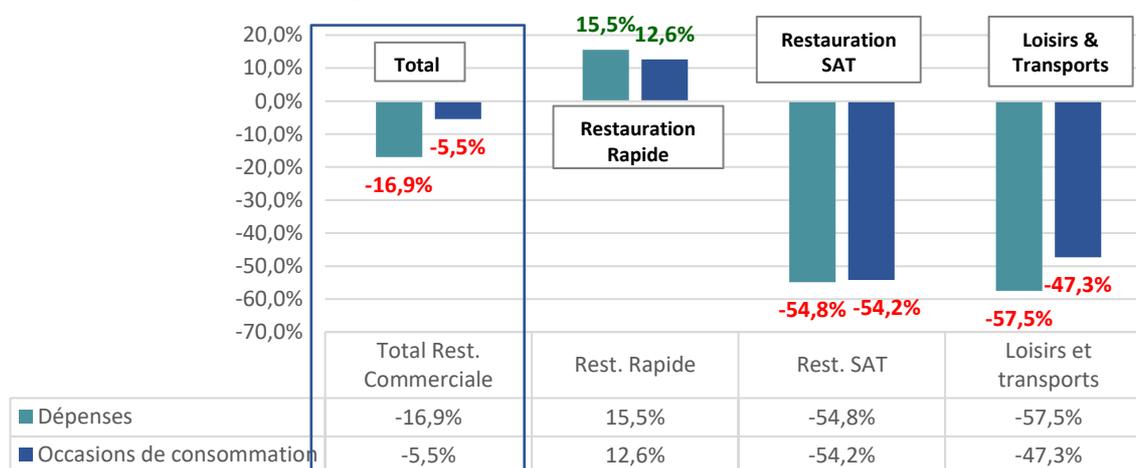
Au regard de notre année de **référence 2019**, le recul en occasions totales (hors DA) sur le premier semestre s'élève à **-42,7%**.

Evolutions de la Restauration Commerciale % Dépenses et occasions sur les 1er Sem. (cumul depuis 2016)



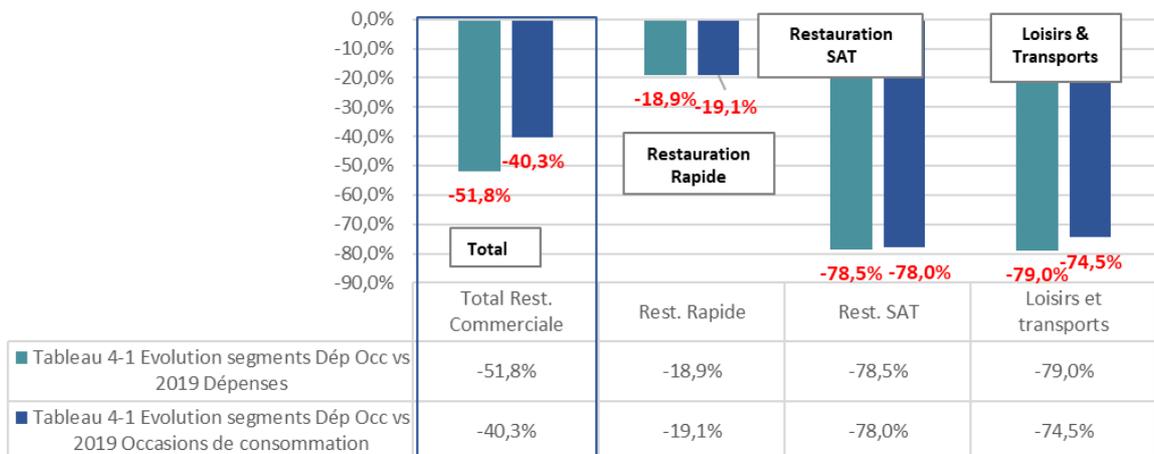
Alors que, sur le premier semestre 2019, on voyait un écart positif se creuser entre les vitesses d'évolutions des dépenses d'une part, et des occasions d'autres part (on est passé de 0,4 point d'écart à 1,6 point en 2 ans), écart révélateur d'une **dynamique positive de création de valeur** en Restauration Commerciale (tous sous-segments confondus), la tendance s'est totalement inversée sur les premiers semestres 2020 et 2021. **L'évolution des dépenses** se situe à 2,4 points **sous celle des occasions** en S1 20 et à **15,03 points** pour le S1 21.

Evolution par segment de la restauration commerciale Dépenses - Occasions - S121/S120



Avec les modalités de réouverture progressive des établissements de restauration commerciale sur le premier semestre 2021, on voit très nettement les **différentiels de dynamique de croissance selon les sous-segments** : la **restauration rapide** - qui avait été la moins impactée en 2020 - est le seul sous segment à **retrouver, dès le S1 21, une croissance positive par rapport à l'année dernière**. En l'état, cette dynamique résulte mécaniquement des différences d'impact des mesures de restriction : la restauration rapide était structurellement la plus adaptée au déploiement de la VAE et LAD, à une plus grande échelle, v/s la restauration **Servie A Table (SAT)** ou la restauration de **Transports/loisirs**. Il conviendra d'attendre la lecture des chiffres du 2nd semestre (a priori sans mesures de restriction) pour mieux lire la dynamique réellement liée à chaque sous-segment.

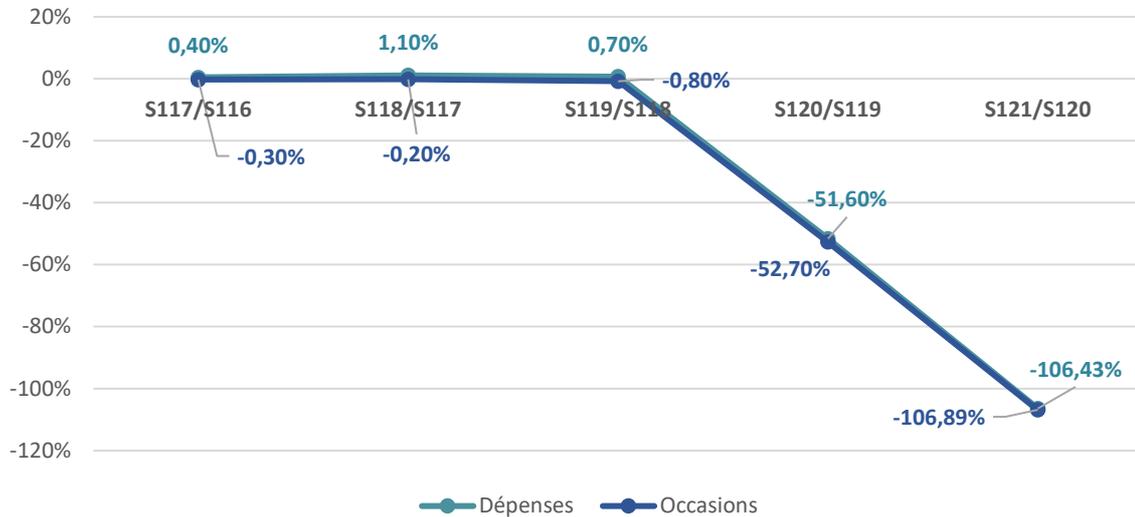
Evolution par segment de la restauration commerciale Dépenses - Occasions - S121/S119



En regardant les évolutions à l'aune de l'année de référence 2019, on prend la mesure de ce que la Restauration Rapide a, elle-aussi, été fortement impactée par la crise (-18,9% en dépenses et -19,1% en occasions). On note également que la dynamique en occasions de la **SAT** se situe à **presque 59 points sous** la dynamique de la **Restauration Rapide**.

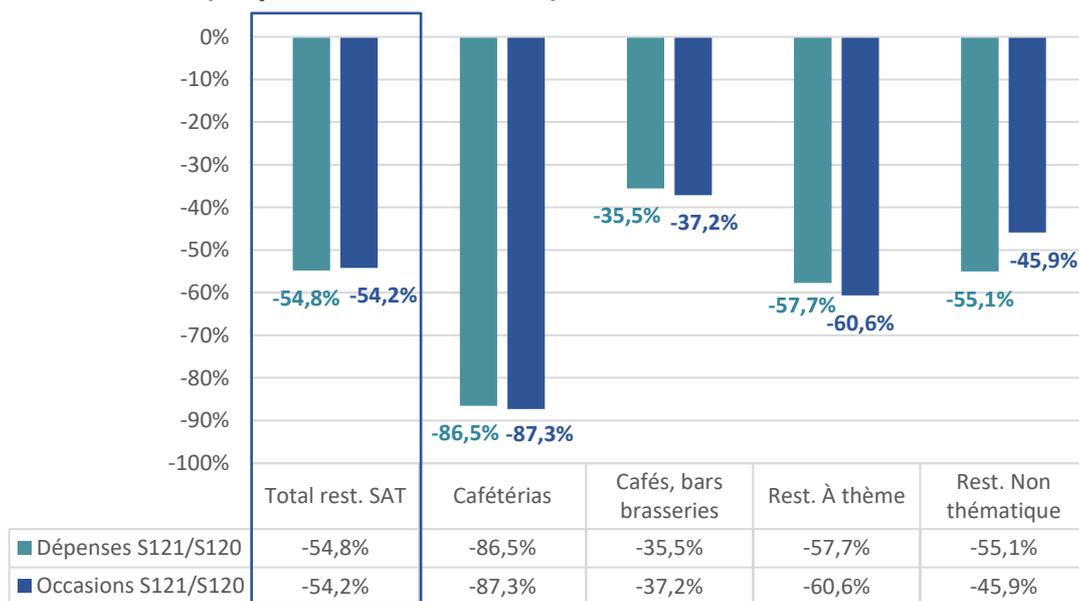
1.1 RESTAURATION SERVIE À TABLE (RSAT)

Restauration à Table :
Les évolutions (%) des dépenses et occasions en S1 (en cumul depuis 2016)

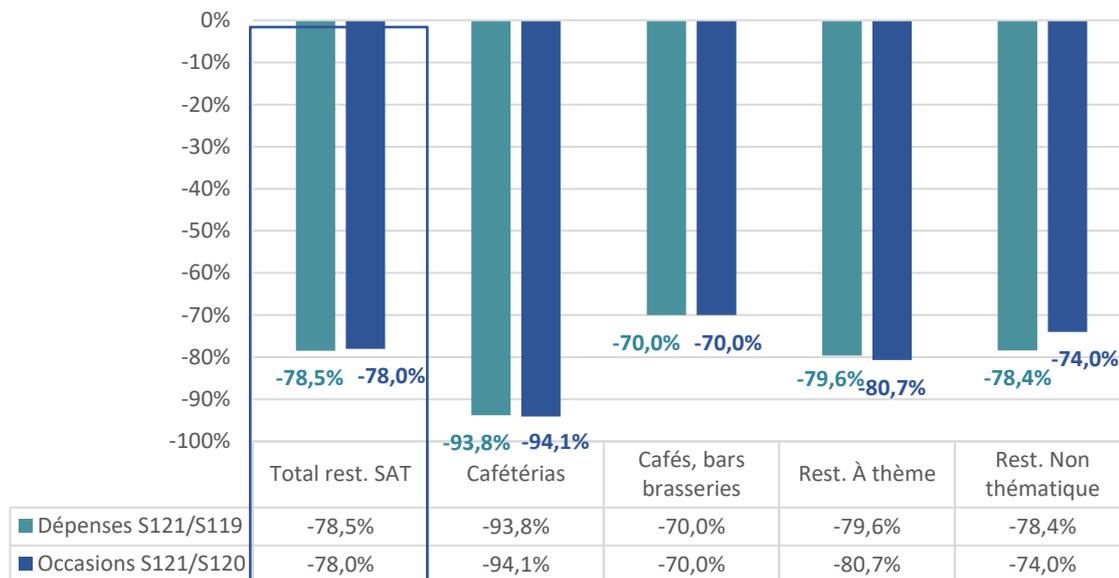


La RSAT n'était structurellement pas préparée à se convertir dans l'urgence à une distribution exclusivement en VAE ou LAD : la chute a donc été vertigineuse. (A LIRE in Partie 3 les données trimestrielles avec lecture du mode de distribution VAE / LAD / Sur place).

