

# CREST Upgrade 2019

## Comparaison des données avant et après upgrade – Total 2018 et le backdata

July 2019

Copyright 2019. The NPD Group, Inc. All Rights Reserved.  
This presentation is **proprietary and confidential** and may not be disclosed in any manner, in whole or in part, to any third party without the express written consent of NPD.



# CREST Upgrade – c'est quoi?

- NPD cherche constamment à exploiter les possibilités **d'améliorer** la qualité des données que nous fournissons à nos clients.
- Cet upgrade vise à mettre en œuvre des **améliorations à la "méthodologie du traitement des données"** du CREST sur la base des meilleures pratiques de recherche les plus récentes.
- La "méthodologie du traitement des données" comprend **toutes les étapes qui suivent la collecte des données brutes jusqu'à la publication des chiffres définitifs.**
- Cet upgrade est effectué pour **les 5 pays d'Europe de l'Ouest** simultanément.
- Afin de produire la base de données du CREST de manière cohérente dans le temps, **toutes les données rétrospectives seront reproduites sur la base de la méthodologie améliorée.**

# Where we stand in the process

1. 19 février : Note d'annonce
2. AUJOURD'HUI : Comparaison des données avant et après l'upgrade
3. Juillet/août 2019 : Rapports complets avec de nouvelles données et d'autres comparaisons et suivis.

# Pourquoi upgrader les données?

Notre monde est en constante évolution, et un certain nombre de ces changements doivent être pris en considération afin de fournir la vision la plus fiable du RHD.

Voici les changements clés:

- **L'évolution de la population**
- **L'évolution de l'industrie et du marché RHD**
- **La sophistication accrue des méthodes statistiques**

Le CREST doit tenir compte de ces évolutions et bénéficier des méthodes statistiques les plus récentes.

# Éléments de l'upgrade CREST

- Amélioration des règles d'exclusion des outliers (Robots, Panelistes Atypiques, Tricheurs):
- Plus de chaînes ajoutées au questionnaire
- Mise à jour de la segmentation du marché
- Affinement des cibles de pondération/projection
- Perfectionnement de la méthodologie de pondération/projection
- Des contrôles affinés concernant les biais des panélistes



EDITING



PROJECTION



CALIBRATION

# Données upgradées: nouveaux segments & nouvelles chaînes

- Nouveaux segments:
  - Fast Casual Burger/Chicken (Memphis Coffee, Big Fernand, 231 Str., Factory & Co)
  - Fast Casual Sandwich (Classcroute, Cojean, Exki, Prêt à manger, Bagel corner, Bagelstein, Pegast);
  - Fast Casual Pizza Italian (Mezzo di pasta, Francesca, Pizza Sprint)
- Nouvelles chaînes rajoutées en clair dans le questionnaires (lisibles à l'analyse):
  - O'Tacos
  - Marie Blachère
  - Columbus

# Impact sur les segments Geco

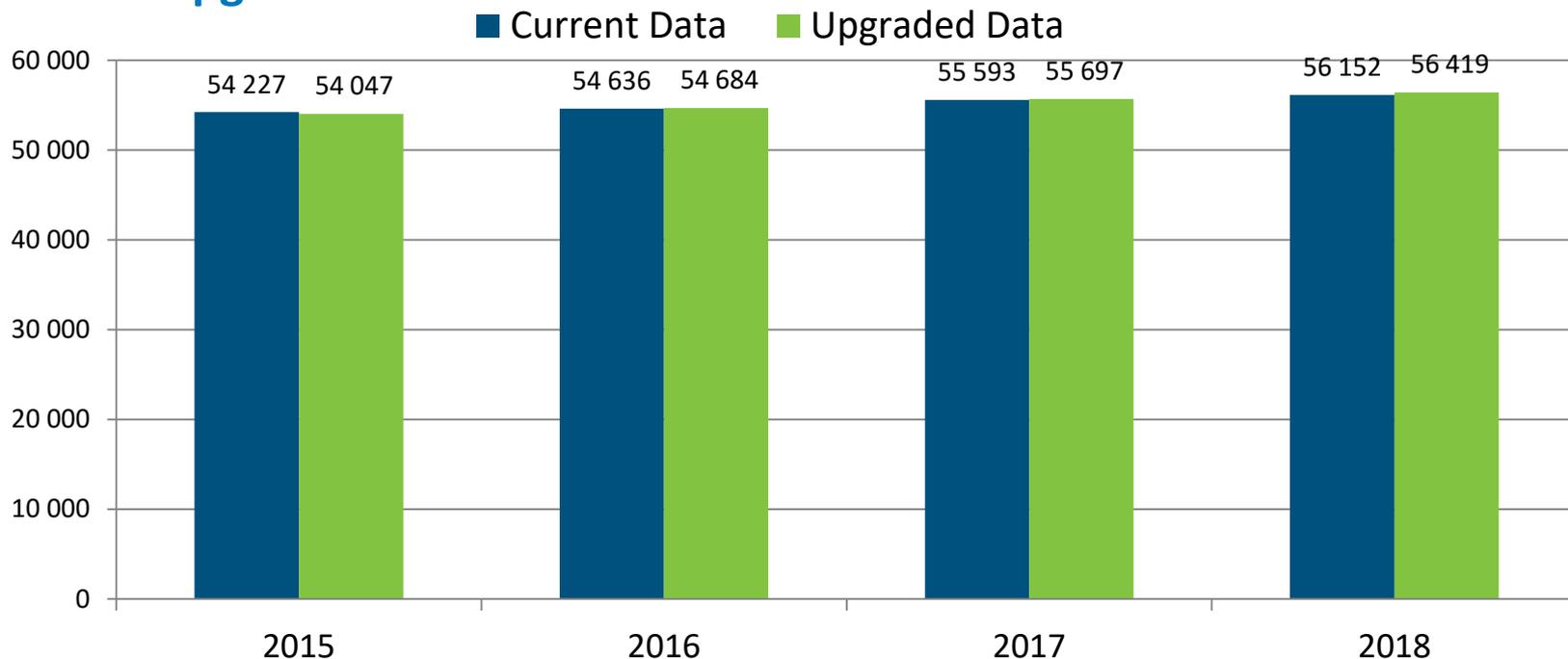
Nouveaux segments/chaînes	Avant l'upgrade CREST	Après l'upgrade CREST
Fast Casual Burger/Chicken	Burgers	Burgers
Fast Casual Sandwich	Sandwicheries (Autres Sandwiches)	Sandwicheries (Fast Casual Sandwich)
Fast Casual Pizza Italian	Autres rest. rapide	Pizza VAE/livrée
O'Tacos	Autres rest. rapide	Autres rest. rapide
Marie Blachère	Sandwicheries (Autres Sandwiches)	Sandwicheries
Columbus	Autres rest. rapide	Autres rest. rapide

# 1. MARCHÉ RHD



# RHD + DA: dépenses totales (en million)

L'estimation du marché RHD reste très proche en valeur entre les données actuelles et upgradées.



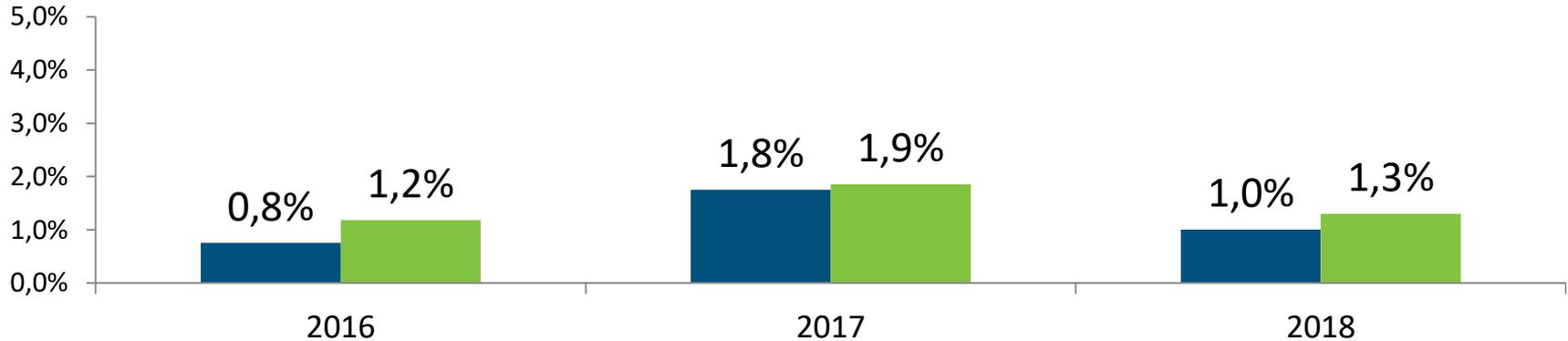
Données CREST en million d'euro

# RHD+DA: Trend en dépenses

Les dépenses progressent légèrement plus vite dans la base “upgradée” due à une meilleure couverture de certaines chaînes et à la progression de la livraison mieux suivie.

