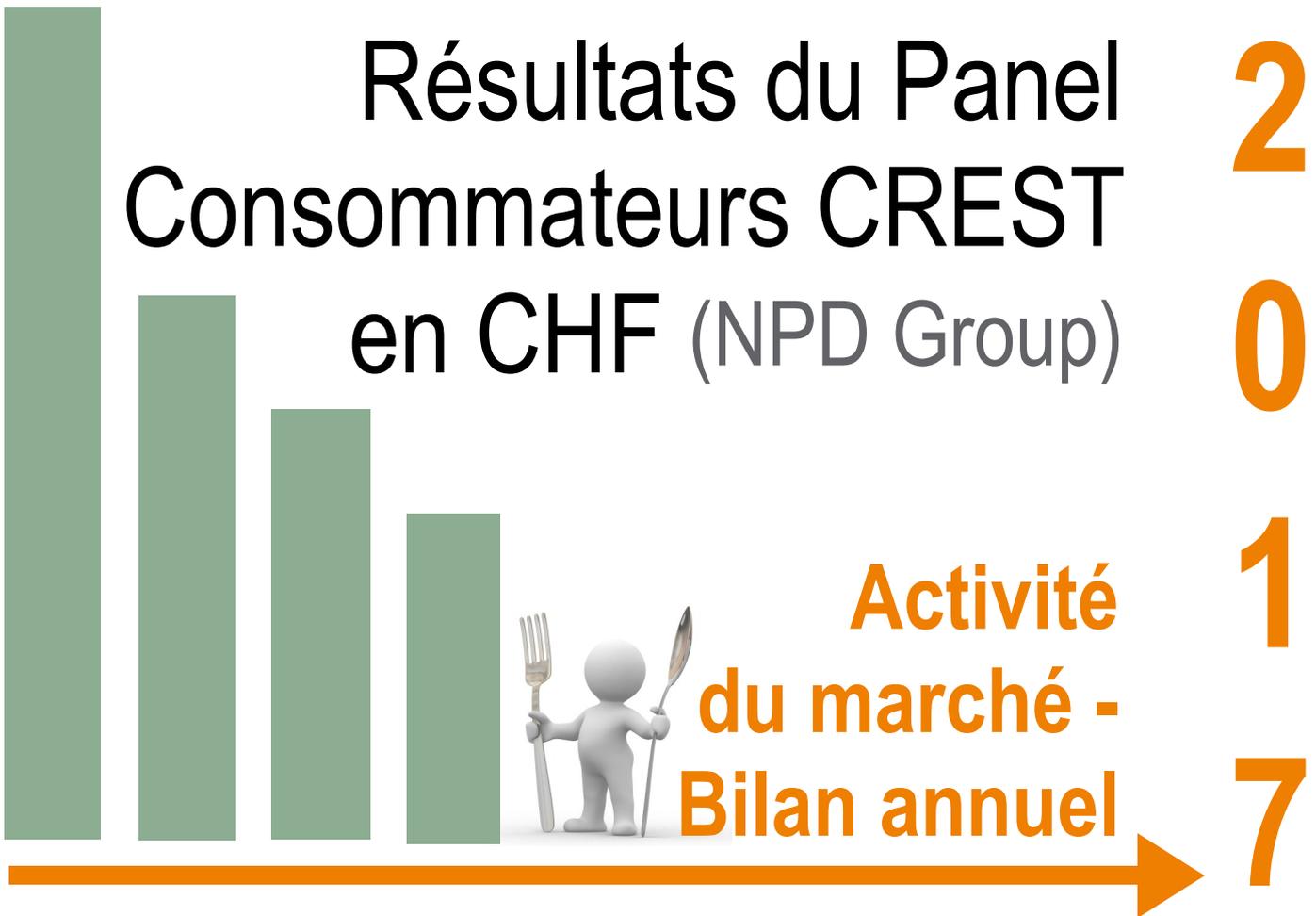


Résultats du Panel Consommateurs CREST en CHF (NPD Group)



Grâce au Panel CREST en CHF, acquis par GECO Food Service en 2008, nous pouvons suivre l'évolution de ce marché et des différents segments, à travers le **comportement des consommateurs**. L'échantillon interrogé est de **14.000 consommateurs/mois**, 365 jours/365, indiquant ce qu'ils ont consommé : **nombre de composantes, ticket moyen, lieu, horaires**.



Occasions : Consommation d'un repas ou achat d'un produit en vente à emporter. La notion est donc légèrement différente de celle de fréquentation en restauration, mais elle traduit la même dynamique.

Segments : Ne sont pas interrogés les enfants à l'école (ils le sont avec leurs familles en restauration commerciale) et les personnes hospitalisées. En restauration collective, seule la restauration d'entreprise est commentée ici, mais c'est aussi le seul segment conjoncturel de la restauration collective.