Evolution (%) par segment de la Restauration Servie à Table (Dépenses - Occasions) - 1er semestre 2021/2020

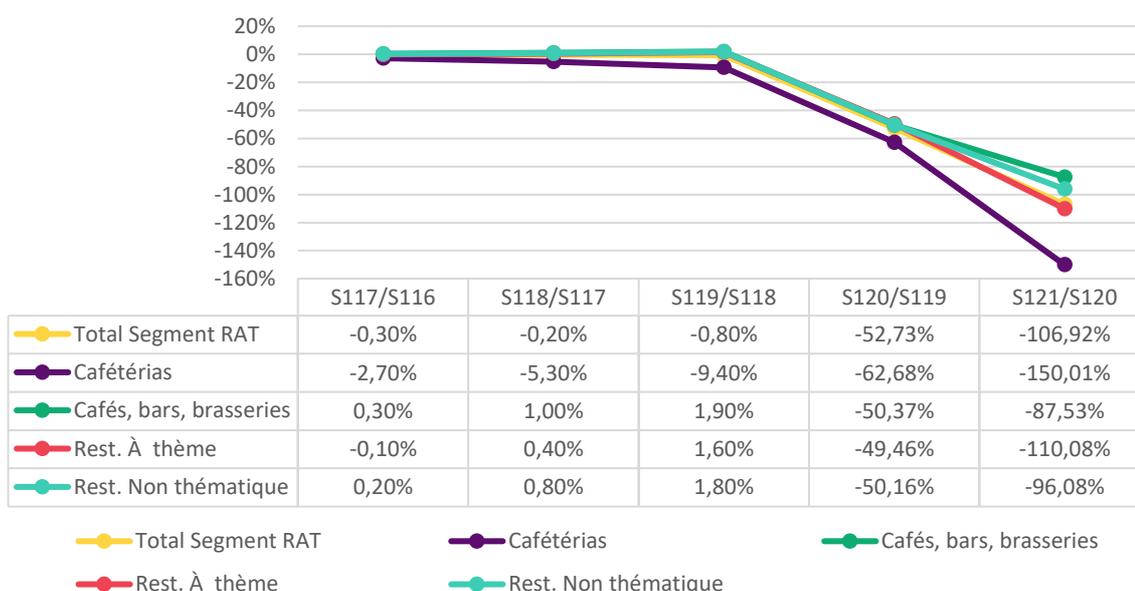


Evolution (%) par segment de la Restauration Servie à Table (Dépenses - Occasions) - 1er semestre 2021/2019

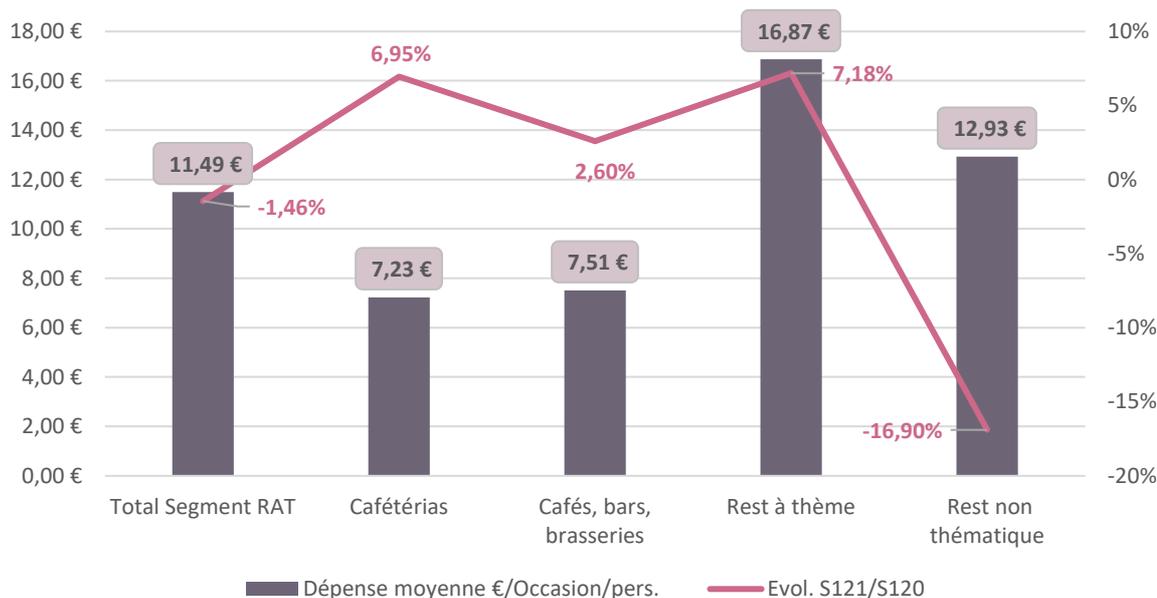


La météo n'a pas été au rendez-vous de la réouverture des terrasses dès le 19 mai 2021. **En dépit de ce frein, la RSAT a repris quelques couleurs** mais on voit avec le comparatif 2019, que **le chemin sera long pour retrouver des niveaux d'avant COVID**. Néanmoins les adaptations réalisées durant les mois de crise (Cf travaux d'améliorations des salles, cuisine durant la fermeture / adaptation à la VAE et développement de la LAD) pourront peut-être faciliter la reprise.

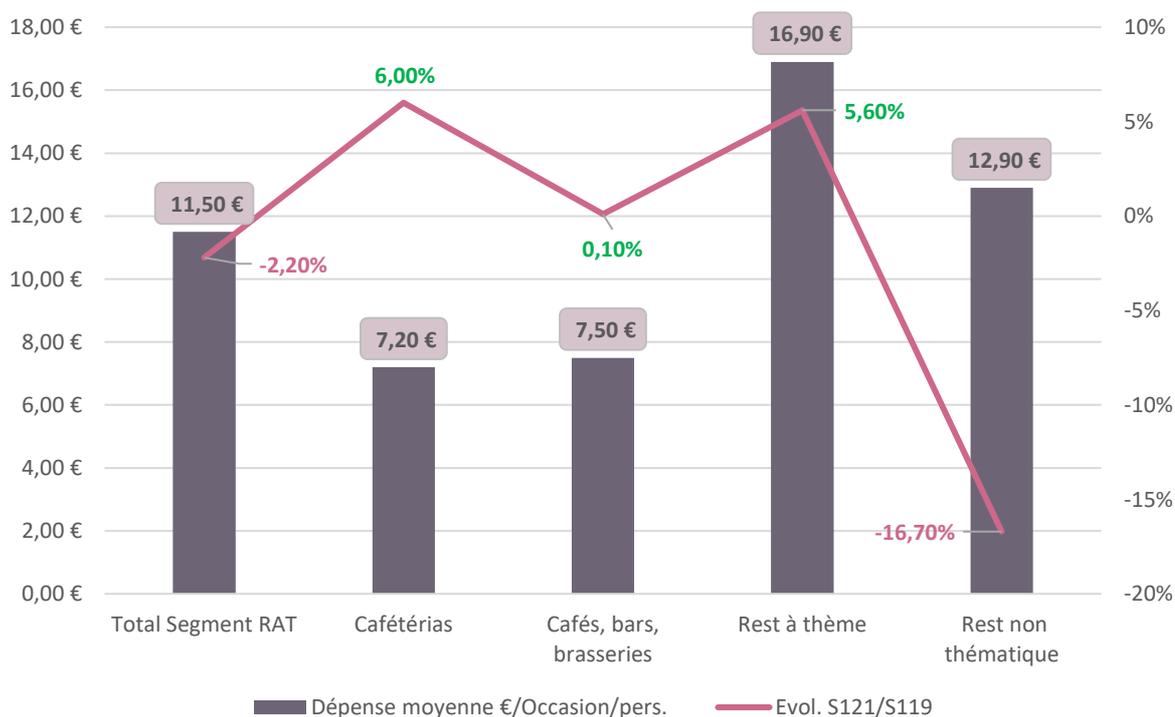
Les évolutions (%) des segments Restauration à Table en occasions sur S1 (en cumul depuis 2016)



Evolution (%) des dépenses moyennes S121/S120 - €/Occasion/Pers.



Evolution (%) des dépenses moyennes S121/S119 - €/Occasion/Pers.

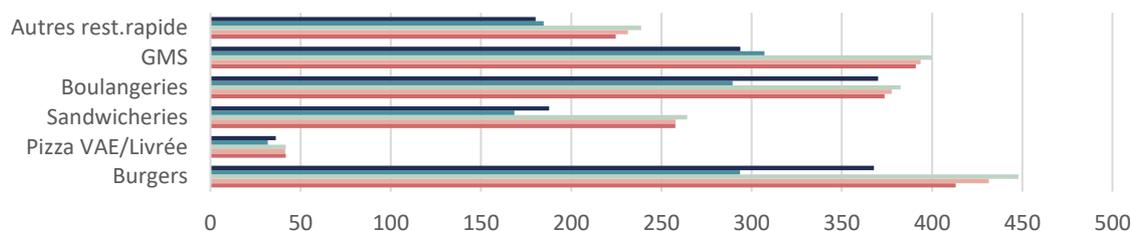


On voit que l'impact sur l'évolution de la dépense moyenne a été très différent selon les sous-segments de la RSAT : mécaniquement les sous-segments qui avaient le plus impacté par les mesures de restrictions, bénéficient des meilleures évolutions lorsque leur activité respective a pu redémarrer. C'est ainsi que les **Cafétérias** et **Restaurants** à thème bénéficient d'une évolution respective de leur dépense moyenne de **6% et 5,60%** en **S1 21 vs S1 2019** et de 7% et 7,20% en S1 21 vs S1 20. Le montant de la dépense moyenne respective **sur ces 2 sous-segments** au 1er semestre (7,2 euros et 16,90 €) est le **plus élevé depuis 4 ans** ! Signe que le consommateur se fait plaisir en retrouvant des restaurations dont il avait été privé.

1.2 RESTAURATION RAPIDE

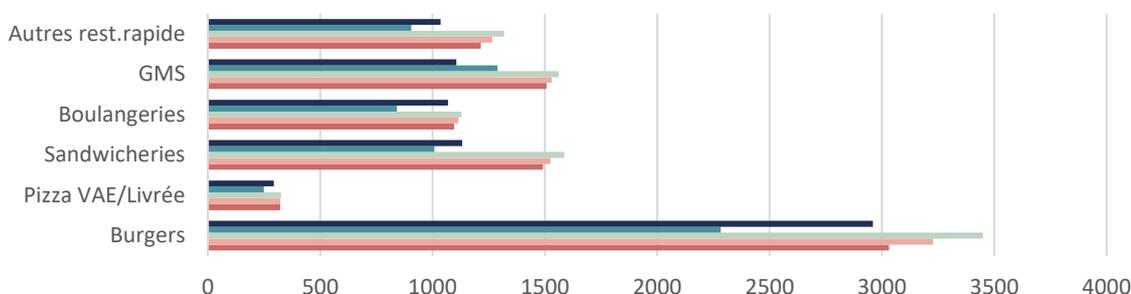
Afin d'appréhender justement la lecture des évolutions, en identifiant bien ce à quoi s'appliquent les valeurs d'évolution en pourcentage, il convient de revenir sur **les valeurs absolues** des niveaux de chacun des segments de la Restauration Rapide, en occasions, puis en dépenses (cf. 2 graphiques ci-dessous).