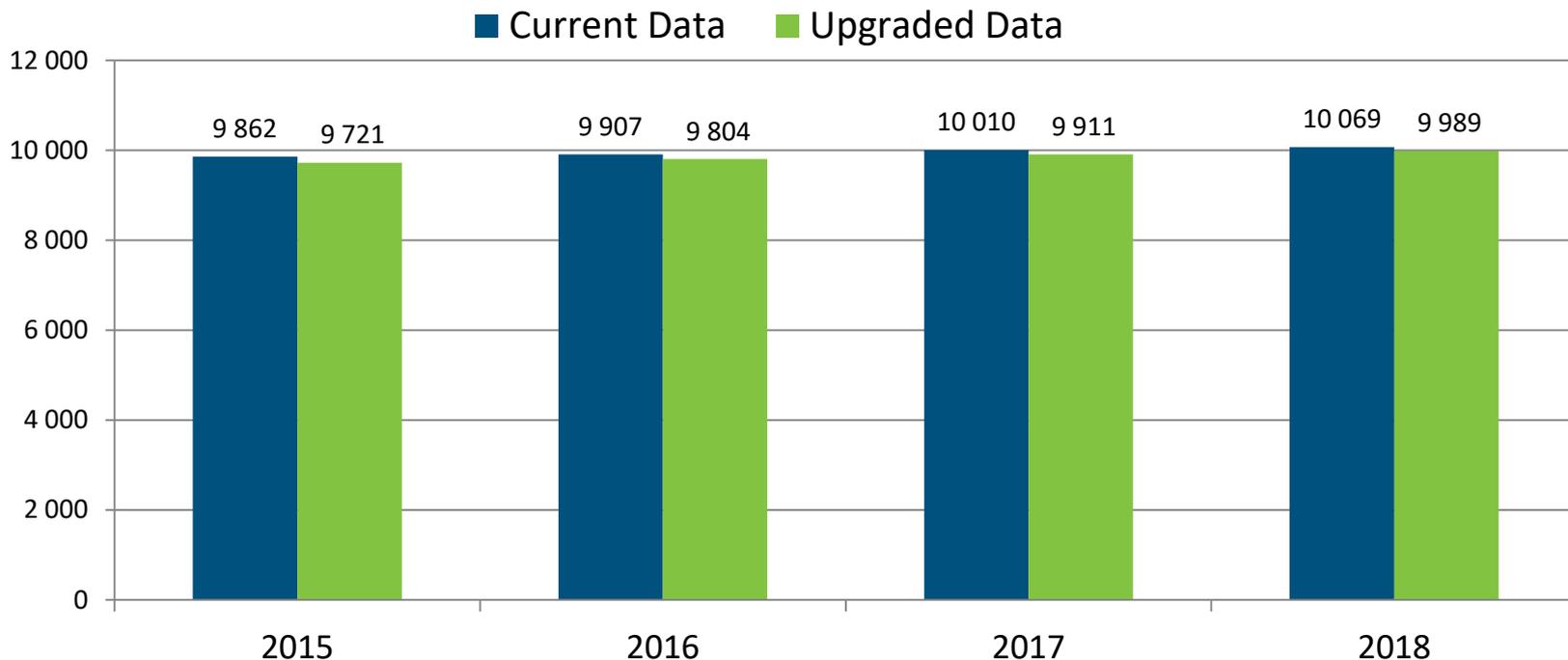
% vs N-1

■ Current Data ■ Upgraded Data



# RHD + DA: visites totales (en million)

Le marché « upgradé » reste essentiellement comparable, une très légère diminution des visites est liée au cleaning des outliers et des visites « livraison » en retail.

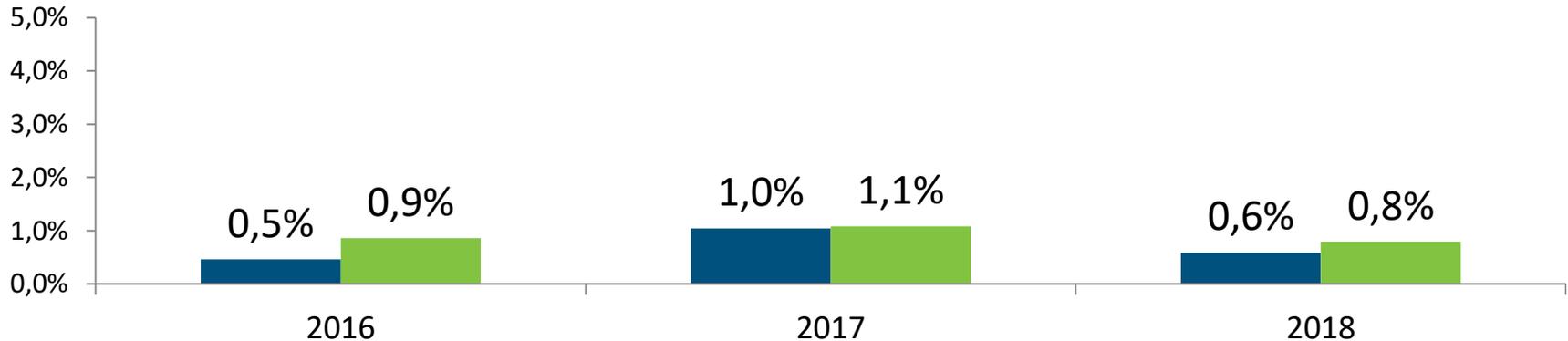


# RHD+DA: Trend en visites

De légers changements des tendances sont dues à la fois à l'ajustement des différentes chaînes et à la meilleure couverture de la livraison.

% vs N-1

■ Current Data ■ Upgraded Data



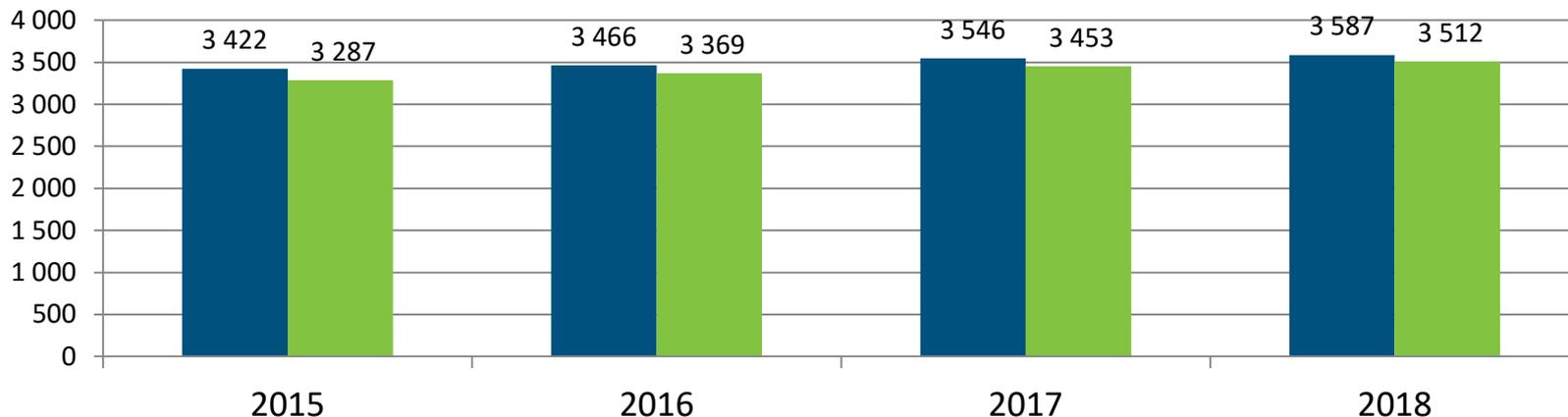
# 2. COMPARAISONS PAR SEGMENT – RESTAURATION RAPIDE



# Restauration rapide: visites totales (en million)

Upgraded data: on a dû ajuster la chaîne O'Tacos à la baisse, « nettoyer » les transactions du retail destinées à la livraison ou supérieures à 15€.

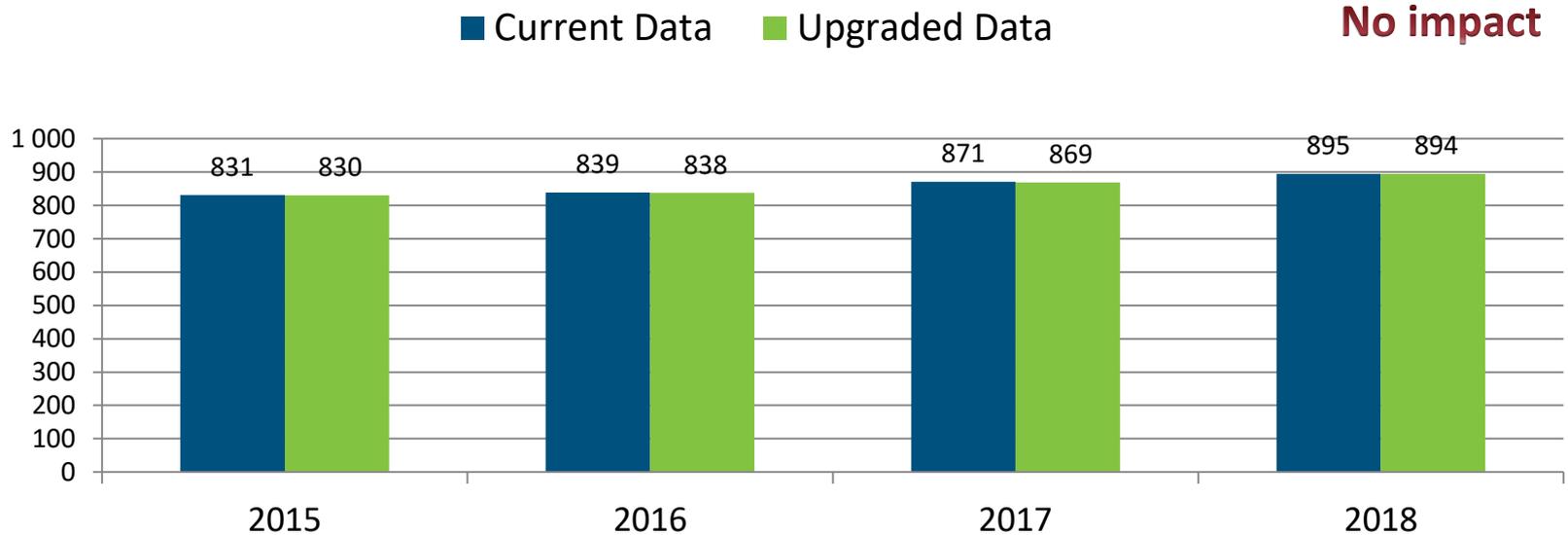
■ Current Data ■ Upgraded Data



	2016	2017	2018
Current data	1,3%	2,3%	1,2%
Upgraded data	2,5%	2,5%	1,7%

# Burgers: visites totales (en million)

Upgraded data: les valeurs absolues en visites et les évolutions quasiment identiques vs current data.

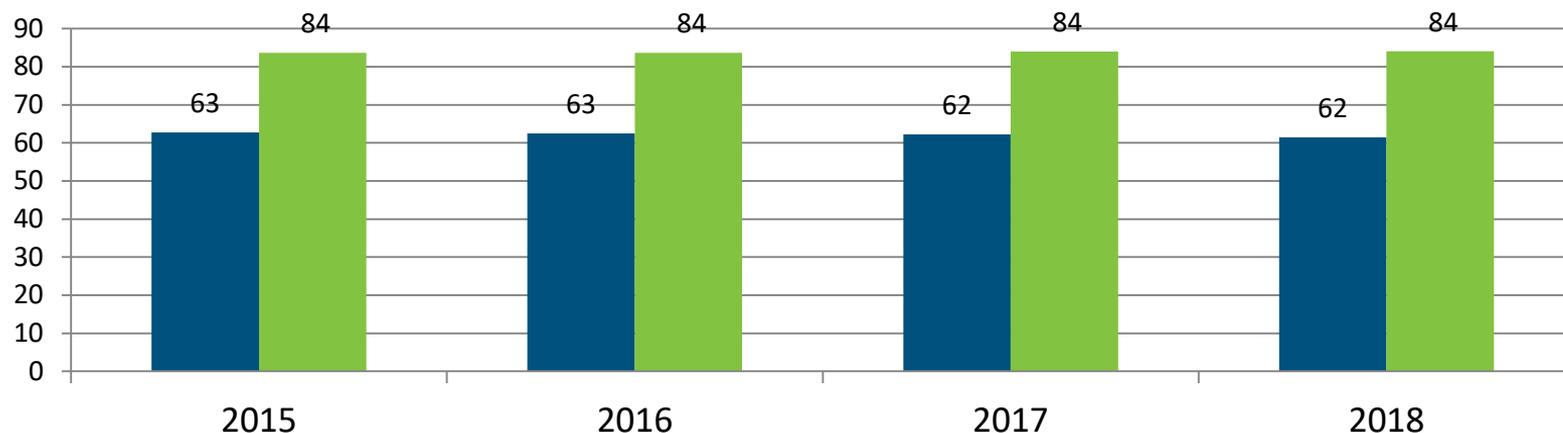


	2016	2017	2018
Current data	0,9%	3,9%	2,7%
Upgraded data	0,9%	3,8%	2,9%

# Pizza VAE livrée: visites totales (en million)

Upgraded data: l'intégration du Fast Casual Pizza Italian (Mezzo di pasta, Francesca, Pizza Sprint) dans Pizza VAE a amélioré les tendances en visites.