Définitions des segments suivis dans CREST

Restauration rapide :

- Burgers : fast food tels que McDonald's, Quick, KFC...
- Sandwicheries : chaînes et indépendantes.
- Boulangeries : artisanales indépendantes (hors achats du pain seul).
- GMS/Traiteurs : traiteurs (italiens, chinois, etc.) et rayons libre-service GMS vendant des sandwichs, salades... en portion individuelle.
- 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.



Restauration service à table :

- Cafétérias : chaînes telles que Flunch, Cafétéria Casino... et indépendantes, hors cafétérias d'autoroutes (regroupées dans le segment transports).
- Cafés, bars, brasseries : établissements 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.

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).

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, incluant l'enseignement supérieur : universités, écoles supérieures, les autres établissements tels que l'armée, les foyers...
NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires.

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 ? ».



Les commentaires donnés au fil des graphes et tableaux en enrichissent la lecture en faisant également référence à des données se trouvant dans les Tableaux de bord NPD Group auquel vous êtes invités à vous reporter.

A noter > Deux modifications dans la présentation des données CREST



L'indicateur des données « Distribution Automatique » (DA) a été mis en place en 2016. Nous avons relevé que le fait d'intégrer **les données Distribution Automatique** de manière consolidée aux Occasions et Parts de marché occasions, faussait la lecture globale : in fine, la Distribution Automatique représentait 19,1% de parts de marché occasions au 1^{er} semestre 2017 (un café pris au distributeur automatique représentant 1 occasion...). En conséquence, **les données DA ont été isolées.**

Par ailleurs, pour une lecture plus précise des tendances, nous avons souhaité que soient **isolées les données GMS**, précédemment consolidées avec les données « **Traiteurs** » : ces dernières sont désormais intégrées au poste « **Autre restauration rapide** ».

Le contexte général de l'année 2017

Le contexte en France

En 2017, la **croissance économique** a nettement accéléré pour atteindre 1,9%, son plus haut niveau depuis 6 ans. Selon l'Insee, ces bons résultats s'expliquent notamment par les chiffres du 4^{ème} trimestre, où la croissance a atteint 0,6%. L'économie française ayant essentiellement profité d'une accélération de l'investissement, tant du côté des entreprises (+4,3% après +3,4% en 2016) que des ménages (+5,1% après +2,4% en 2016). Les exportations ont enregistré une hausse de 3,5%, après +1,9% en 2016. En 2018, d'après l'Insee, la France devrait garder la cadence : l'institut statistique prévoit ainsi une croissance de 0,5%, puis de 0,4% aux trimestres 1 et 2 de 2018, grâce notamment à la bonne tenue des exportations. **La confiance des ménages** reste bien orientée et en redressement graduel depuis 2 ans : en décembre 2017, elle a gagné 2 points avec un indicateur de 105, nettement au-dessus de sa moyenne long terme (100). Les perspectives en termes de niveau de vie sont notamment bien orientées, de plus en plus de ménages déclarent qu'il demeure opportun d'acheter, dans un contexte où les craintes sur le front de l'emploi sont moins vives. Fin 2017, **le taux de chômage** a diminué de 0,7 point à 8,9% de la population active, son plus bas niveau depuis début 2009. En outre, le taux de chômage a diminué **pour toutes les tranches d'âge, en particulier les jeunes et les 25-49 ans**, forts consommateurs en hors domicile (Source : Insee Informations rapides, 5 janvier 2018 n° 2 et 15 février 2018 n° 38). Ces tendances sont favorables à la limitation des comportements de précaution qui avaient freiné l'évolution de la consommation après la crise.

Consommation par quantiles de revenu						
Postes de dépense	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Ensemble ménages
Produits alimentaires	14,3%	12,3%	11,4%	10,2%	7,4%	10,0%
Boissons alcoolisées	1,4%	1,6%	1,5%	1,4%	1,3%	1,4%
Boissons non alcoolisées	1,4%	1,2%	1,0%	0,9%	0,7%	0,9%
Télécommunications	4,2%	3,5%	2,8%	2,4%	1,6%	2,5%
Hôtels, cafés et restaurants	4,2%	4,6%	5,0%	5,6%	5,8%	5,3%
Transport	11,8%	14,3%	14,3%	14,9%	13,7%	14,0%
Ameublement et entretien du logement	3,8%	4,3%	4,4%	5,1%	6,4%	5,1%
Logement	27,8%	26,1%	27,3%	26,2%	25,3%	26,3%