Comparatif des sous-segments de la restauration rapide par niveau d'occasions (en millions) - de S117 à S121



	Burgers	Pizza VAE/Livrée	Sandwicheries	Boulangeries	GMS	Autres rest.rapide
S121	367,7	36,3	187,7	370,1	293,8	180,2
S120	293,5	31,8	168,4	289,4	307,1	184,8
S119	447,9	41,9	264,3	382,6	399,9	238,7
S118	431,4	41,5	257,8	377,6	393,6	231,4
S117	413,1	41,8	257,7	373,6	390,9	224,7

Comparatif des sous-segments de la restauration rapide par niveau de dépenses (en millions d'€) - de S117 à S121

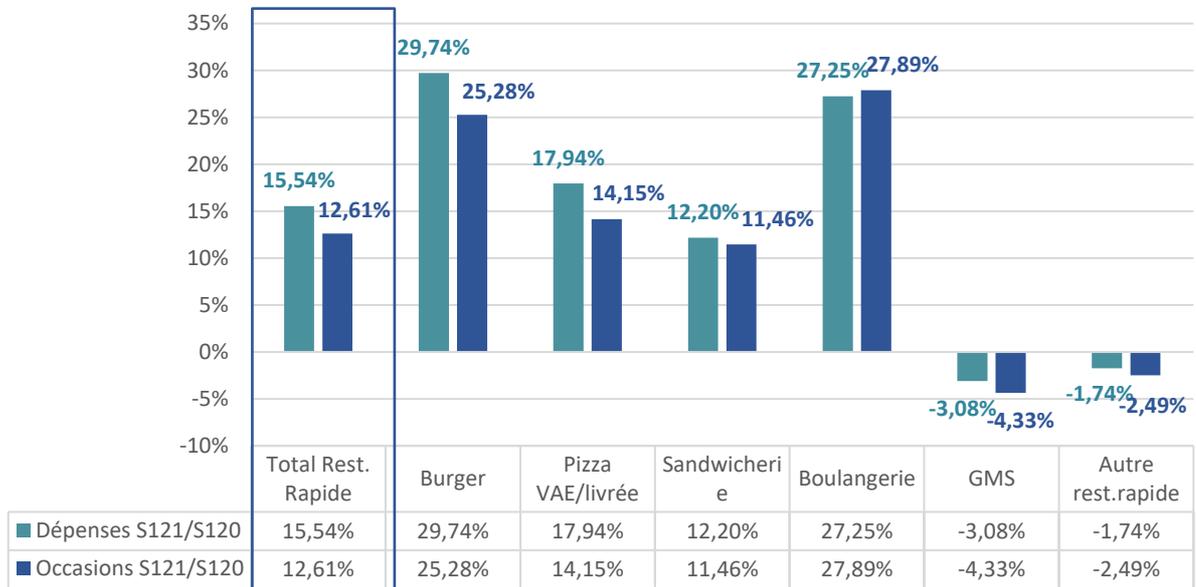


	Burgers	Pizza VAE/Livrée	Sandwicheries	Boulangeries	GMS	Autres rest.rapide
S121	2960,4	293,8	1131,5	1069,4	1106,7	1035,2
S120	2281,8	249,1	1008,5	840,4	1289,8	905,6
S119	3450,3	325,5	1586,4	1129,6	1562,4	1318,6
S118	3228,5	323	1524,7	1114,2	1530,4	1266,4
S117	3031,4	322,7	1491	1096,3	1507,1	1215,1

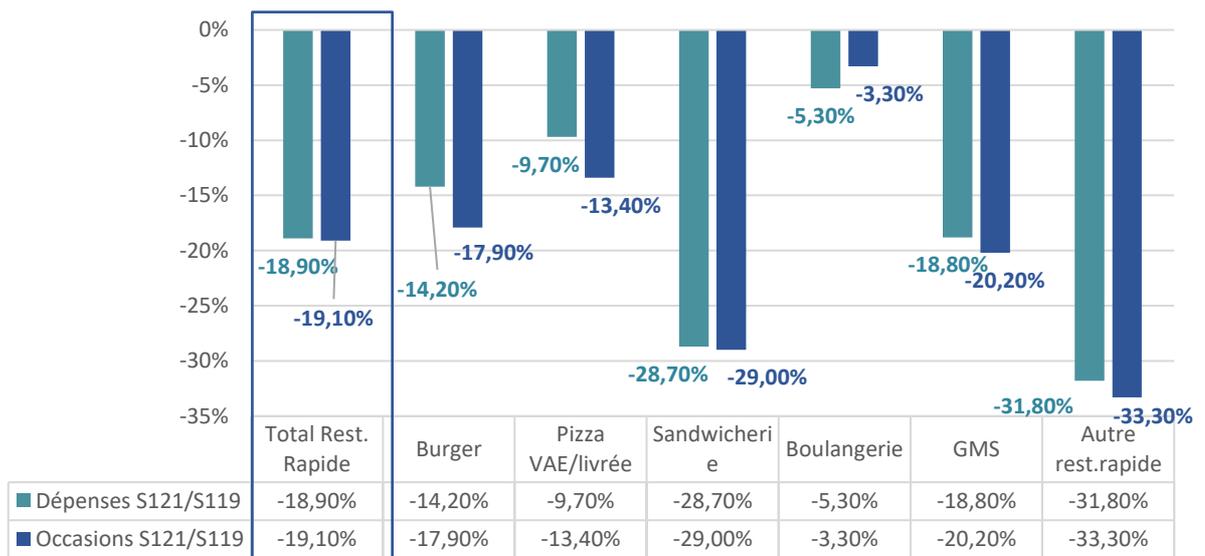
Porté par la consommation VAE/LAD, le **sous-segment BURGER** qui caracolait déjà largement en tête avec des niveaux d'occasions et de dépenses largement supérieurs aux autres sous-segments (voir graphiques ci-dessus), bénéficie d'une croissance très élevée sur les 6 premiers mois de l'année 2021 : **+29,74%** de croissance en dépenses et **+ 25,28%** en occasions vs S1 20. Cette croissance ne permet néanmoins pas de retrouver le niveau d'avant-crise : **-14,20%** de croissance en dépenses et en occasions vs S1 19.

Les **boulangeries** se sont très bien comportées sur le premier semestre 2021 : la consommation n'est plus qu'à **-5,30%** en dépenses et **-3,30%** en occasions vs S1 19, mais c'est le seul sous-segment de la restauration rapide qui connaît une baisse de sa dépense moyenne en €/occasion/personne, avec **-2%** vs s1 19.

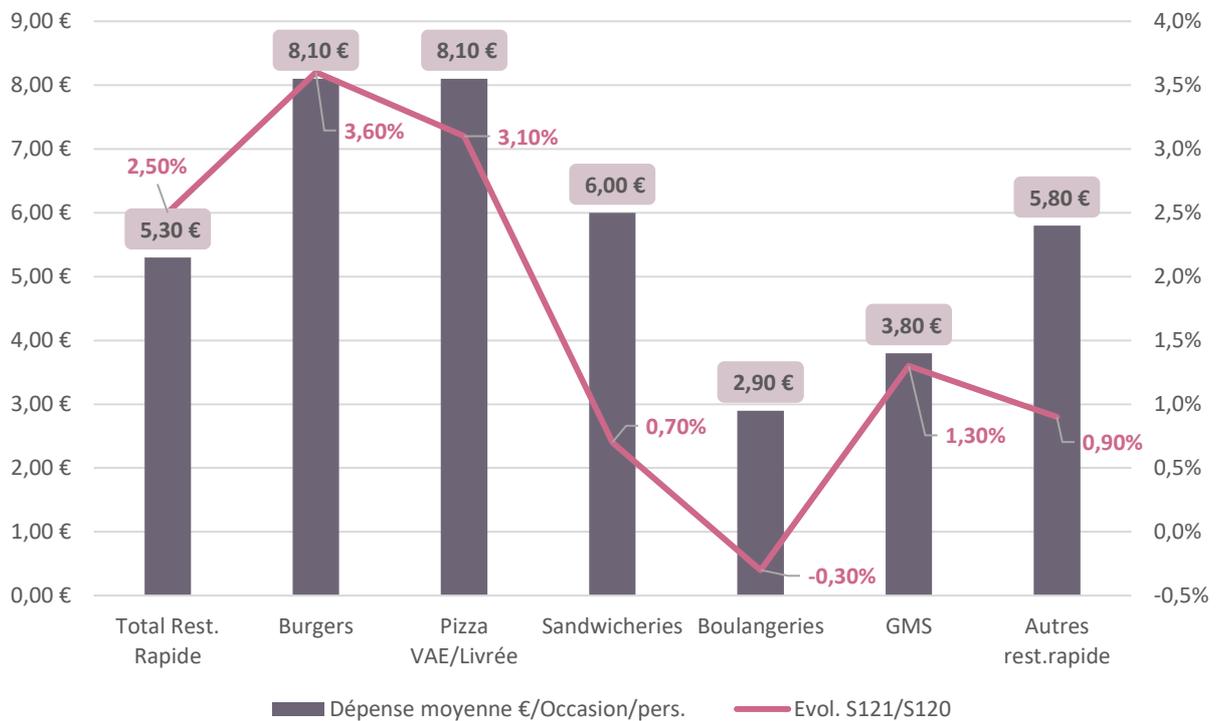
**% d'évolution de la Restauration rapide (Dépenses - Occasions)
par sous-segment - S121/S120**



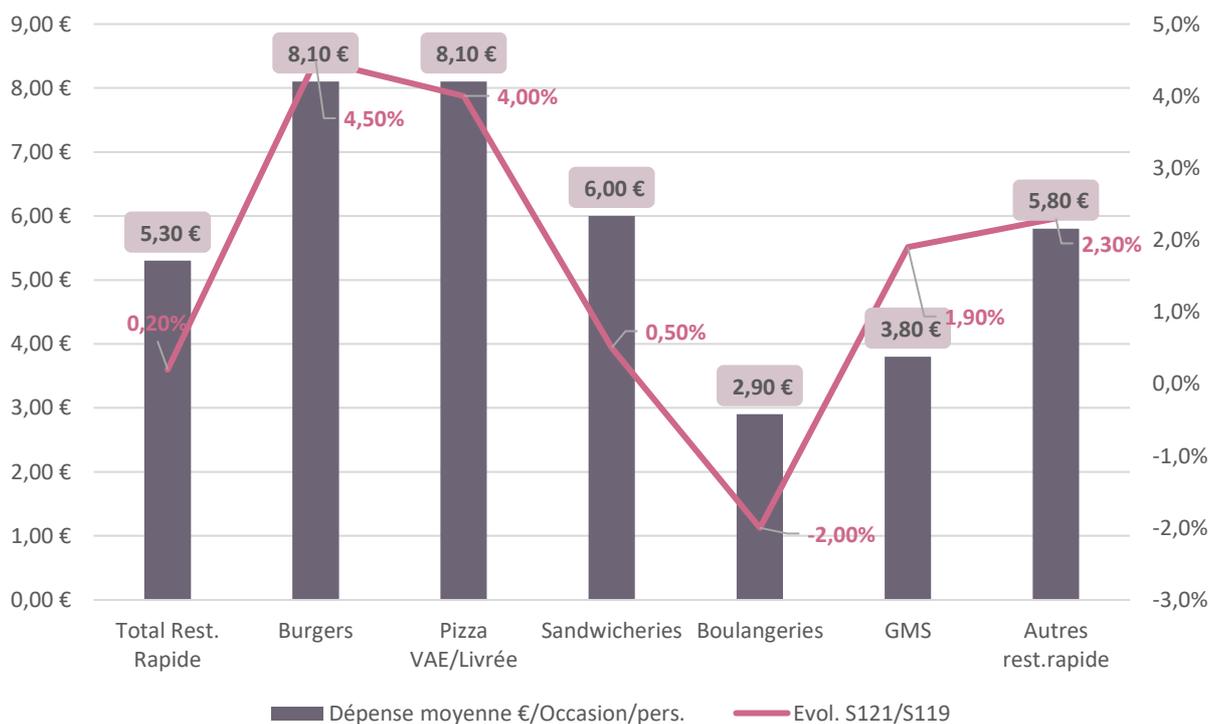
% d'évolution de la Restauration rapide (Dépenses - Occasions) par sous-segment - S121/S119