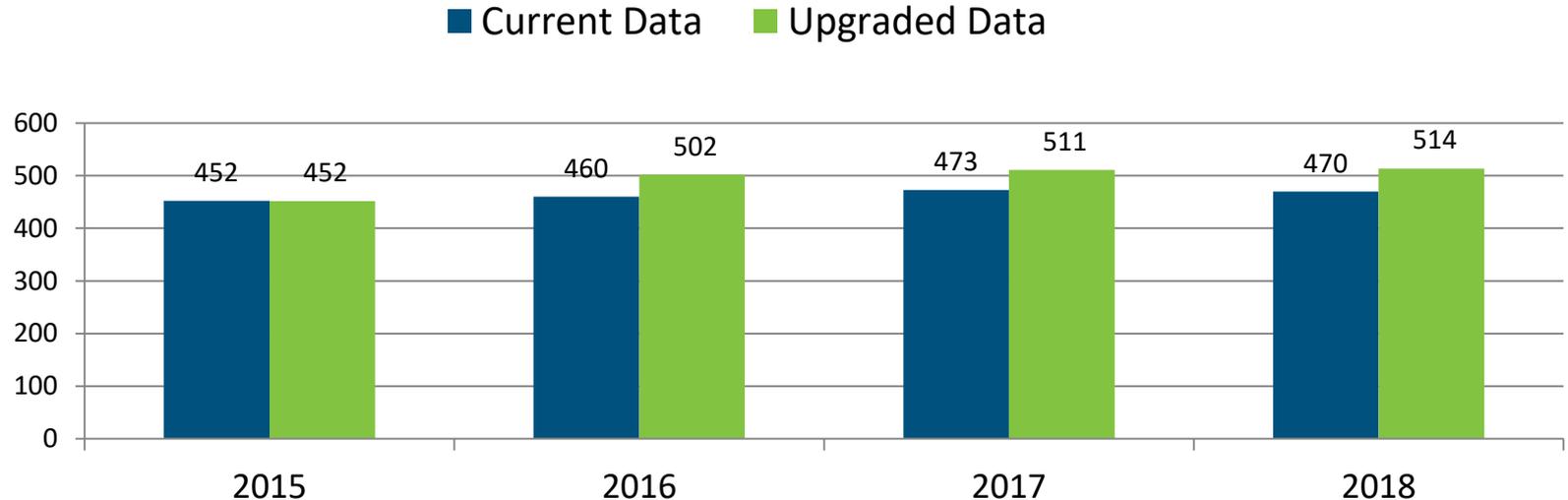
■ Current Data ■ Upgraded Data



	2016	2017	2018
Current data	-0,3%	-0,5%	-1,1%
Upgraded data	0,0%	0,4%	0,1%

# Sandwicheries: visites totales (en million)

Upgraded data: l'intégration de Marie Blachère en 2015 a eu un impact sur la progression des visites en 2016, ainsi qu'une tendance plus positive en visites en 2018.

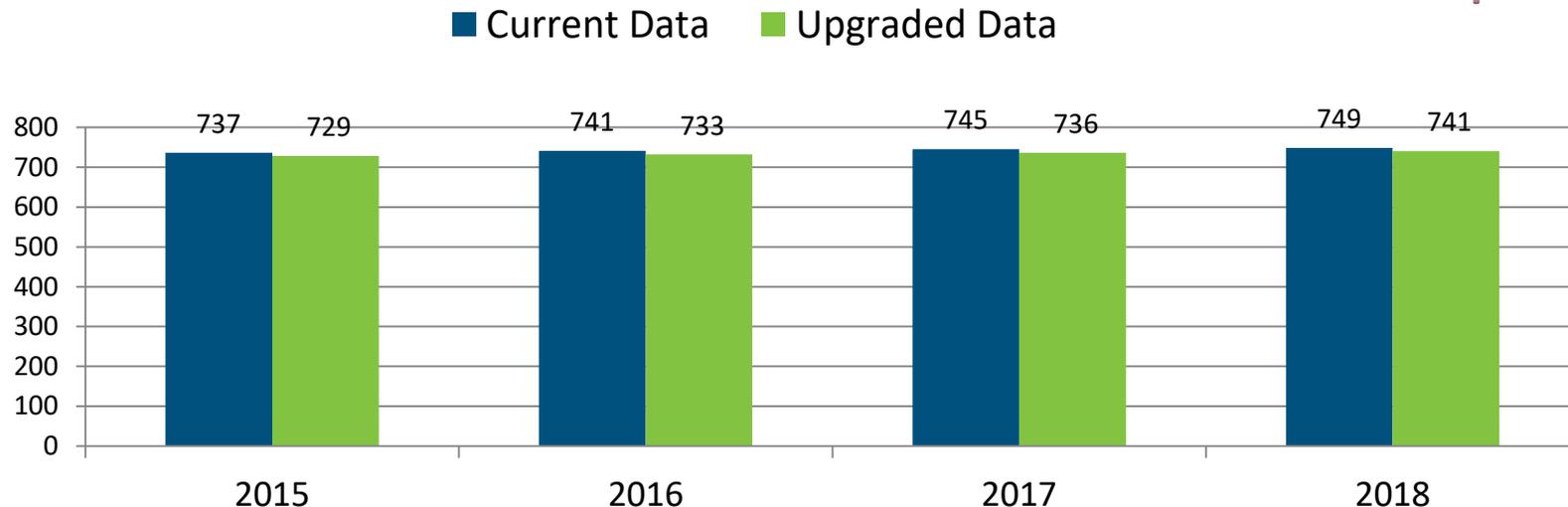


	2016	2017	2018
Current data	1,8%	2,8%	-0,7%
Upgraded data	11,1%	1,9%	0,4%

# Boulangeries: visites totales (en million)

Upgraded data: les données quasi-identiques

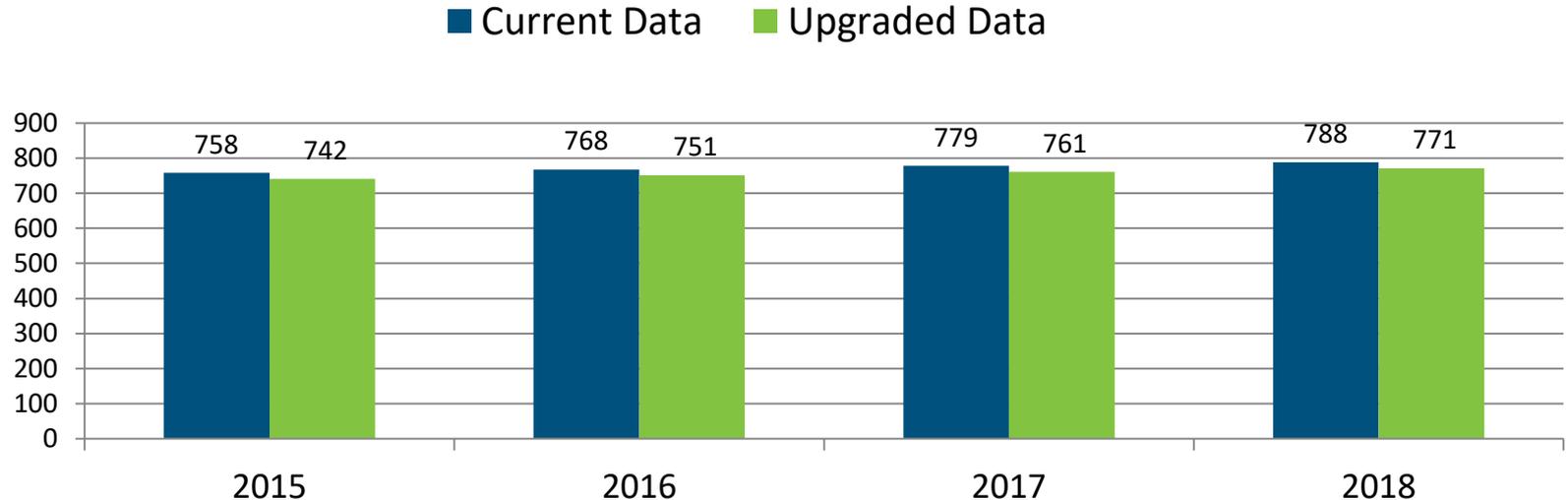
No impact



	2016	2017	2018
Current data	0,6%	0,5%	0,5%
Upgraded data	0,5%	0,5%	0,6%

# GMS / Traiteurs: visites totales (en million)

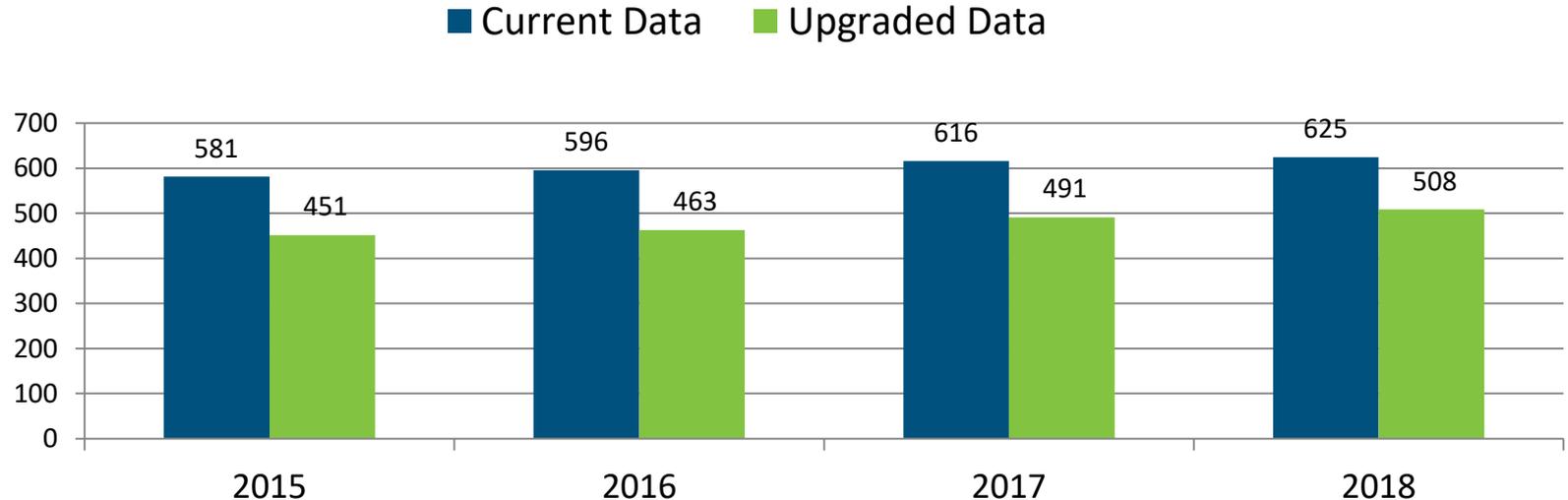
Upgraded data: les données GMS « cleanées » de la livraison à domicile et des transactions supérieures à 15€.