Q1 : consommation des 20% des individus les moins aisés

Q5 : consommation des 20% des individus les plus aisés

Source : Insee

Alimentaire / Tourisme

Sur les 12 derniers mois, à novembre 2017, la **consommation alimentaire** s'est maintenue à 0,8% (iso-niveau 2016), un niveau inférieur à celui observé en 2015 (+1,2%). In fine, la consommation alimentaire évolue à un rythme très proche de la croissance démographique annuelle (+0,4%) (Source : Note de conjoncture Ania n° 85, janvier 2018). Au 4^{ème} trimestre 2017, **la fréquentation touristique** (dans les hébergements collectifs touristiques, exprimée en nuitées) **en France métropolitaine a connu une forte croissance** (+7,8% sur un an, après +4,1% au 3^{ème} trimestre). Cette hausse traduit une nette progression, au-delà du rattrapage de la période post-attentats de 2015 (Source : Insee Informations rapides, 7 février 2018 n° 33).

En restauration

Après 4 années difficiles (2012-2015), le marché français de la restauration confirme son retour à la croissance, entamé en 2016 (+0,5%). **62 millions de visites supplémentaires en 2017**, soit une croissance de **+0,6% des visites**, la tendance semble être pérenne avec 111 millions de visites supplémentaires estimées pour 2018, puis 235 millions en 2019 (*Source : Déclarations NPD Group*). Le site de réservation LaFourchette confirme que les sorties au restaurant constituent un poste de dépense important dans le budget loisirs des français : 31,81€ de ticket moyen de réservation sur le site en 2017 (*Source : LaFourchette, janvier 2018*). Aux USA : 10% des commandes sont passées de manière digitale (3 fois plus qu'en France) - Facebook teste un modèle d'offres livrées fondé sur la vente de pages publicitaires, sans surcoût pour le restaurateur. Essor de la livraison à domicile, avènement du « click and collect », opérateurs historiques du snacking qui servent à table et livrent, explosion d'une offre nouvelle en restauration boulangère et dans les enseignes de proximité (Picard, Mandarine ou Noé de Franprix) : **avec la transformation digitale et la porosité des segments, la restauration pourrait plus évoluer au cours des cinq prochaines années qu'au cours des cinquante dernières...**

Tendances RHD et résultats du Panel Consommateurs | Année 2017

“ RHD, un marché globalement
au beau fixe en 2017. ”

L'année écoulée concrétise le renversement de la tendance amorcée en 2016 sur le marché RHD (Restauration commerciale, collective et Distribution Automatique), et affiche **une progression de 1,8% en valeur** tous circuits confondus : il s'agit de la meilleure performance depuis 2011. Avec près de 55,6 milliards d'euros dépensés, le marché est au beau fixe, comme le confirment **la hausse de la fréquentation de 1% et l'augmentation (+0,7%) de la dépense moyenne** (RHD + DA) établie à 5,55 €.

Le vecteur de croissance de l'année 2017 est le **hors repas**, dont le poids en dépenses (+6,6%) et en occasions (+2,0%) ne cesse de progresser en RHD.

Le repas ne démerite pas : convalescent en 2015 et 2016, le créneau retrouve la croissance en 2017 (+0,7% en occasions et +0,6% en dépenses), notamment grâce à l'augmentation des visites au déjeuner. Parmi les moments de consommation, le **petit-déjeuner hors domicile** transforme l'essai de 2016 et affiche une hausse de 3% : les français sont de plus en plus adeptes du petit-déjeuner à l'extérieur.

Les segments moteurs de l'embellie du marché de la RHD

Le dynamisme du marché RHD est directement lié à la **restauration rapide**. On note une progression des **occasions de consommation de +2,3%**.

La tendance Burger ne faiblit pas avec une croissance des visites de **+3,9%** qui devrait se poursuivre dans les années à venir. Parmi les ressorts de cette croissance : la multiplication des points de vente, l'attrait pérenne des Millenials pour ces produits, consommés aussi en livraison (1 livraison sur 6 comporte un burger, contre 1 livraison sur 3 pour une pizza), le déploiement de « gourmet burgers » qui se poursuit (Five Guys, 231 East Street, Mythic Burger, King Marcel, Big Fernand, Carl's Jr).

Les sandwicheries ne sont pas en reste avec **+2,8%** de croissance des occasions sur l'année 2017.

Le Fast casual se démarque en 2017 : après avoir influencé les codes de la restauration commerciale conduisant les restaurateurs à évoluer (produits qualitatifs, service convivial, cuisine ouverte, etc.), le segment continue à faire bouger les lignes en mettant à l'honneur de nouveaux produits issus des voyages comme les tacos, le poulet grillé, les piadines, ou encore venus d'Asie (les sandwichs vietnamiens bahn mi ou encore le street food thaï...). Sous l'impulsion de chaînes comme Exki, Vapiano, Prêt à manger, Chipotle, Factory & Co, ce segment devrait continuer à progresser. En franchise, les exemples ne manquent pas de concepts qui ont opté pour ce positionnement : Pita Pit, Fresh Burritos, Phood, Pitaya, Nachos Mexican Grill, etc.