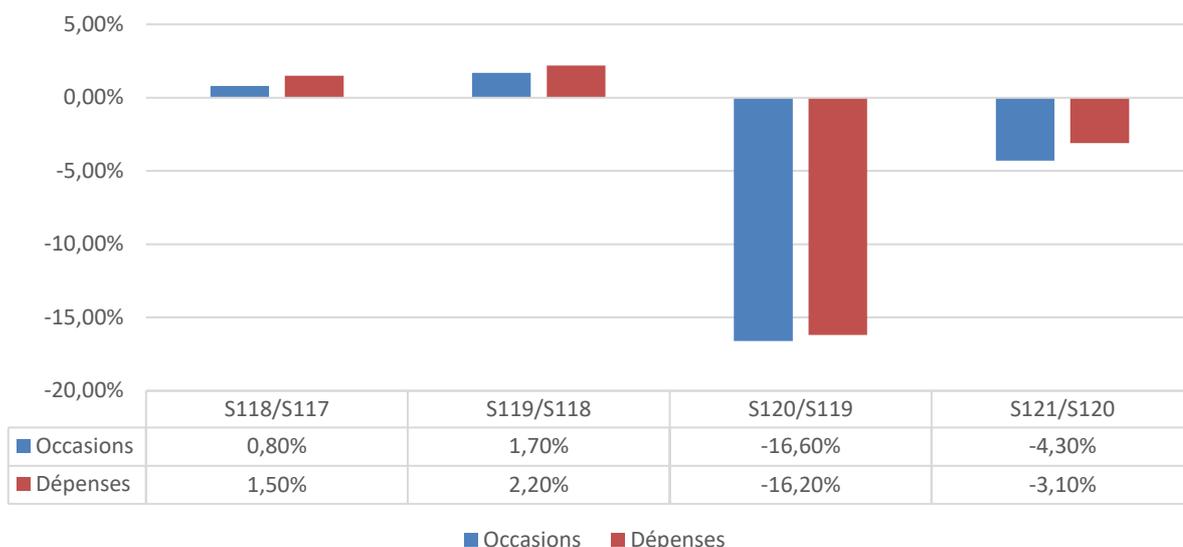
Dépense moyenne par segment en €/occasion/personne S121/S120



Dépense moyenne par segment en €/occasion/personne S121/S119



GMS Evolutions Dépenses Occasions



Restauration Rapide : FOCUS sur la GMS

Avant la crise COVID de 2020, la **GMS** connaissait une très belle progression dans l'univers du hors domicile avec un fort développement de toutes les offres de solutions repas, composantes de repas proposées en prêt à manger, l'offre snacking, les bars salade, corners/kiosques en concessions, la mise à disposition d'espaces de restauration, etc.).

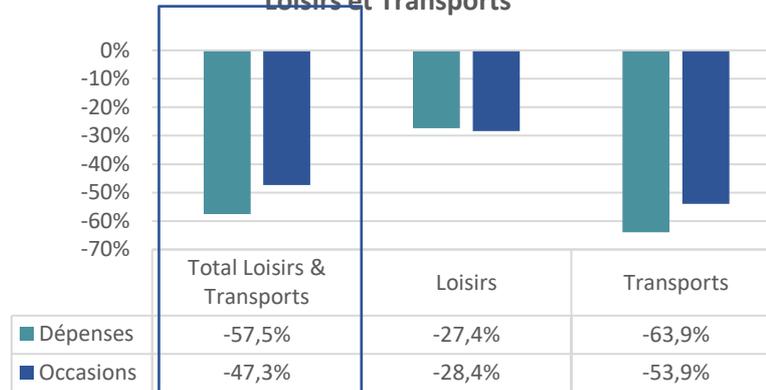
En 2020, cette **dynamique s'est totalement stoppée** : avec la crise COVID et le confinement total, le consommateur en GMS s'est détourné de l'offre « solutions repas » pour se tourner vers des ingrédients lui permettant de réaliser chez lui une cuisine « fait maison ».

Sur le **premier semestre 2021**, la consommation hors domicile en GMS reste à la baisse, autant en dépenses qu'en occasion. L'INSEE relève qu'en **juin 2021** la vente de produits alimentaires a très nettement baissé en grandes surfaces alimentaires (-5,6% après -0,4% en mai) possiblement en lien avec les différentes mesures de couvre-feu à 18h puis 19h, suivies de la réouverture des cafés et restaurants et l'assouplissement du télétravail. (Source : INSEE Informations Rapides – 30 juill. 2021 – n°202).

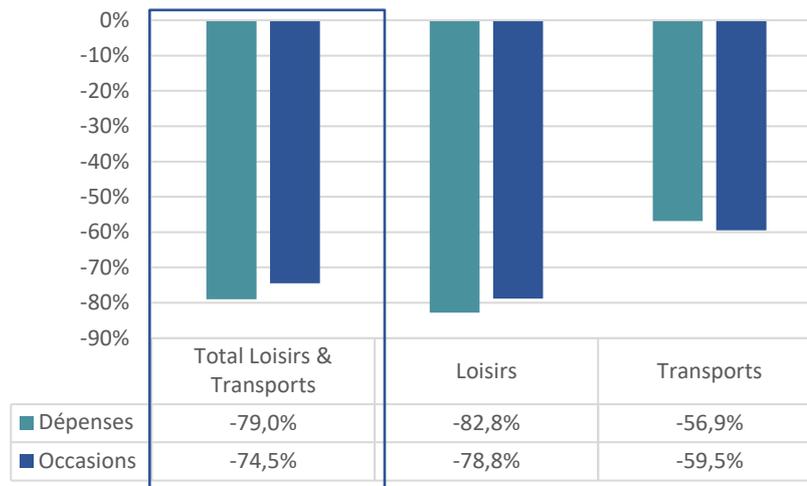
1.3 LOISIRS & TRANSPORTS

La chute est vertigineuse pour les segments Loisirs et Transports extrêmement impactés par les restrictions fortes en termes de déplacements, nationaux et internationaux. Il faudra certainement attendre 2023 pour un possible retour du trafic aérien et du tourisme international à des niveaux plus proches d'avant-crise et pour espérer retrouver une activité « normale » sur le segment Loisirs et Transports.

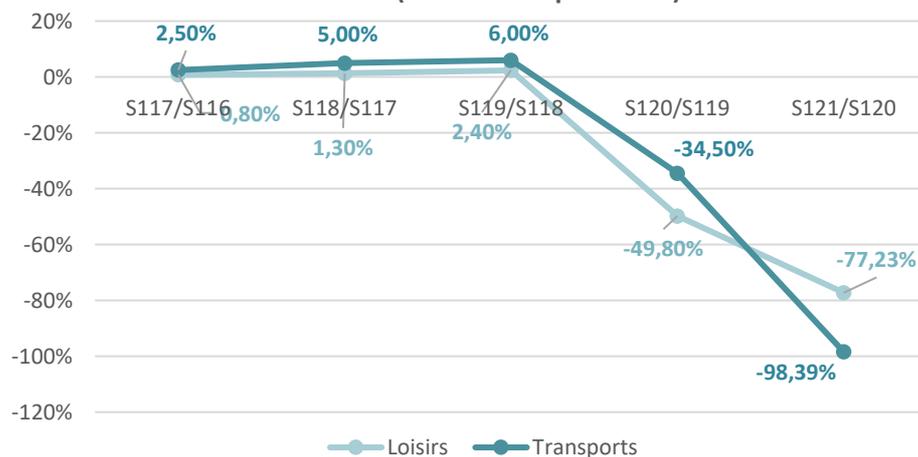
Evolution S121/S120 des Dépenses et Occasions en Loisirs et Transports



Evolution S121/S119 des Dépenses et Occasions en Loisirs et Transports



Evolution des dépenses en Loisirs et Transports - 1er semestre (en cumul depuis 2016)



L'année dernière, année COVID N°1, le consommateur avait reporté ses consommations nomades sur sa consommation à domicile.

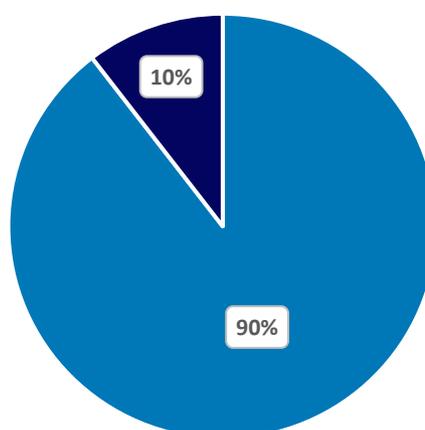
En 2021, le nomadisme de la consommation hors domicile connaît **sa plus forte évolution** sur les 4 dernières années : au premier semestre 2021, la fermeture de la restauration sur place explique cette vitesse de croissance, multipliée par 2 par rapport à celle constatée en 2019 vs 2018.

Attention cependant, il conviendra d'attendre les chiffres du 2nd semestre 2021 pour lire et apprécier plus exactement ce qu'est la dynamique du nomadisme/VAE dans les habitudes de consommation adoptées de manière pérennes par le consommateur post-covid.

Evolution des occasions nomade 1er semestre (en cumul depuis 2016)



Consommation Nomade / Sur place en Restauration Commerciale

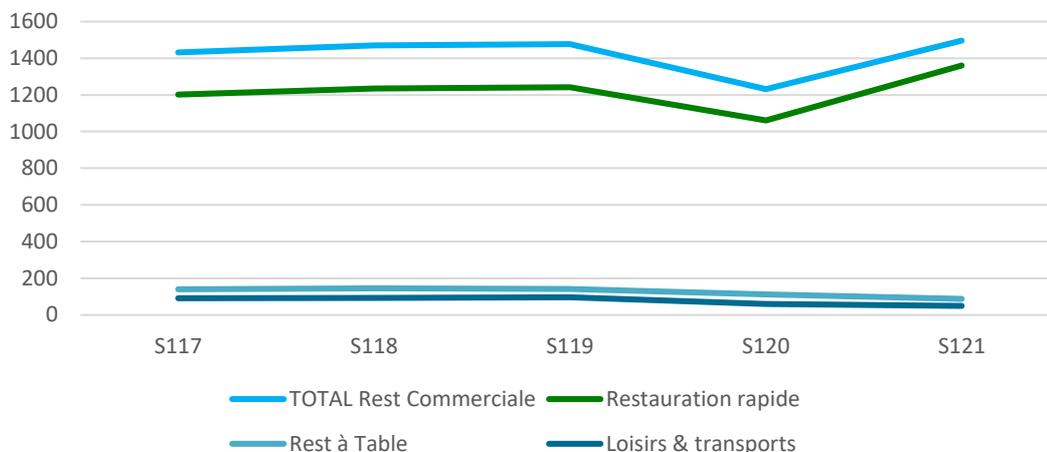


■ Nomade ■ Sur place

S1 2021

2.1 LA CONSOMMATION NOMADE PAR SOUS-SEGMENTS

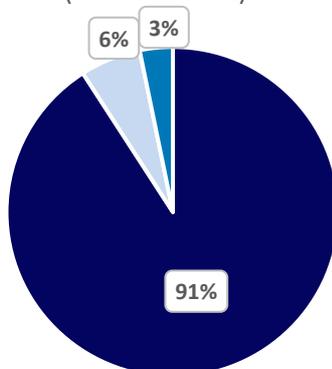
Niveaux des occasions Nomades en Restauration commerciale par sous-segments (en millions)