	2016	2017	2018
Current data	1,2%	1,4%	1,2%
Upgraded data	1,2%	1,4%	1,2%

# Autres rest. rapide: visites totales (en million)

Upgraded data: O'Tacos rajouté en mars 2017 (et ajusté à sa valeur en visites (divisés par trois vs la base actuelle), le cleaning de la livraison « non identifiée ».



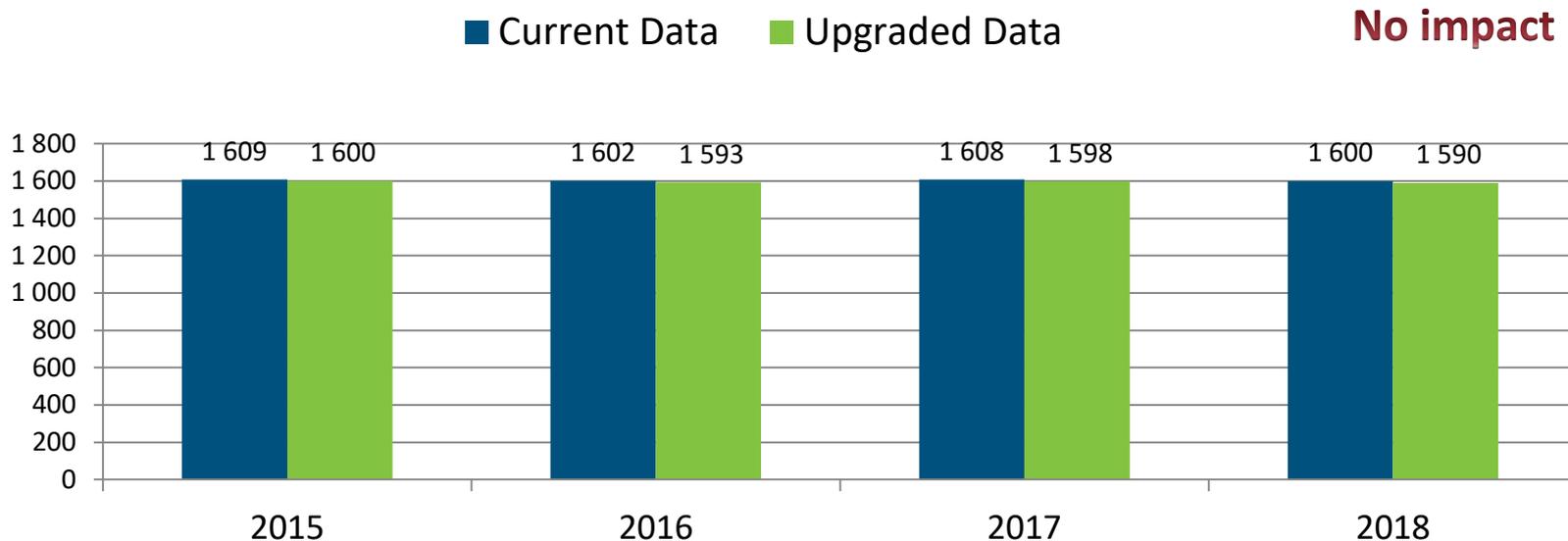
	2016	2017	2018
Current data	2,5%	3,4%	1,3%
Upgraded data	2,5%	6,1%	3,6%

# 3. COMPARAISONS PAR SEGMENT – RESTAURATION A TABLE



# Restauration à table: visites totales (en million)

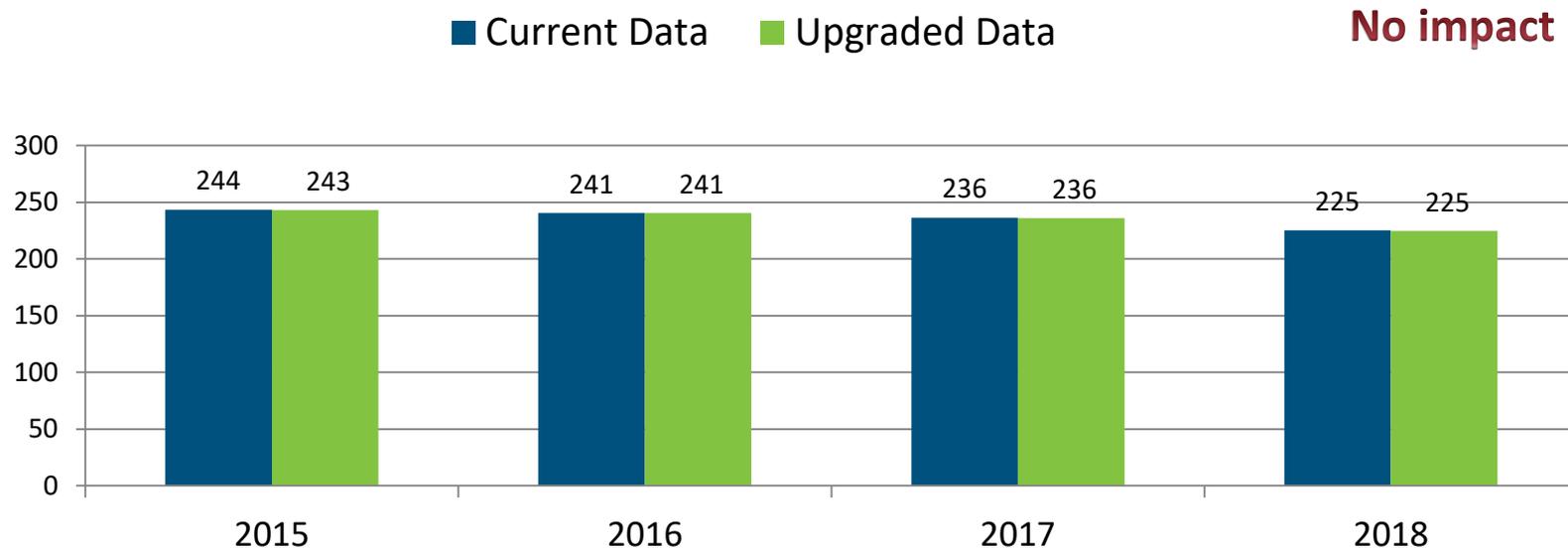
Upgraded data: les données quasi-identiques avant et après l'upgrade.



	2016	2017	2018
Current data	-0,4%	0,4%	-0,5%
Upgraded data	-0,4%	0,3%	-0,5%

# Cafétérias: visites totales (en million)

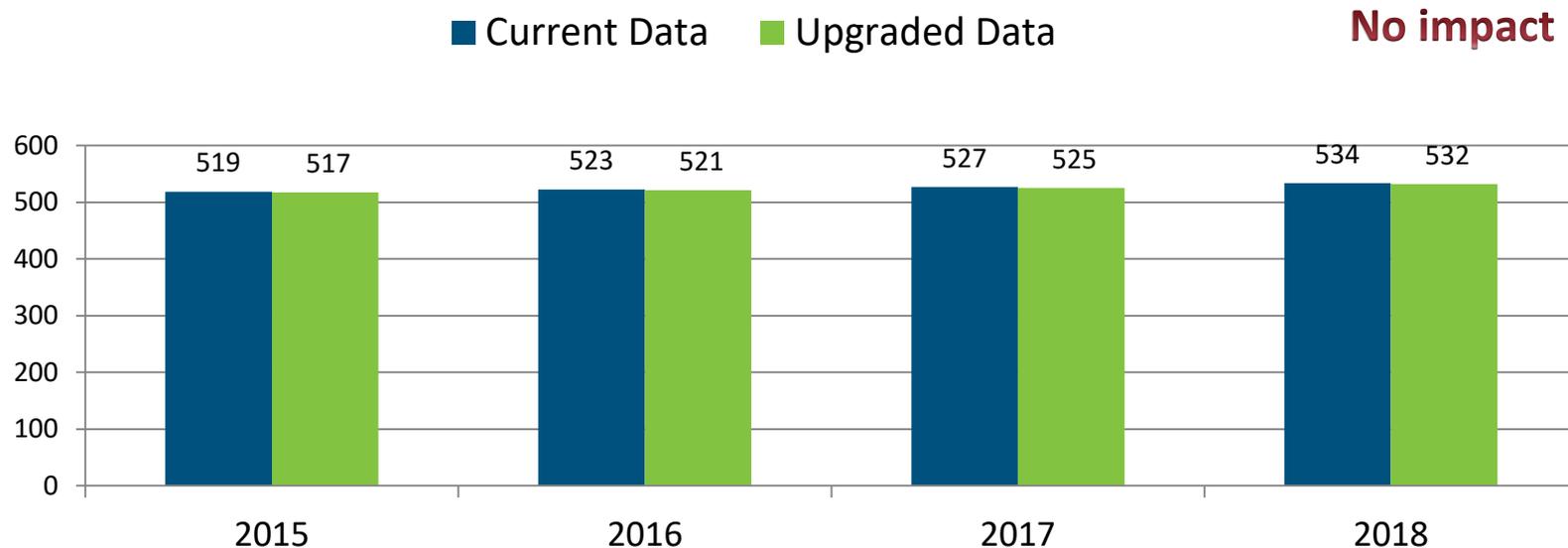
Upgraded data: les données quasi-identiques avant et après l'upgrade.