Le secteur de la **boulangerie** est également dans la poursuite d'une dynamique (**+0,5% en occasions** 2017 versus +0,6%, mais **+1,3% en dépenses** 2017 contre +0,9% en 2016). Avec l'arrivée de concepts comme Marie Blachère, Ange ou Louise, plus d'une vingtaine d'enseignes sont positionnées sur le segment de la boulangerie et des terminaux de cuisson.

A noter, la Restauration traditionnelle (avec Service à Table) sort du rouge et renoue avec la croissance (**+0,4%** en occasions et **+1,0%** en dépenses) pour la première fois depuis 2011.

Des cafés aux Coffee Shops, le segment mérite attention (avec **+0,8%** d'occasions en 2017, même niveau de

progression qu'en 2016) quand on sait qu'il est encore, à date, 10 fois moins important en France qu'en Angleterre. Dans la lignée de Starbucks, les nouveaux Coffee Shops ont cassé les codes en devenant de vrais lieux de vie. Columbus Café a décliné son concept d'origine sur de très nombreux sites d'implantation (centres-villes, centres commerciaux, gares, aéroports, offre dans le TGV...). Alto Café, de son côté, multiplie les formats et les emplacements temporaires. Illy Café fait une belle performance en 2017 avec 3 ouvertures réalisées en France et une ambition de 5 créations en 2018.

Les Loisirs & Transports retrouvent un peu de croissance avec **+0,9%** d'occasions, principalement portée par les **+2,2%** d'occasions en Transports.

Deux segments de Restauration Commerciale restent en perte de vitesse

Le segment des cafétérias poursuit sa chute (**-1,7%** en 2017 en occasions, contre **-1,2%** en 2016) ; il en va de même pour **les Pizzas VAE/livrées** (**-0,5%** en occasions, contre **-0,3%** en 2016).

La Restauration du Travail (segment restauration collective) **retrouve un peu de dynamisme** (**+0,4%** d'occasions) grâce aux **occasions hors repas** qui augmentent de **+2,9%**. On relève **une dépense moyenne qui évolue différemment selon l'instant** : repas **-0,2%** (5,60 €), hors repas **+5,0%** (2,74 €). Cette progression de la dépense moyenne du hors repas est à nuancer : elle ne rattrape pas la forte baisse constatée l'an passé (2016 vs 2015) à **-5,1%**.

Enfin, **la Distribution Automatique** (indicateur mis en place en 2016) **voit ses occasions augmenter de +0,3%**, corrélées aux visites hors repas dans le circuit de la restauration collective (la majorité des distributeurs automatiques se trouvent au sein des entreprises / usines / autres collectivités). Les dépenses augmentent de **+0,8%** en 2017, contre **+1,1%** en 2016.

La Consommation Nomade marque un **ralentissement en 2017** avec **-1,0%** d'occasions de consommation (vs **+0,6%** en 2016). En 2017, **la Restauration Rapide** représente 83% des parts de marché en consommation nomade. Si elle continue à soutenir la tendance du nomadisme, plus particulièrement avec les **circuits Burgers (+3,6% d'occasions)** et **GMS (+0,9% d'occasions en 2017, contre 3,6% en 2016)**, **la croissance fléchit** : **+0,2%** d'occasions nomades en restauration rapide, contre **+1,9%** en 2016 (cf. Pizza VAE/Livrée : **-3,8%** contre **1,1%** en 2016 ■ Sandwicheries : **+1,4%** contre **2,5%** en 2016 ■ Boulangeries : **-0,5%** contre **+0,2%** en 2016 ■ Autre restauration rapide : **-2,7%** contre **5,7%** en 2016).