Occasions (en millions)	S117	S118	S119	S120	S121
TOTAL Rest Commerciale	1432,55	1470,62	1478,00	1231,00	1496,00
Restauration rapide	1202,24	1234,77	1241,70	1061,00	1360,00
Rest à Table	140,20	143,90	140,30	111,00	88,00
Loisirs & transports	90,10	91,90	96,00	59,00	48,00

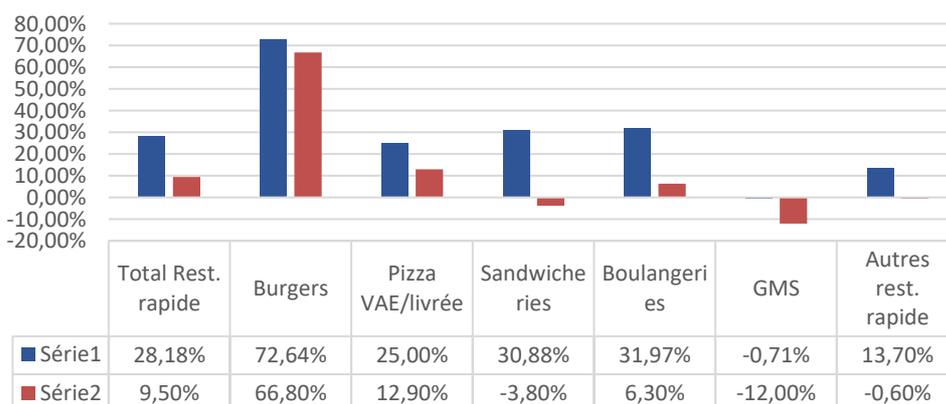
Répartition de la consommation nomade en restauration commerciale -1er sem. 2020

(% d'occasions)



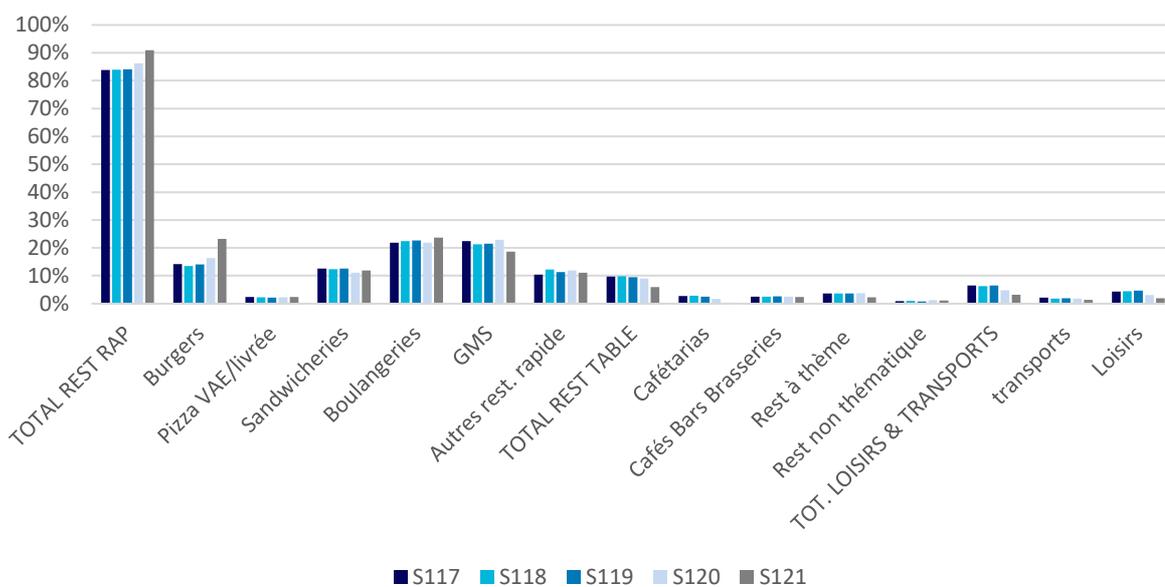
■ Rest.rapide ■ Rest. SAT ■ Loisirs et transports

Evolution (%) des occasions nomade en restauration rapide S1 21/S120 et S1 21/S1 19



2.2 LECTURE EN PARTS DE MARCHÉ EN OCCASIONS

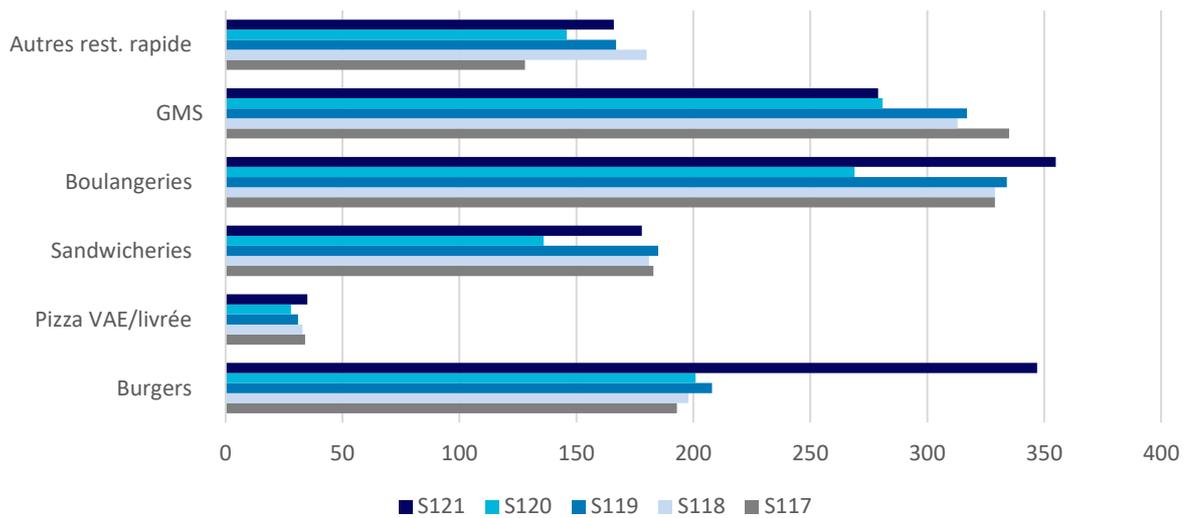
Evolution par segment
des parts de marché (%) en consommation nomade



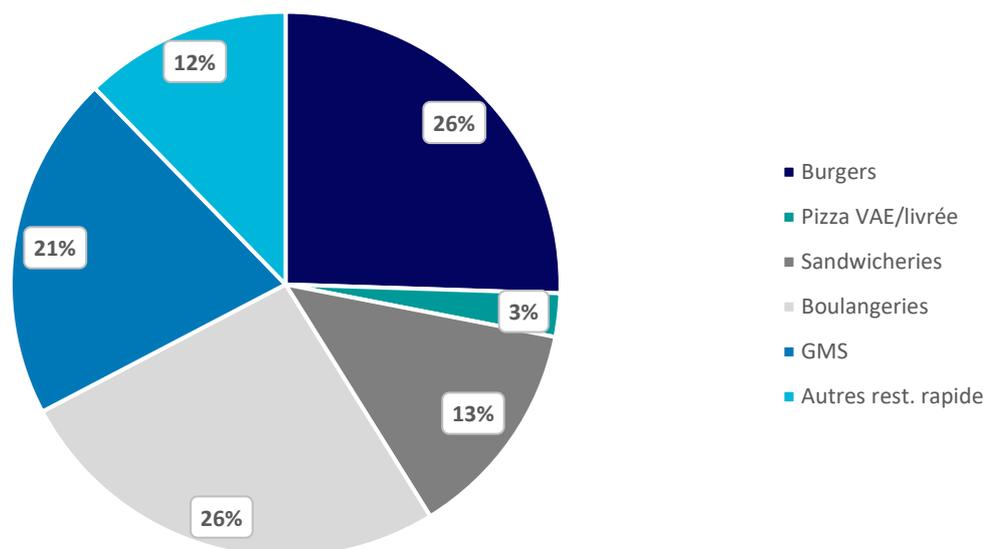
Parts de marché %	S117	S118	S119	S120	S121
TOTAL REST RAP	83,8%	84,0%	84,0%	86,2%	90,9%
Burgers	14,2%	13,5%	14,1%	16,3%	23,2%
Pizza VAE/livré	2,4%	2,2%	2,1%	2,3%	2,3%
Sandwicheries	12,6%	12,3%	12,5%	11,0%	11,9%
Boulangeries	21,9%	22,4%	22,6%	21,9%	23,7%
GMS	22,4%	21,3%	21,4%	22,8%	18,6%
Autres rest. rapide	10,4%	12,2%	11,3%	11,9%	11,1%
TOTAL REST TABLE	9,7%	9,8%	9,5%	9,0%	5,9%
Cafétarias	2,7%	2,8%	2,5%	1,7%	0,3%
Cafés Bars Brasseries	2,5%	2,4%	2,6%	2,4%	2,4%
Rest à thème	3,6%	3,6%	3,6%	3,7%	2,2%
Rest non thématique	0,9%	1,0%	0,8%	1,2%	1,1%
TOT. LOISIRS & TRANSPORTS	6,5%	6,3%	6,5%	4,8%	3,2%
Transports	2,2%	1,8%	1,9%	1,8%	1,3%
Loisirs	4,4%	4,4%	4,6%	3,0%	1,9%

2.3 FOCUS CONSOMMATION NOMADE EN RESTAURATION RAPIDE

Consommations Nomades en Restauration Rapide par sous-segment (en millions)



Répartition de la consommation nomade en restauration rapide - 1er semestre 2021



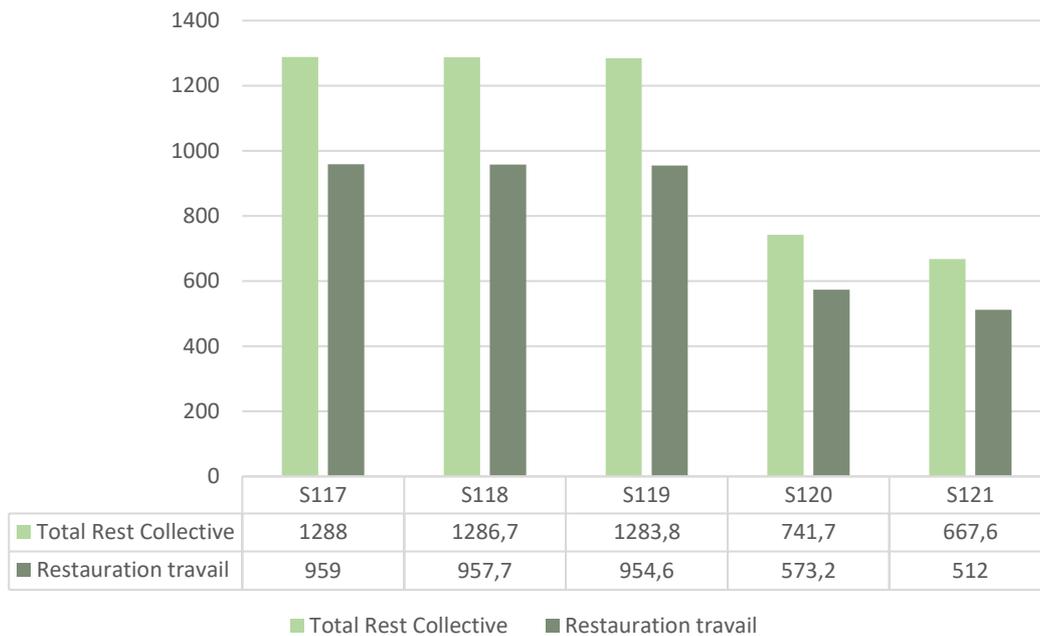
II-3. LA RESTAURATION D'ENTREPRISE : SECTEUR TRAVAIL

©2021 GECO Food Service - Toute reproduction interdite

La **restauration d'entreprise (secteur travail)** s'est effondrée avec la crise COVID qui a joué comme un accélérateur/booster d'une tendance à la baisse déjà imprimée depuis plusieurs années.