	2016	2017	2018
Current data	-1,2%	-1,7%	-4,7%
Upgraded data	-1,1%	-1,9%	-4,8%

# Cafés Bars Brasseries: visites totales (en million)

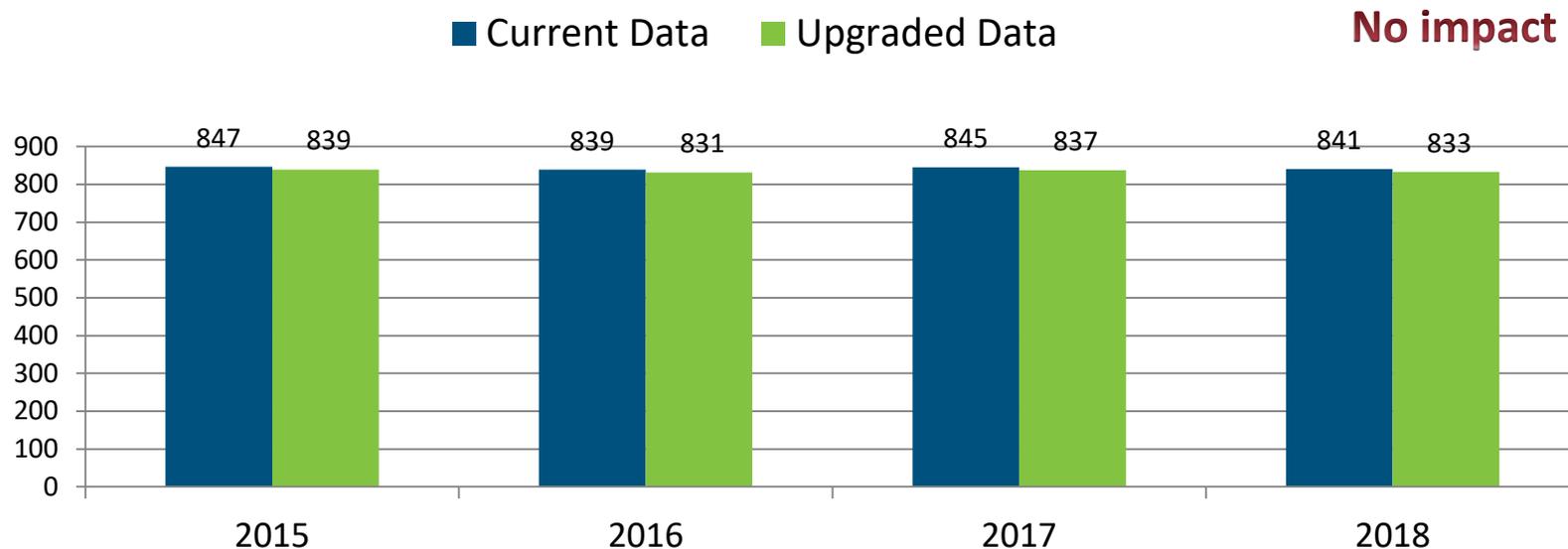
Upgraded data: les données quasi-identiques avant et après l'upgrade.



	2016	2017	2018
Current data	0,8%	0,8%	1,4%
Upgraded data	0,8%	0,8%	1,3%

# Rest. Trad: visites totales (en million)

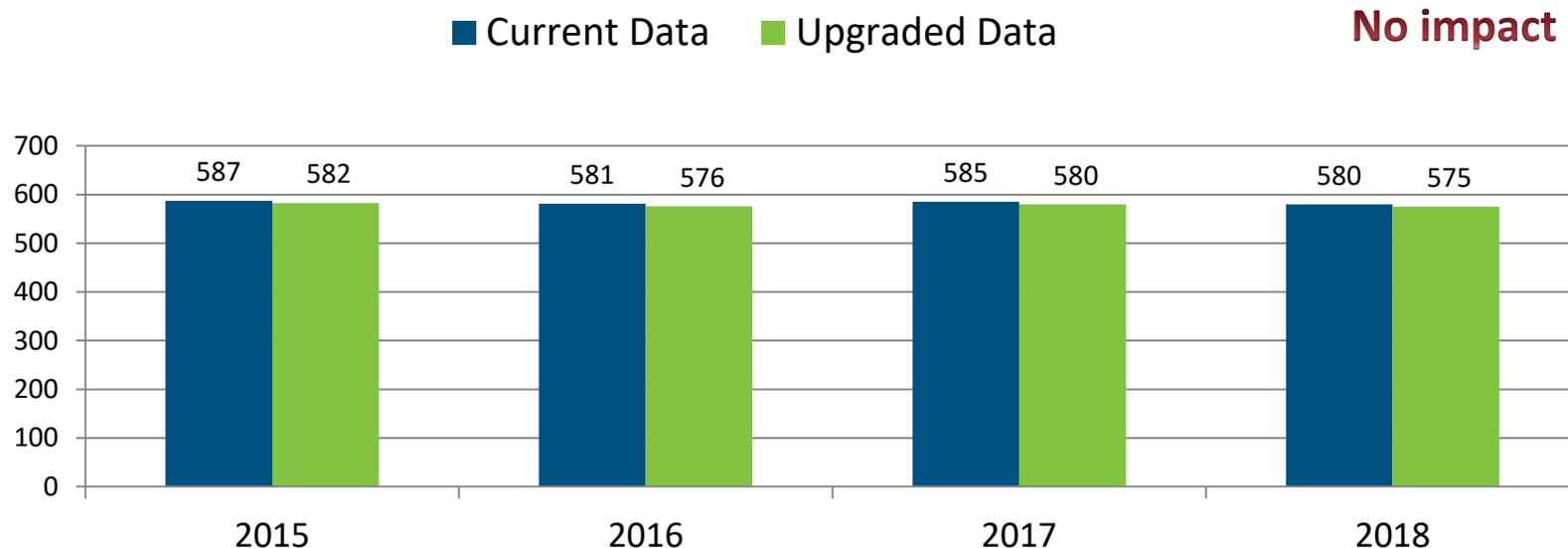
Upgraded data: quasiment pas de différence.



	2016	2017	2018
Current data	-0,9%	0,7%	-0,5%
Upgraded data	-0,9%	0,7%	-0,4%

# Rest. à thème: visites totales (en million)

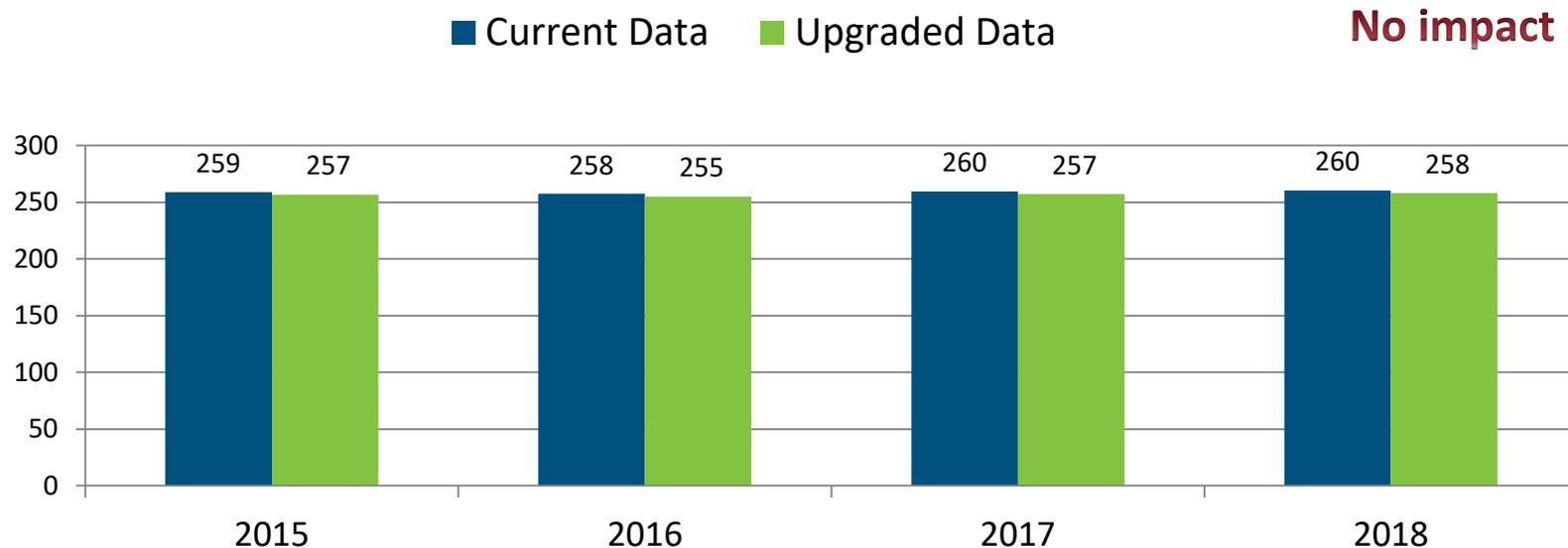
Upgraded data: quasiment pas de différence.



	2016	2017	2018
Current data	-1,1%	0,7%	-0,9%
Upgraded data	-1,1%	0,6%	-0,8%

# Rest. non thématique: visites totales (en million)

Upgraded data: quasiment pas de différence.



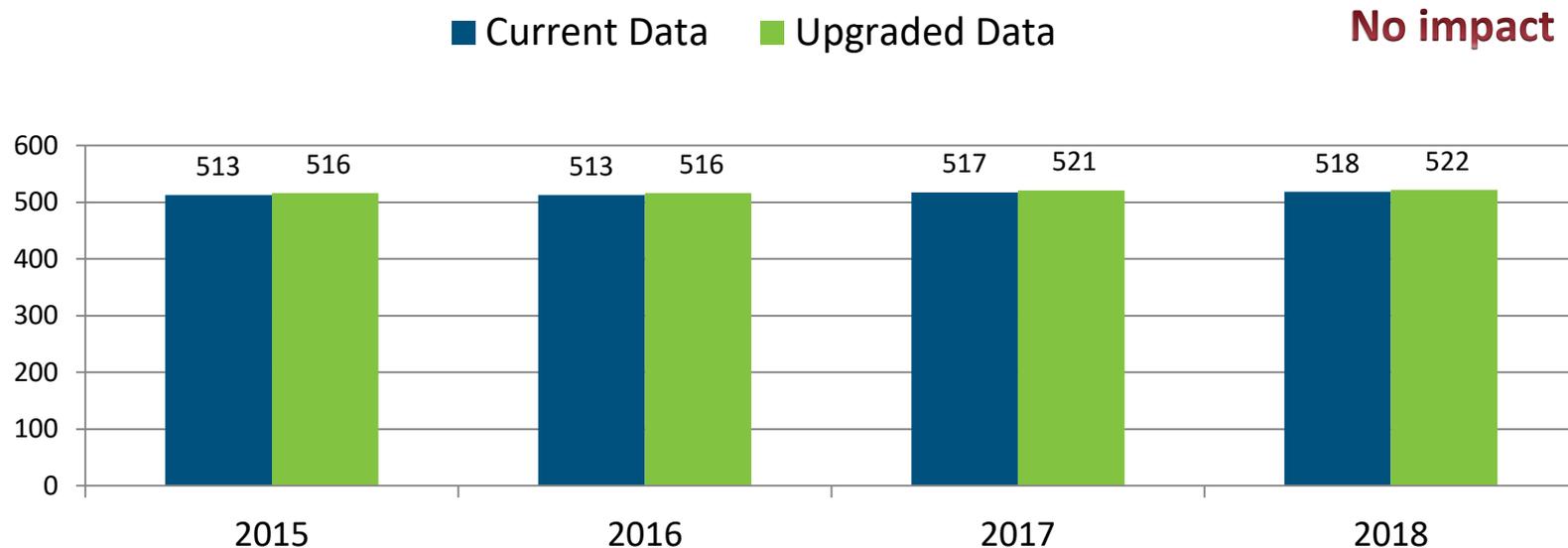
	2016	2017	2018
Current data	-0,6%	0,8%	0,3%
Upgraded data	-0,6%	0,8%	0,3%