Synthèse des résultats du Panel Consommateurs | Année 2017



► **Les dépenses totales (hors DA) progressent :**

2014 : +0,1%

2015 : - 0,3%

2016 : +0,7%

2017 : **+1,8%**

► **Les occasions de consommation (hors DA) également :**

2014 : - 1,1%

2015 : - 0,5%

2016 : +0,5%

2017 : **+1,2%**



► **La dépense moyenne (hors DA) progresse de +0,6% :**

2014 : 6,49 €

2015 : 6,50 €

2016 : 6,52 €

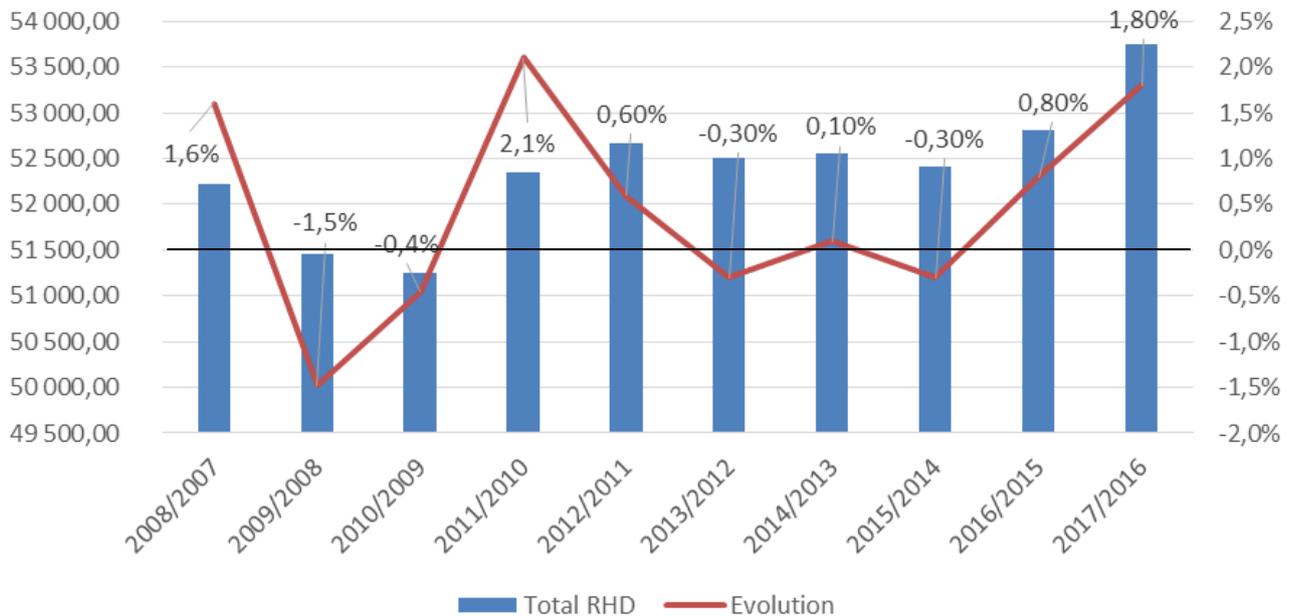
2017 : **6,56 €**



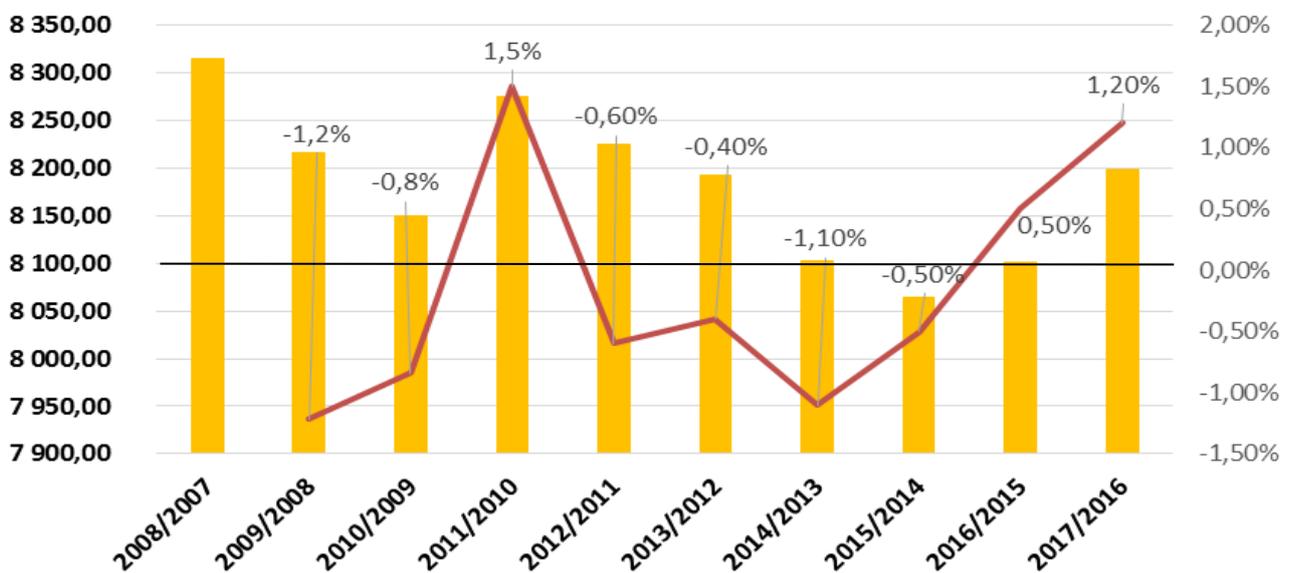
La restauration en 2017

(hors DA)