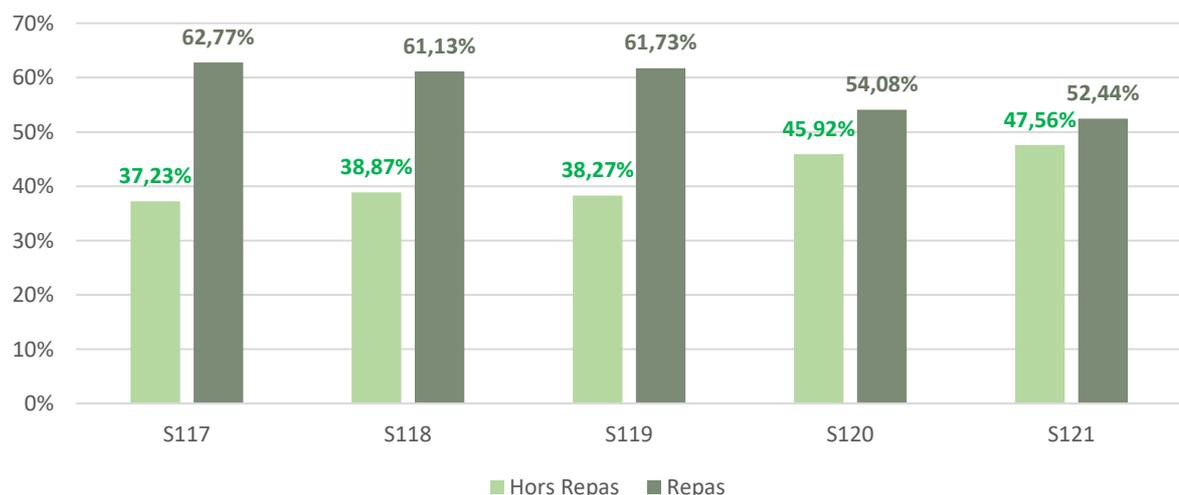
En 2 ans, les **occasions globales** (Repas + Hors Repas) en Restauration d'entreprise ont **presque été divisées par 2** et les occasions **Repas** ont passé le cap, **en diminuant de plus de la moitié** par rapport à S1 19!

Niveau des occasions S1 depuis 2017
en Restauration Collective - Restauration du travail

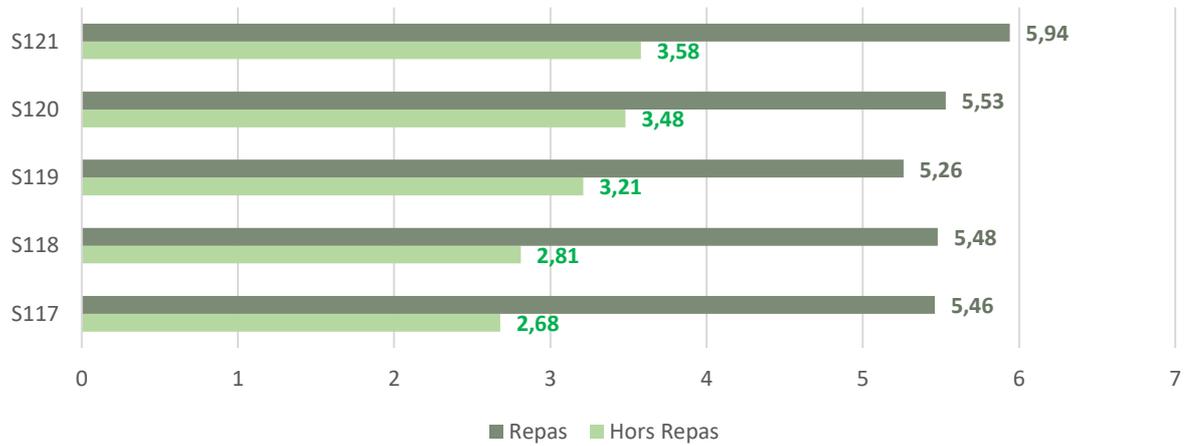


3.1 LECTURE PAR INSTANTS DE CONSOMMATION : REPAS / HORS REPAS

Evolution sur S1 de la répartition des occasions de
consommation : Repas et Hors repas



Sur S1 : Répartition des dépenses moyennes Repas / Hors repas (€)



3.2 ENTREPRISE : DYNAMIQUE OCCASIONS ET DÉPENSES, EN INSTANT REPAS

Instant Repas : Evolution sur S1 des dépenses et occasions (en cumul depuis 2017)



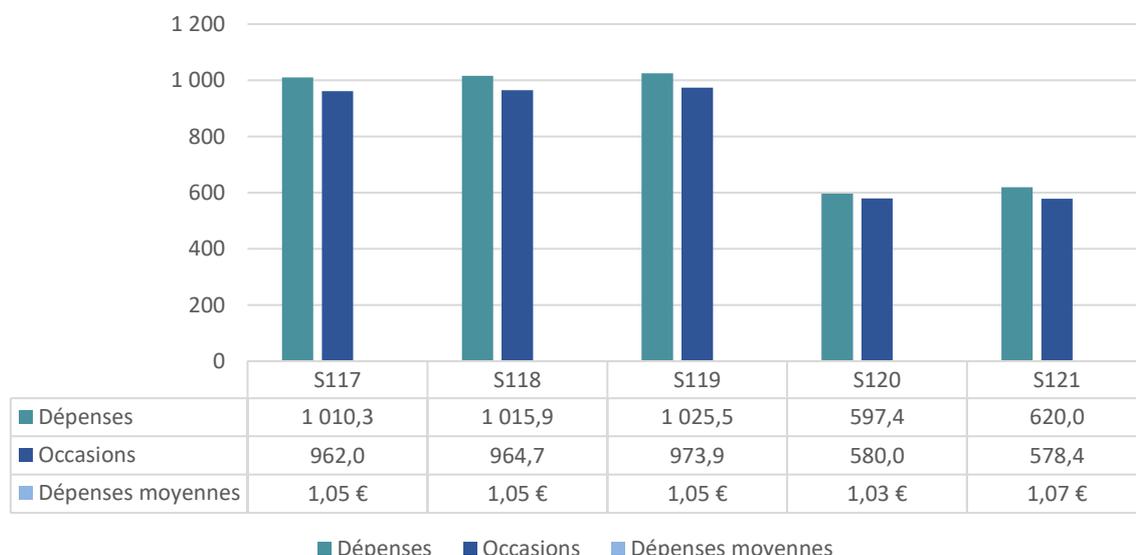
II-4. LA DISTRIBUTION AUTOMATIQUE

©2021 GECCO Food Service - Toute reproduction interdite

Avec le télétravail généralisé, et les restrictions drastiques d'accès aux espaces de convivialité sur les lieux de travail, la **Distribution Automatique** a connu des mois très compliqués depuis le début de la crise COVID. Le premier semestre 2021 montre un frémissement de reprise. Au global, on reste à **-39,5% en dépenses et -40,6% en occasions** vs S1 19.

Dépenses totales (en M€)		S117/S116	S118/S117	S119/S118	S120/S119	S121/S120
S117	1 010,3	-0,1%				
S118	1 015,9		0,6%			
S119	1 025,5			0,9%		
S120	597,4				-41,7%	
S121	620,0					3,8%
Occasions Totales (en M)		S117/S116	S118/S117	S119/S118	S120/S119	S121/S120
S117	962,0	-1,0%				
S118	964,7		0,3%			
S119	973,9			1,0%		
S120	580,0				-40,4%	
S121	578,4					-0,3%
Dépense Moyenne par occasion et par personne		S117/S116	S118/S117	S119/S118	S120/S119	S121/S120
S117	1,05 €	1,0%				
S118	1,05 €		0,0%			
S119	1,05 €			0,0%		
S120	1,03 €				-1,9%	
S121	1,07 €					3,9%

DA Evolutions sur S1 :
Total Occasions (M) - Total Dépenses (M€) et Dépenses moyennes (€)





III- DONNÉES TRIMESTRIELLES

Pour la première fois en 2021, le GECO Food Service achète des **données consommateurs au trimestre**, et avec une lecture par **mode de consommation** Vente A Emporter (VAE) / Livraison A Domicile (LAD) / Sur Place.

Q1, Q2, Q3, Q4, c'est ainsi que NPD GROUP désigne ses données trimestrielles, le trimestre correspondant au quart de l'année.

Les données trimestrielles ne sont pas fournies avec la même granulométrie que les données semestrielles : dans les données trimestrielles on ne descend pas au niveau des sous-segments, on dispose des données pour les 6 segments ci-dessous listés :

Segment 1 : Restauration Commerciale

Segment 2 : Restauration RAPIDE (données agrégées des sous-segments suivants :

- Burgers : fastfoods tels que McDonald's, Quick, KFC, etc.
- Sandwicheries : chaînes et indépendantes
- Boulangeries : boulangeries artisanales indépendantes (hors achats du pain seul)
- GMS/ Traiteurs : traiteurs (italiens, chinois, etc.) et rayons libre-service GMS vendant des sandwichs, salades etc. en portion individuelle
- Pizza vente à emporter/ livrée : chaînes telles que Pizza Hut, Domino's Pizza, et pizzerias indépendantes
- Autres rest. rapide : ventes à emporter en dehors des segments ci-dessus.)

Segment 3 : Restauration avec SERVICE A TABLE (données agrégées des sous-segments suivants:

- Cafés Bars Brasseries : établissements pouvant servir de l'alcool seul (comptoir bar)
- Rest. à thème : chaînes (toutes) et indépendants avec un thème spécifique tel que Grill, Italien, Traditionnel, Poisson, Asiatique, ...
- Rest. non thématiques : restaurants indépendants sans spécialités particulières
- Cafétérias : chaînes telles que Flunch, Cafétéria Casino, etc. et indépendantes, hors cafétérias d'autoroutes (qui sont regroupées dans le segment Transports).

Segment 4 LOISIRS & TRANSPORTS - N. B. : la méthodologie CREST ne couvre pas les touristes étrangers (représentativité population française).
Données agrégées des sous-segments suivants :

- Loisirs : restauration dans les hôtels, cinémas, musées, parcs à thème, sites sportifs, etc.
- Transports : restauration dans les stations-services, gares, aéroports etc.

Segment 5 : Restauration collective qui comprend la Restauration TRAVAIL et la Restauration Autres collectivités – Cela exclut la distribution automatique

Segment 6 : Distribution Automatique (DA)

AU 2ÈME TRIMESTRE 2021 : Chiffres à retenir

(Nota Bene : Vous trouverez au fil des pages à suivre, des informations complémentaires **détaillées** par segment de marché)

- 7 746 millions d'€ de **dépenses totales RHD hors DA**
- 352,2 millions d'€ de **dépenses en DA**
- 1 365 millions de **visites totales RHD hors DA**
 - 312,6 millions de **visites en DA**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 17,30% des **visites Totales RHD hors DA**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 74,10% des visites Totales RHD **hors DA**
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 8,6% des visites Totales RHD **hors DA**

Restauration Commerciale :

- 1 009,6 millions de **visites**
- 6 064,3 millions d'€ de **dépenses**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 17,00% des **visites en Rest. commerciale**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 73,60 % des visites
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 9,5% des visites

Restauration Rapide :

- 811,3 millions de **visites**
- 4 025,9 millions d'€ de **dépenses**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 9,90% des **visites en RR**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 80,20 % des visites
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 9,90 % des visites

Restauration Servie A Table :

- 144,4 millions de **visites**
- 1 596,8 millions d'€ de **dépenses**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 55,10% des **visites en RAT**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 39,20 % des visites
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 5,80 % des visites

Restauration Loisirs & Transport :

- 53,9 millions de **visites**
- 441,6 millions d'€ de **dépenses**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 1,60 % des **visites en Loisirs & Transport**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 85,70 % des visites
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 12,70% des visites

Restauration collective :

- 355,7 millions de **visites**
- 1 681,7 millions d'€ de **dépenses**
- la consommation **Sur place/Au restaurant** = 18,20 % des **visites en Rest. Collective**
- la consommation en **VAE** (vente A Emporter) = 75,60 % des visites
- la consommation en **LAD** (Livraison A Domicile) = 6,20 % des visites

RÉCAPITULATIF DES DONNÉES TRIMESTRIELLES TOTAL RHD (DA COMPRISE)

A NOTER :

La Distribution Automatique (DA) est un marché « à part » : une occasion en DA peut s'apparenter à 1 café. Agréger les données DA au reste des chiffres des occasions revient à mettre sur le même pied, une occasion d'un repas complet en Restauration Servie à Table et la consommation d'un café à la machine à café. In fine, la DA perturbe la lecture des résultats finaux. Par ailleurs, la **DA est exclusivement de la VAE**.