# 3. COMPARAISONS PAR SEGMENT – REST. CO + TRANSPORT+DA

# Loisirs & Transport: visites totales (en million)

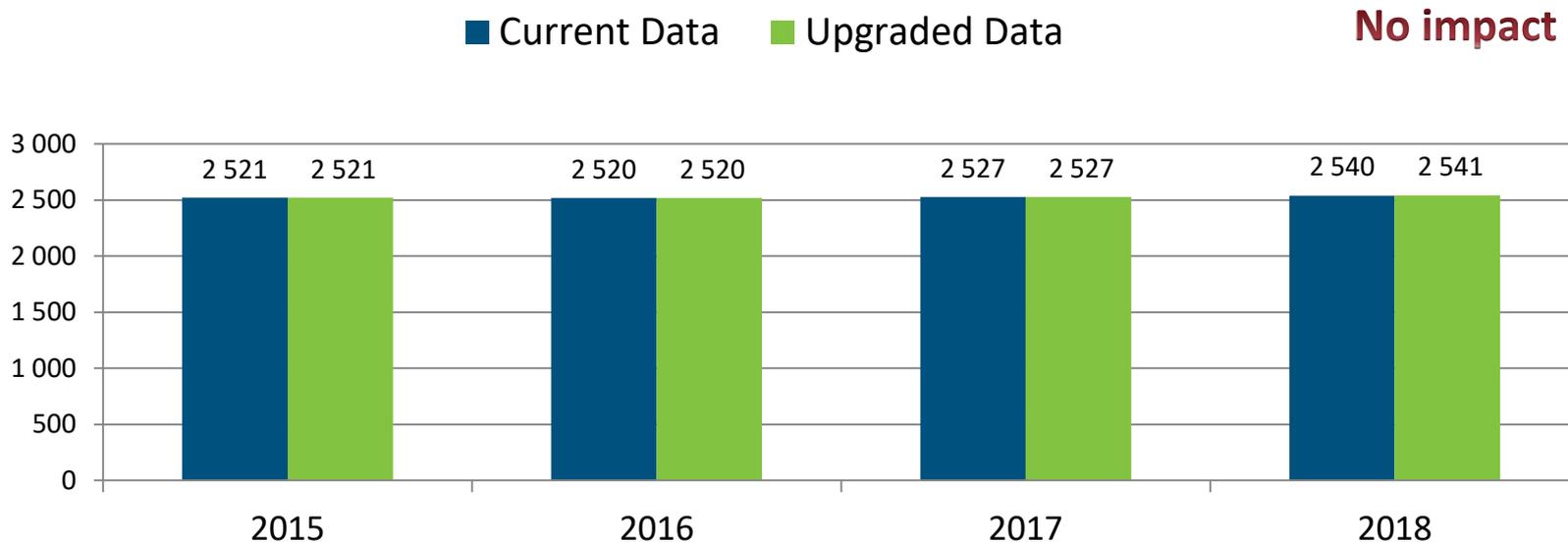
Upgraded data: quasiment pas de différence.



	2016	2017	2018
Current data	0,0%	0,9%	0,2%
Upgraded data	0,0%	0,9%	0,3%

# Restauration collective: visites totales (en million)

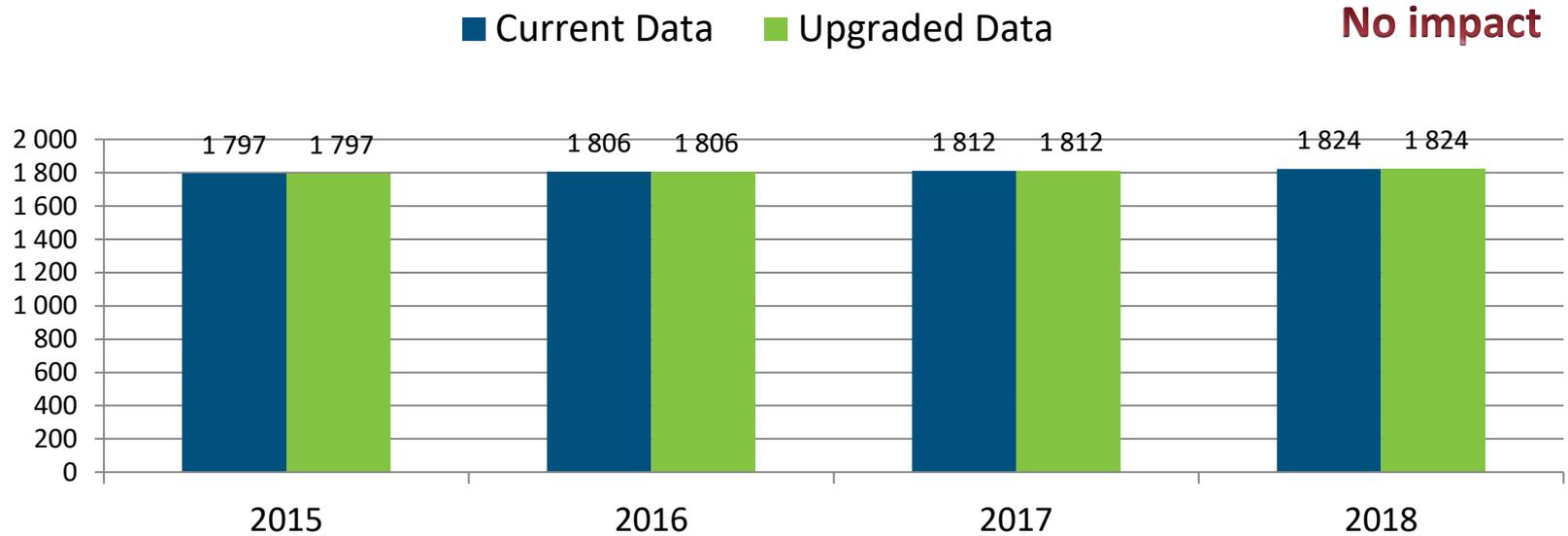
Upgraded data: quasiment pas de différence.



	2016	2017	2018
Current data	0,0%	0,3%	0,5%
Upgraded data	0,0%	0,3%	0,6%

# DA: visites totales (en million)

Upgraded data: quasiment pas de différence.



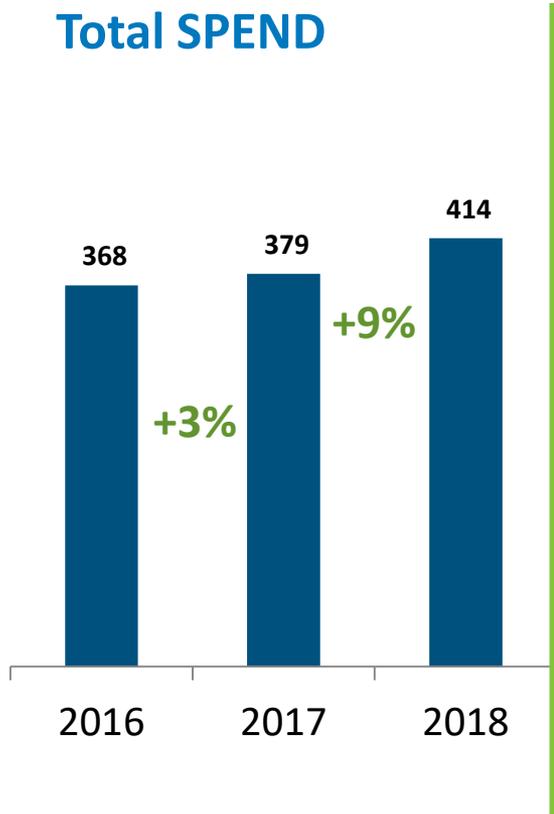
	2016	2017	2018
Current data	0,5%	0,3%	0,7%
Upgraded data	0,5%	0,3%	0,7%