Evolution des dépenses totales CHD (en Mns €)

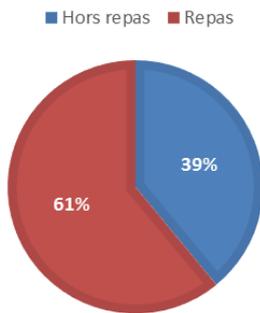


Evolution des occasions de consommation totale CHD (Mns)



Une météo particulièrement favorable et le retour des touristes en France auront contribué, en 2017, à confirmer l'embellie du marché RHD amorcée en 2016 : avec une **progression de 1,8% en valeur** tous circuits confondus, il s'agit de la meilleure performance depuis 2011. Avec près de 53,8 milliards d'euros dépensés (hors DA), le marché est au beau fixe comme le confirment **la hausse des occasions de 1,2% et l'augmentation (+0,6%) de la dépense moyenne** (hors DA) établie à **6,56 €**. L'augmentation couplée des occasions et de la dépense moyenne tire l'ensemble du marché vers le haut.

RÉPARTITION DES OCCASIONS DE CONSOMMATION REPAS / HORS REPAS

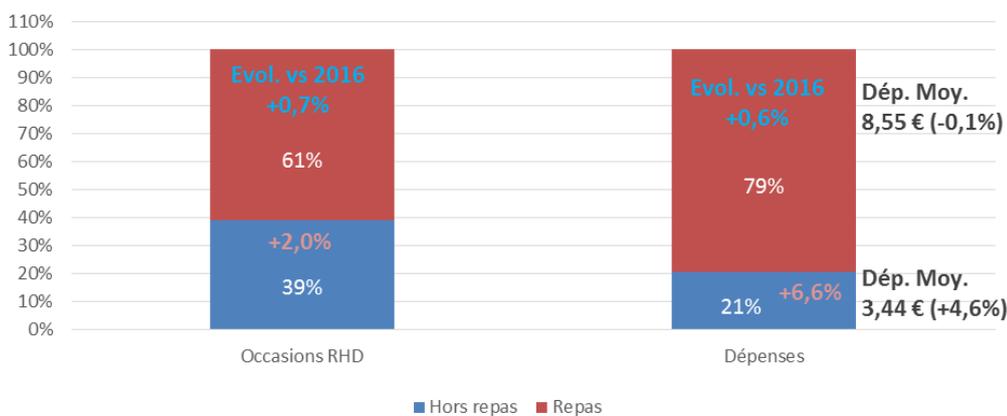


Les occasions **hors repas** progressent de +2,0% vs 2016 et augmentent significativement en **dépenses de +6,6%** (quand les dépenses baissaient de -1,4% en 2016 vs 2015).

Les occasions **repas** repartent à la hausse avec +0,7% d'augmentation en 2017 (vs -0,1% en 2016 et -2,3% en 2015). Les **dépenses** associées restent quasi stables à +0,6%.

Dépense moyenne repas	8,55 €
Dépense moyenne hors repas	3,44 €

RÉPARTITION DES OCCASIONS ET DÉPENSES REPAS ET HORS REPAS - TOTAL RHD



61% des occasions de consommation sont prises **durant les repas** et constituent **79%** des dépenses totales.