- Intégrer la DA dans la lecture des occasions et des % d'occasions pour tel ou tel mode de consommation est donc de nature à déformer la photographie finale.
- Nous vous avons intégré un traitement des données avec certaines hypothèses Hors DA dans le Tableau ci-dessous.

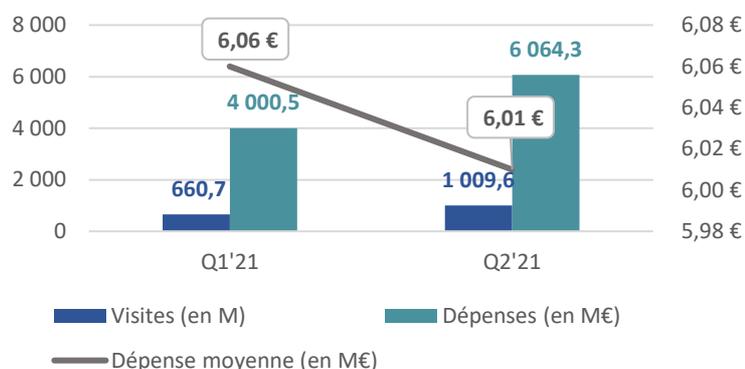
Données TOTAL RHD (DA comprise) - PANEL CREST - Q1 et Q2													
		Q1'19		Q2'19		Q1'20		Q2'20		Q1'21		Q2'21	
Visites (en M)		2 511,0		2 544,4		2 088,5		1 000,7		1 238,4		1 677,9	
Visites Hors DA		1 983,0		2 099,0		1 670,0		839,0		973,0		1 365,0	
Dépenses (en M€)		13 673,4		14 112,5		11 339,3		4 910,6		5 806,0		8 098,1	
Dépenses Hors DA		13 163,0		13 598,0		10 932,0		4 721,0		5 538,0		7 746,0	
Dépense moyenne (en M€)		5,45 €		5,55 €		5,43 €		4,91 €		4,69 €		4,83 €	
Sur place / Au restaurant	Visites (en M) et % sur total avec DA	852,2	34%	927,7	36,5%	618,6	30%	121,9	12%	6,7	0,5%	235,9	14%
	Dépenses (en M€)	6 856,4		7 550,9		5 254,8		1 063,6		43,6		1 841,6	
	% des visites Hors DA	43%		44%		37%		14,5%		0,7%		17,30%	
A emporter	Visites (en M) et % sur total avec DA	1 610,7	64%	1 558,0	61%	1 409,0	67,5%	819,5	82%	1 160,3	94%	1 324,5	79%
	Dépenses (en M€)	6 450,3		6 149,8		5 607,5		3 393,4		5 136,5		5 412,8	
	% des visites Hors DA	55%		53%		59%		78,5%		92%		74,10%	
Livraison	Visites (en M) et % sur total avec DA	48,1	1,9%	58,7	2,3%	61,0	3%	59,3	6%	71,4	6%	117,5	7%
	Dépenses (en M€)	366,8		411,8		477,0		453,6		626,0		843,7	
	% des visites Hors DA	2%		3%		4%		7%		7,3%		8,6%	

Parts de **VAE, LAD** et **Sur Place**, dans la **Restauration Commerciale** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

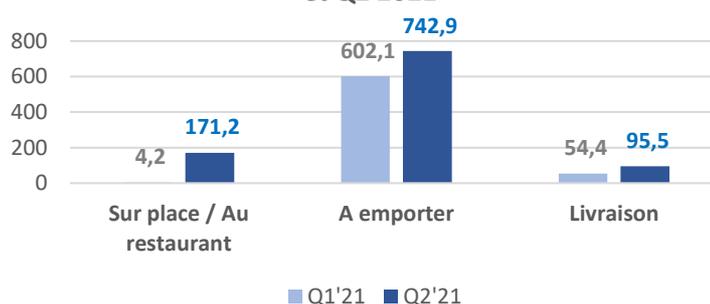
En visites :

Rest Commerciale	Q1'19	Q2'19	Evol Qn/Qn-1	Q1'20	Q2'20	Evol Qn/Qn-1	Q1'21	Q2'21	Evol Qn/Qn-1
Total	100,00%	100,00%		100,00 %	100,00 %		100,00 %	100,00 %	
Sur place / au restaurant	44,50%	45,70%	2,70%	38,30%	12,70%	-66,84%	0,60%	17,00%	2733,00%
A emporter	52,80%	51,60%	-2,27%	57,10%	80,40%	40,81%	91,10%	73,60%	-19,21%
Livraison	2,70%	2,80%	3,71%	4,60%	7,00%	52,18%	8,20%	9,50%	15,86%

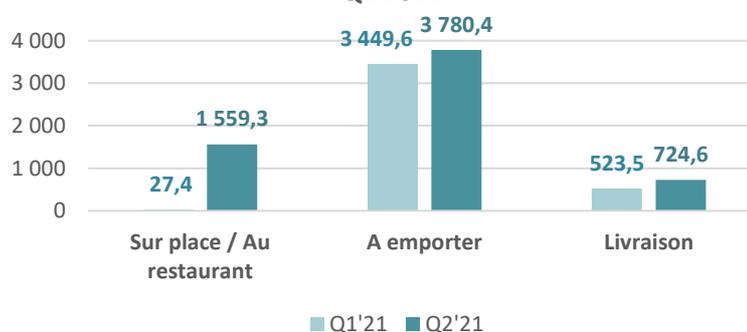
Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Restauration Commerciale - Q1 et Q2 2021



Visites (en M) en fonction du mode de commande en Restauration Commerciale - Q1 et Q2 2021



Dépenses (en M€) en fonction du mode de commande en Restauration Commerciale - Q1 et Q2 2021



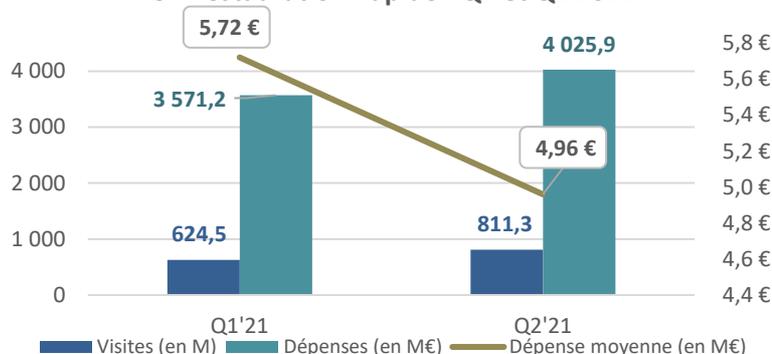
RESTAURATION RAPIDE

Parts de **VAE**, **LAD** et **Sur Place**, dans **la Restauration Rapide** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

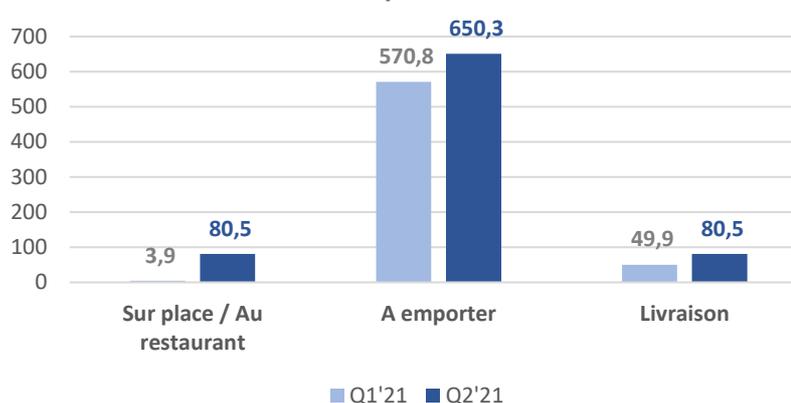
En visites :

Rest Rapide	Q1'19	Q2'19	Evol Qn/Qn- 1	Q1'20	Q2'20	Evol Qn/Qn- 1	Q1'21	Q2'21	Evol Qn/Qn- 1
Total	100,00%	100,00%		100,00 %	100,00 %		100,00 %	100,00 %	
Sur place / au restaurant	28,80%	31,20%	8,34%	24,60%	6,00%	-66,84%	0,60%	9,90%	1550,00 %
A emporter	68,00%	65,60%	-3,53%	70,40%	87,40%	24,15%	91,40%	80,20%	-12,25%
Livraison	3,20%	3,30%	3,13%	5,00%	6,60%	32,00%	8,00%	9,90%	23,75%

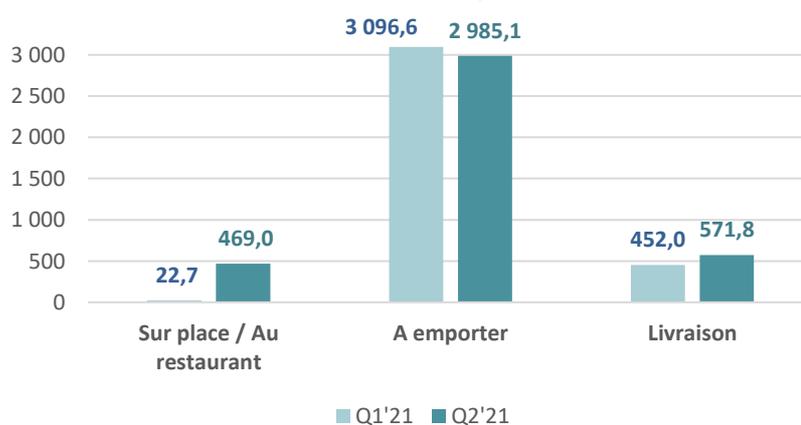
Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Restauration Rapide - Q1 et Q2 2021



Visites (en M) en fonction du mode de commande en Restauration Rapide - Q1 et Q2 2021



Dépenses (en M€) en fonction du mode de commande en Restauration Rapide - Q1 et Q2 2021



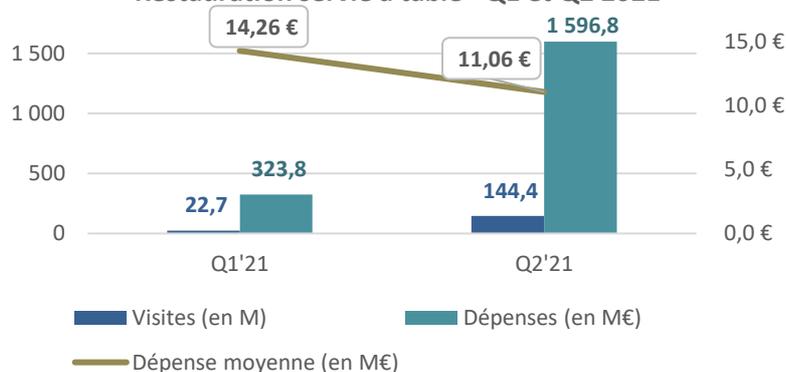
2 RESTAURATION SERVIE À TABLE

Parts de VAE, LAD et Sur Place, dans **la Restauration Servie A Table** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