# NOUVELLES CHAÎNES RAJOUTÉES

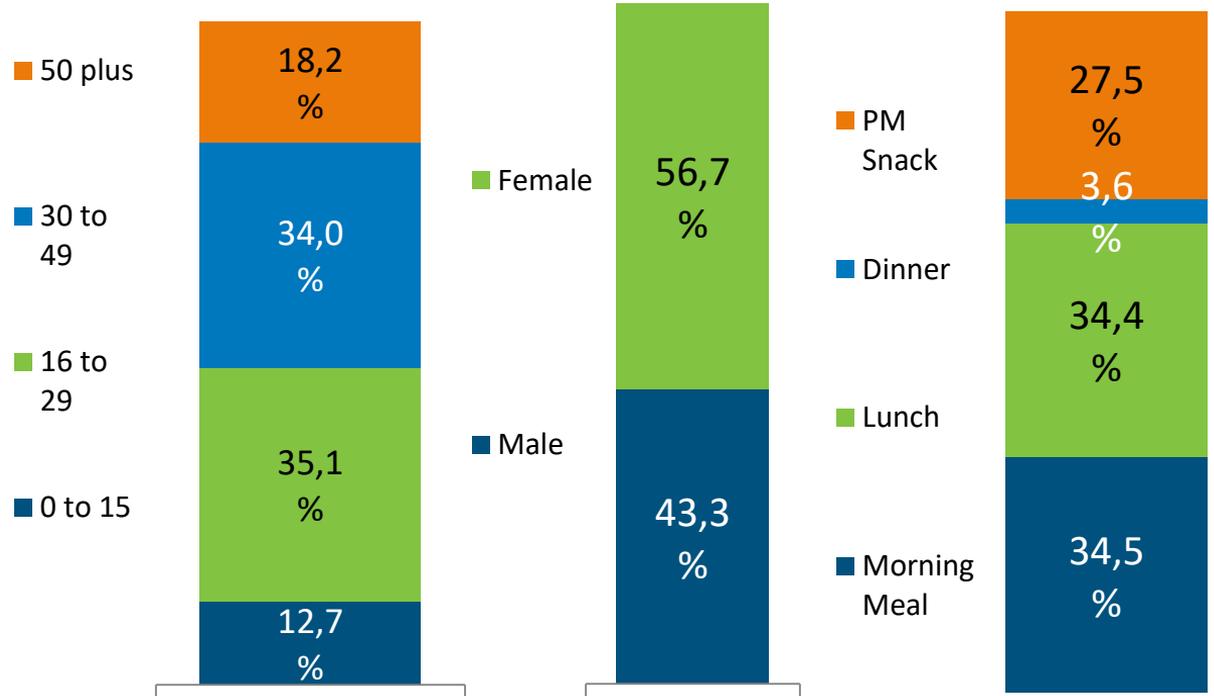


# Marie Blachère

## Total SPEND

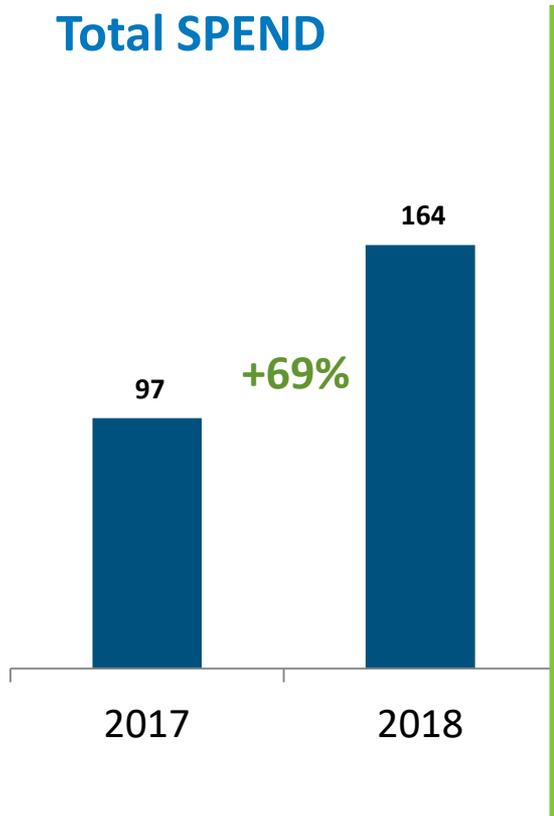


## Visits in % - 2018

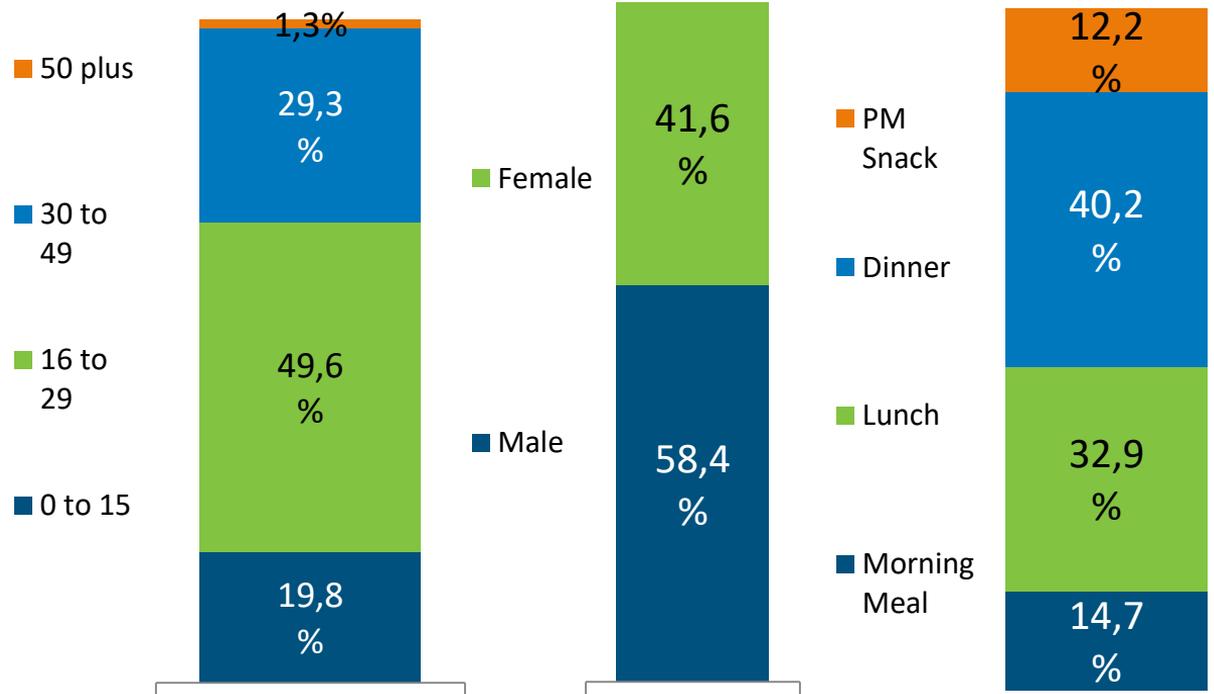


# O'Tacos

## Total SPEND

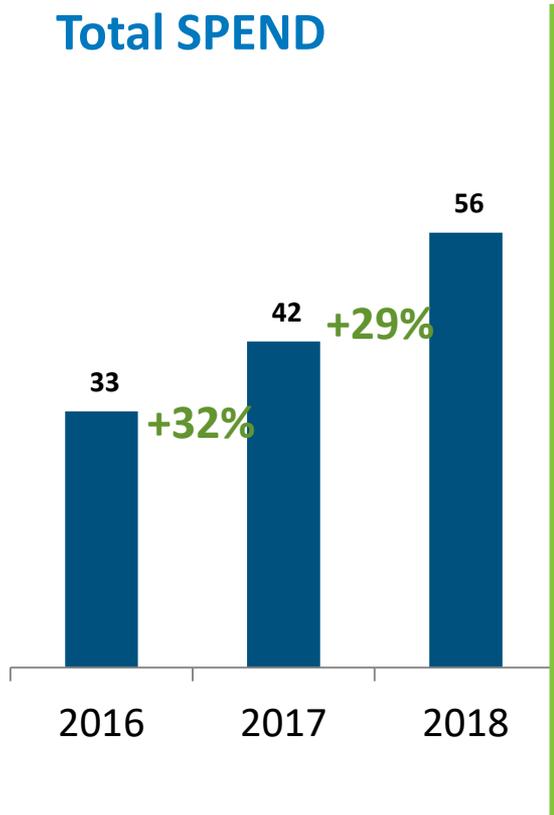


## Visits in % - 2018

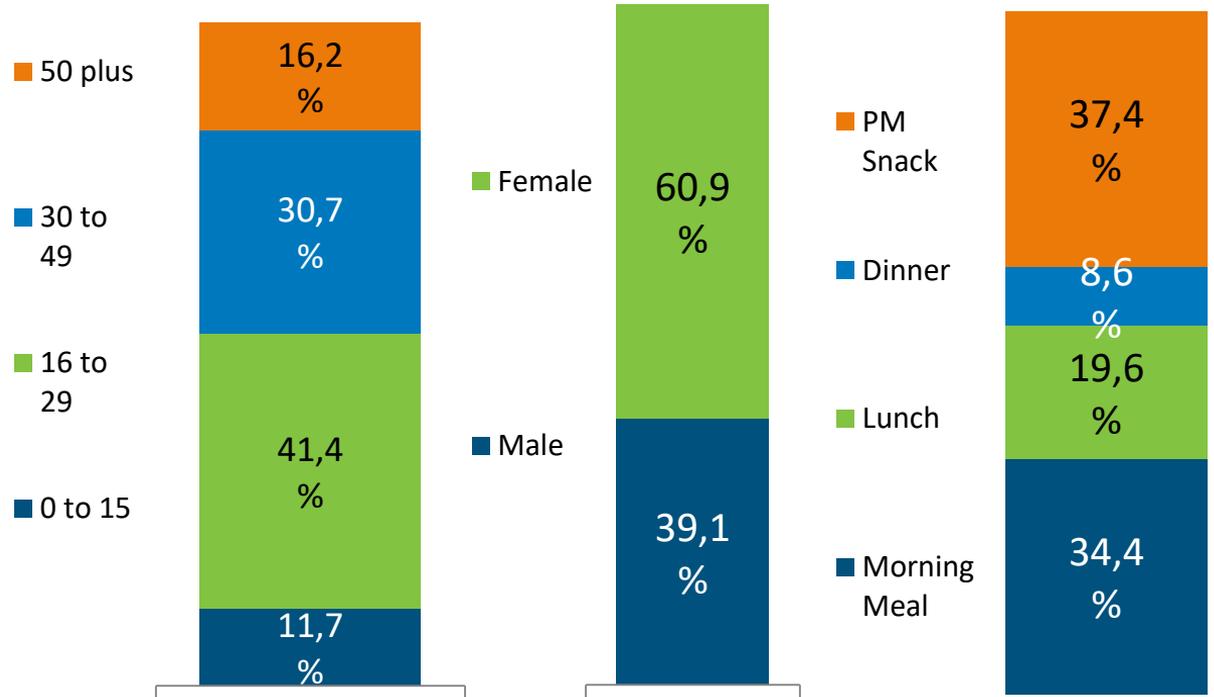


# Columbus

## Total SPEND



## Visits in % - 2018

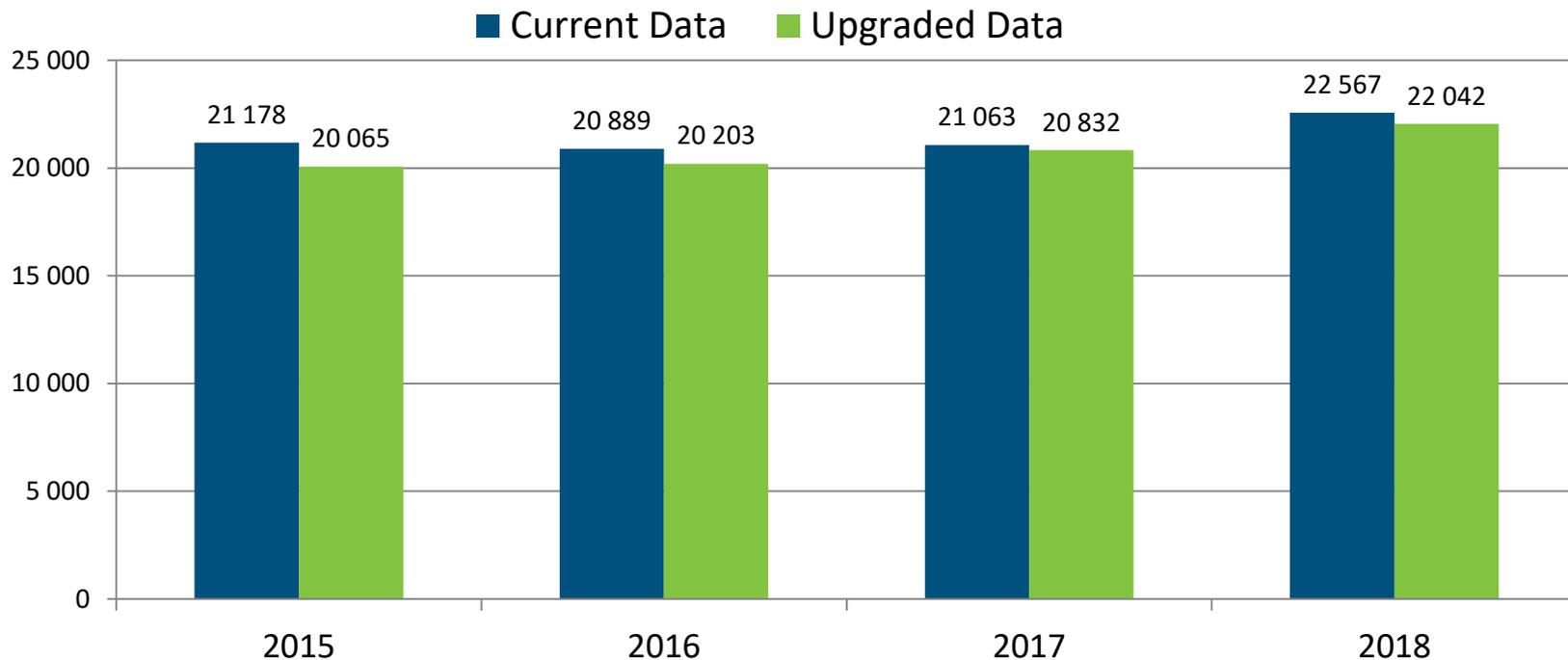


# CONSOMMATION NOMADE



# RHD: dépenses totales (en million) - Nomade

Upgraded data: les données nomades ont été « cleanées » de la livraison en retail.



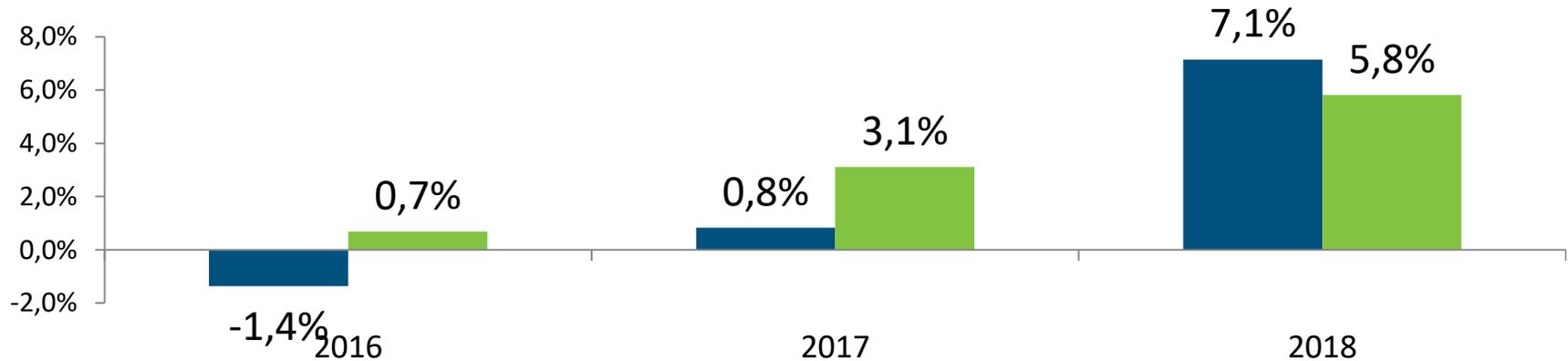
Données CREST en million d'euro

# RHD: Trend en dépenses - Nomade

Les dépenses progressent légèrement plus vite dans la base “upgradée” due à une meilleure couverture de certaines chaînes et à la progression de la livraison mieux suivie.

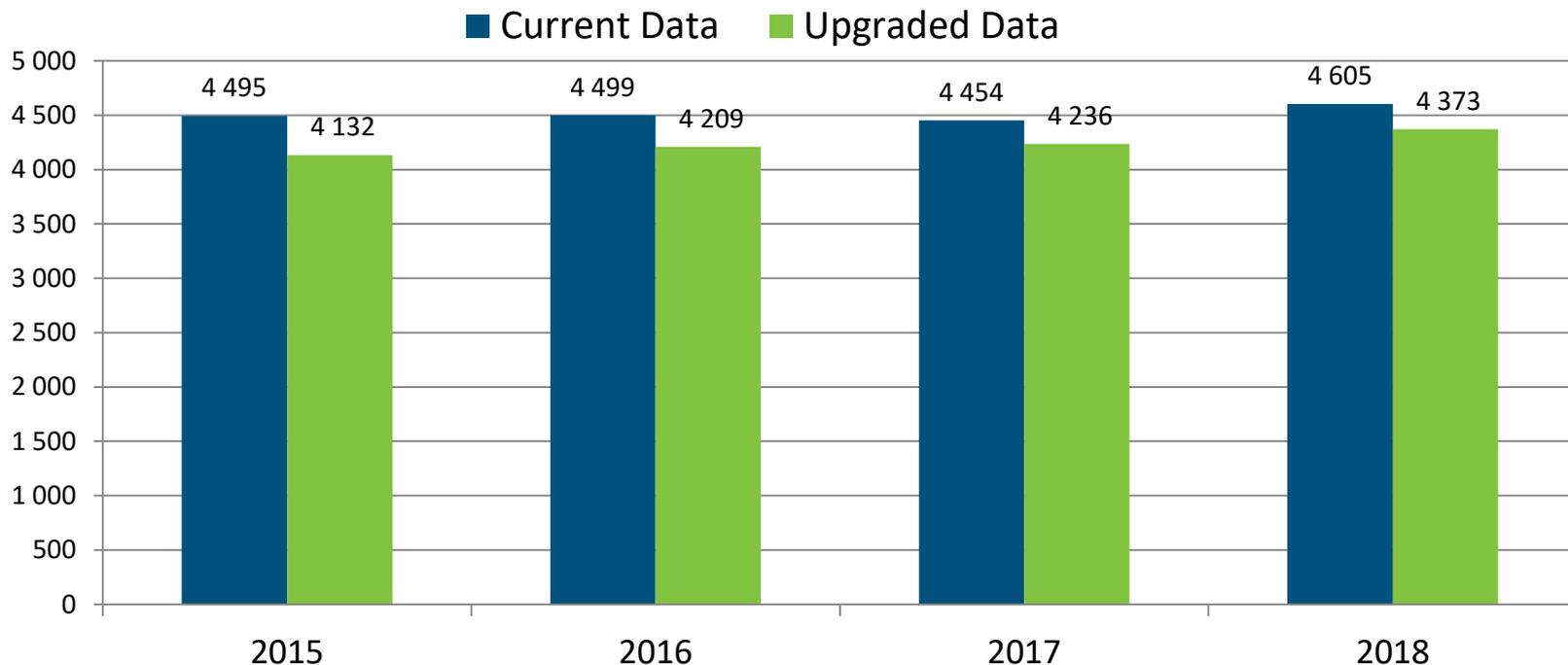
% vs N-1

■ Current Data ■ Upgraded Data