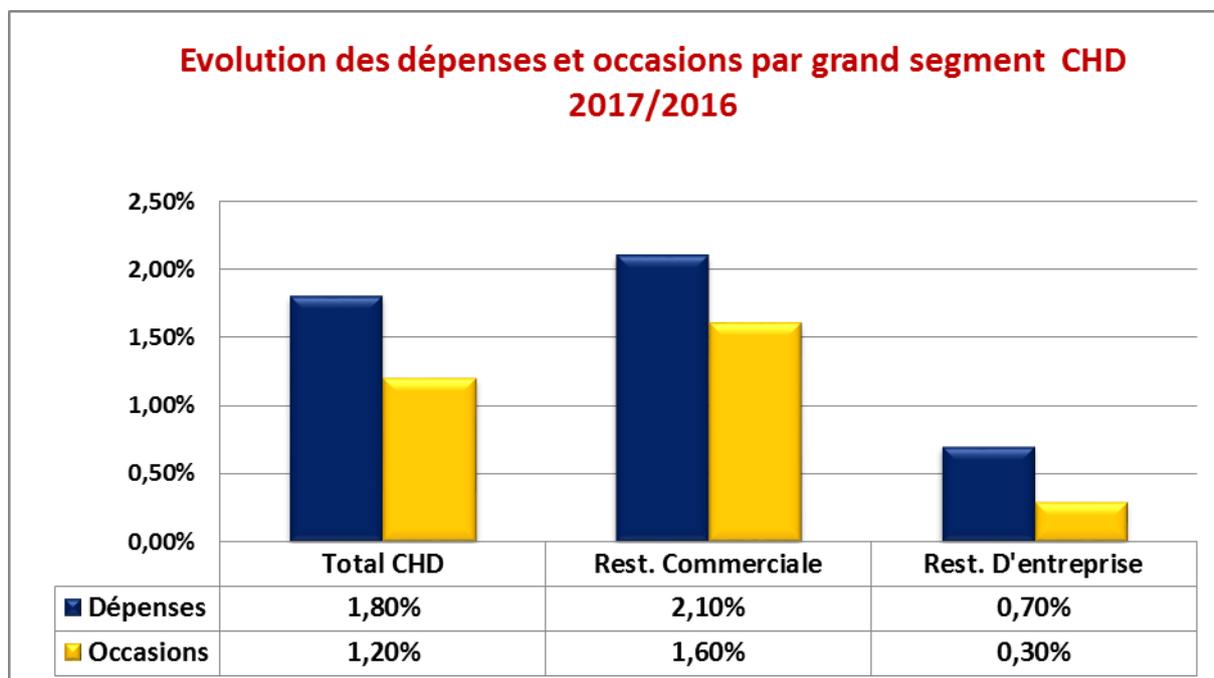
Résultats globaux par semestre

Evolution des dépenses et occasions de consommation par semestre 2017/2016



L'amélioration observée au 1^{er} semestre s'est franchement amplifiée au 2nd semestre 2017, confirmant la confiance des ménages retrouvée au cours de la période post-électorale. Pour rappel en 2016, le 1^{er} semestre était positif en dépenses à +1,6% et en occasions de consommation à +0,3%, le 2nd semestre était positif en dépenses (+0,6%) et en occasions (+0,6%).

Les grands segments de la restauration en 2017

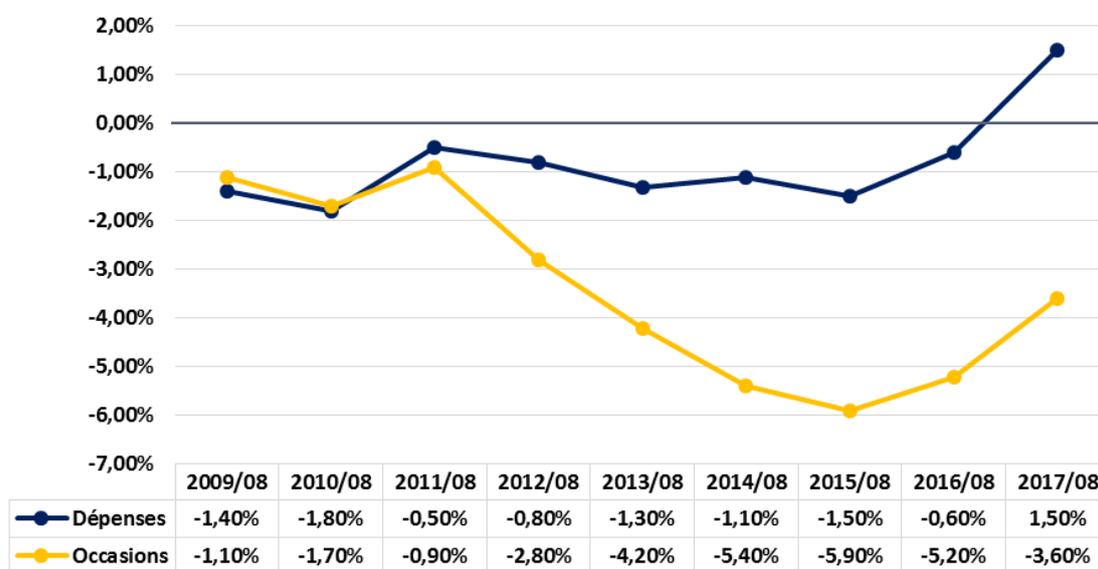


La consommation hors domicile, dans son ensemble, affiche un résultat positif en termes d'occasions de consommation.

Seule est analysée ici la restauration d'entreprise, le sous-segment « Autres Collectivités » de CREST n'étant pas assez représentatif (n'intègre pas la restauration scolaire ni les personnes hospitalisées).