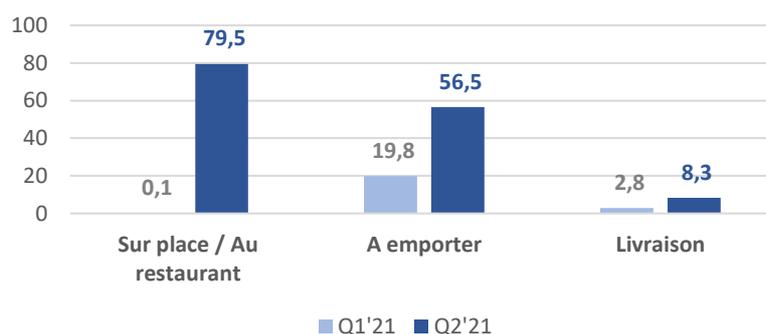
En visites :

Rest Servie A table	Q1'19	Q2'19	Evol Qn/Qn- 1	Q1'20	Q2'20	Evol Qn/Qn- 1	Q1'21	Q2'21	Evol Qn/Q n-1
Total	100,00%	100,00%		100,00 %	100,00 %		100,00 %	100,00 %	
Sur place / au restaurant	81,10%	81,80%	0,87%	77,30%	48,30%	-37,51%	0,50%	55,10%	10920,00%
A emporter	17,70%	17,00%	-3,95%	20,40%	42,80%	109,81%	87,20%	39,20%	-55,04%
Livraison	1,20%	1,20%	0,00%	2,30%	9,00%	291,31%	12,30%	5,80%	-52,84%

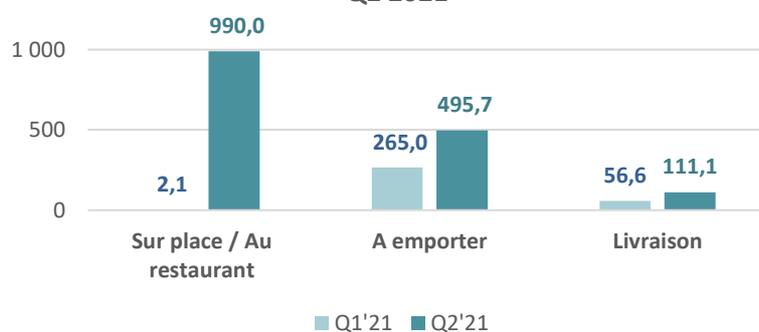
Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Restauration servie à table - Q1 et Q2 2021



Visites (en M) en fonction du mode de commande en Restauration servie à table - Q1 et Q2 2021



Dépenses (en M€) en fonction du mode de commande en Restauration servie à table - Q1 et Q2 2021



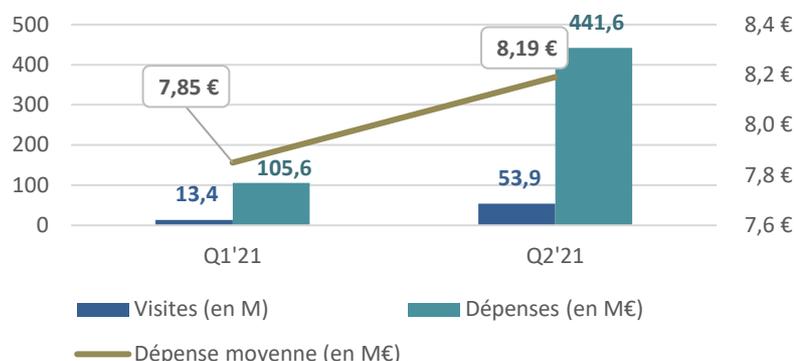
LOISIRS & TRANSPORTS

Parts de **VAE**, **LAD** et **Sur Place**, dans la **Restauration Loisirs & transports** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

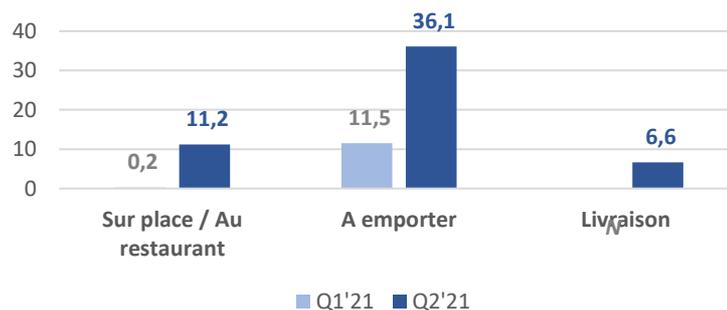
En visites :

Rest Loisirs & Transports	Q1'19	Q2'19	Evol Qn/Qn-1	Q1'20	Q2'20	Evol Qn/Qn-1	Q1'21	Q2'21	Evol Qn/Qn-1
Total	100,00 %	100,00%		100,00 %	100,00 %		100,00 %	100,00 %	
Sur place / au restaurant	45,10%	38,90%	-13,74%	35,70%	15,10%	-57,70%	0,50%	1,60%	220,00%
A emporter	50,70%	57,10%	12,63%	56,90%	78,20%	37,44%	87,20%	85,70%	-1,72%
Livraison	4,20%	4,10%	2,50%	7,40%	6,70%	-9,46%	12,30%	12,70%	3,26%

Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Loisirs & Transports - Q1 et Q2 2021

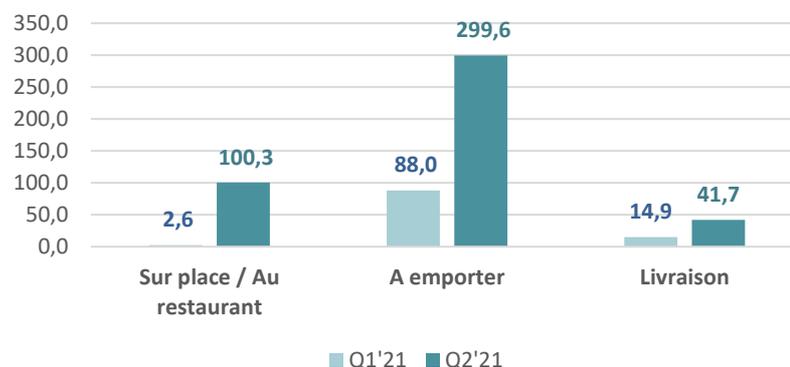


Visites (en M) en fonction du mode de commande en Loisirs & Transports - Q1 et Q2 2021



NC : Non communiqué

Dépenses (en M€) en fonction du mode de commande en Loisirs & Transports - Q1 et Q2 2021

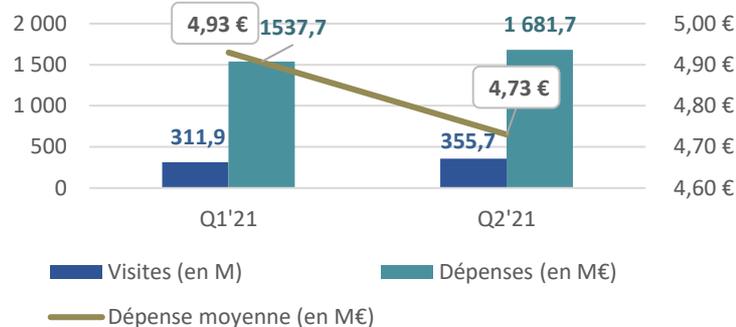


Parts de **VAE**, **LAD** et **Sur Place**, dans la **Restauration Collective** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

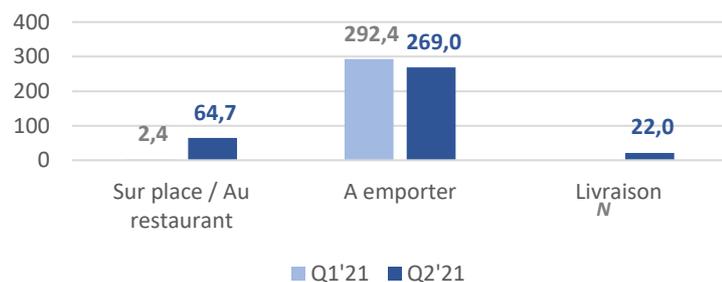
En visites :

Rest Collective	Q1'19	Q2'19	Evol Qn/Qn-1	Q1'20	Q2'20	Evol Qn/Qn-1	Q1'21	Q2'21	Evol Qn/Qn-1
Total	100,00 %	100,00%		100,00 %	100,00 %		100,00 %	100,00 %	
Sur place / au restaurant	40,20%	40,60%	1,00%	34,60%	21,40%	-38,15%	0,80%	18,20%	2175,00 %
A emporter	58,00%	56,60%	-2,41%	63,60%	71,20%	11,95%	93,80%	75,60%	-19,40%
Livraison	1,90%	2,80%	47,37%	1,80%	7,40%	311,12%	5,50%	6,20%	12,73%

Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Restauration Collective - Q1 et Q2 2021

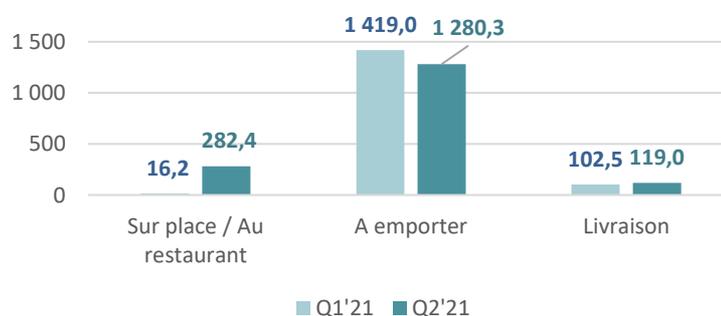


Visites (en M) en fonction du mode de commande en Restauration Collective - Q1 et Q2 2021



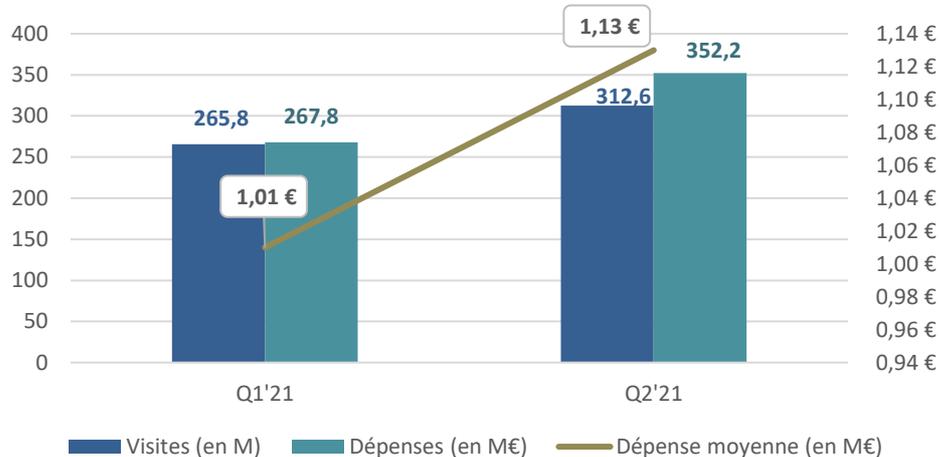
NC : Non

Dépenses (en M€) en fonction du mode de commande en Restauration Collective - Q1 et Q2 2021



Parts de **VAE**, **LAD** et **Sur Place**, dans **la Distribution automatique** sur le premier trimestre 2021, puis sur le second trimestre ET évolutions de ces parts :

Visites, dépenses totales et dépenses moyennes en Distribution Automatique - Q1 et Q2 2021



Visites et dépenses en Distribution Automatique à emporter - Q1 et Q2 2021