# RHD: visites totales (en million) - Nomade

Le marché « upgradé » reste essentiellement comparable, une légère diminution des visites est liée au cleaning des outliers et des visites « livraison » en retail.

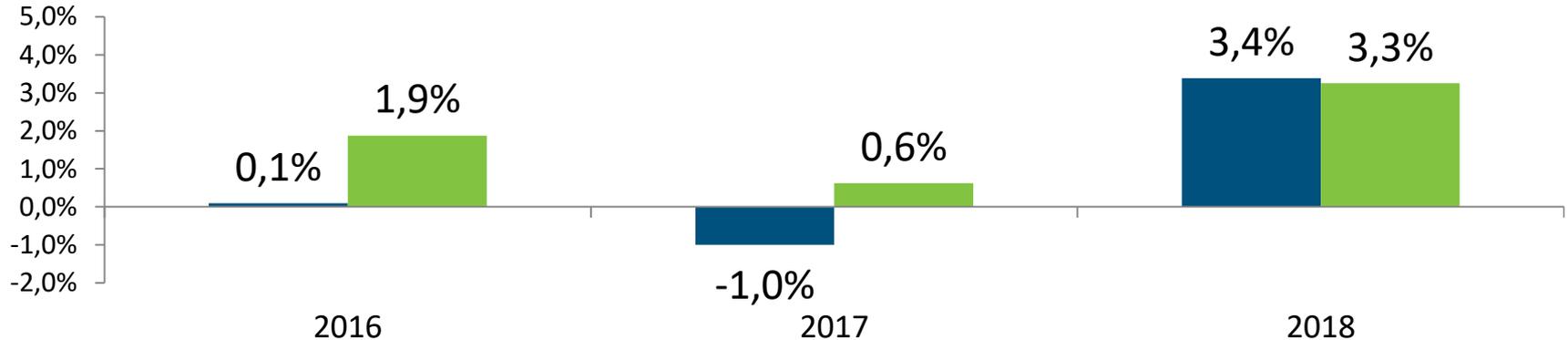


# RHD: Trend en visites - Nomade

De légers changements des tendances sont dues à la fois à l'ajustement des différentes chaînes et à la meilleure couverture de la livraison.

% vs N-1

■ Current Data ■ Upgraded Data



# A retenir

- Si l'on compare la situation d'ensemble, les estimations du CREST ne varient pas beaucoup entre les données actuelles et les données upgradées.
- En examinant certains détails, la méthodologie améliorée fournit des données plus stables et plus robustes.
- Des données supplémentaires seront prêtes à être utilisées (des nouvelles chaînes, des sous-segments comme Fast Casual).
- Vos mesures de performance de base diffèrent très peu
- La livraison du rapport Q2 2019 sera effectuée sur la base de données upgradées avec la nouvelle méthodologie.

# QUESTIONS?

**E** [Maria.Bertoch@npd.com](mailto:Maria.Bertoch@npd.com)

**P** +33 6 37 01 66 56

**W** [npd.com](http://npd.com)