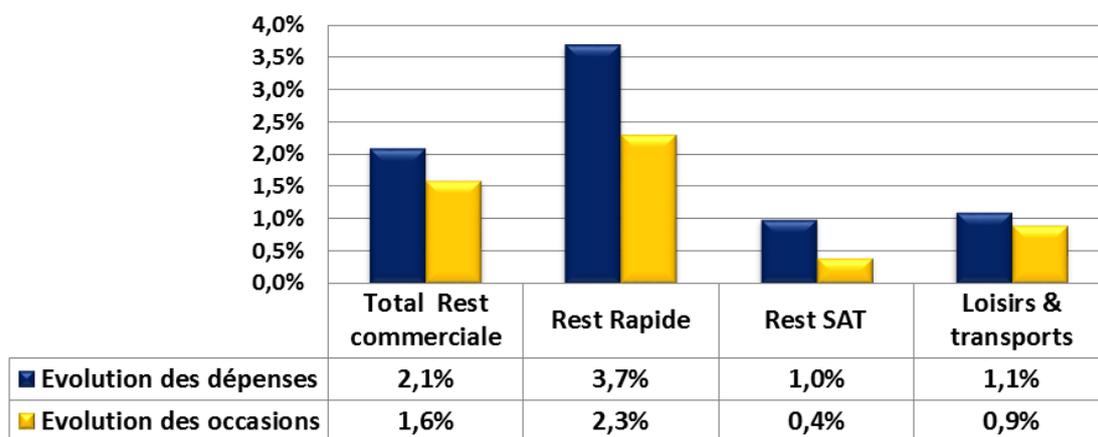
La restauration commerciale

Evolution des dépenses et occasions de consommation annuelle en restauration commerciale depuis 2008



La tendance baissière continue, constatée depuis 2011 sur le marché de la Restauration Commerciale, prend fin : les occasions repartent enfin dans une période de hausse.

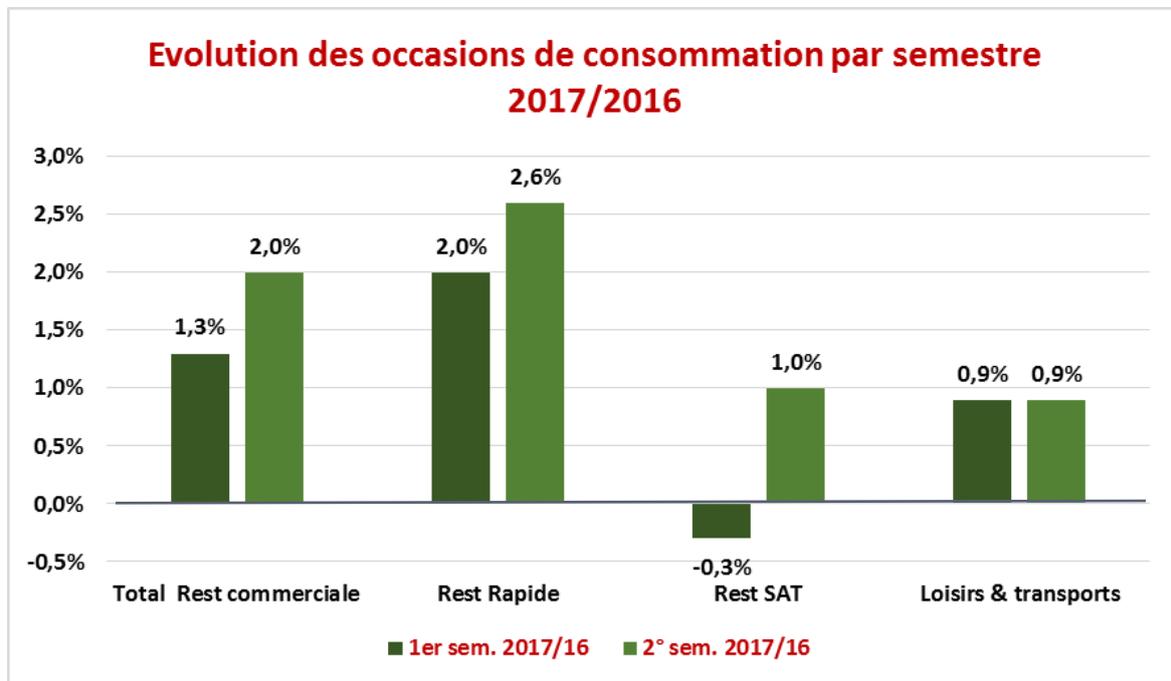
Segments de la restauration commerciale 2017/2016



Rest SAT : Service à table ou restauration à table

La restauration rapide reste la locomotive de la reprise en restauration commerciale. Les résultats de la restauration à table poursuivent leur amélioration et passent en positif ; pour rappel en 2016, ce segment perdait -0,4% de dépenses (vs -1,5% en 2015) et -0,5% d'occasions de consommation (vs -1,5% en 2015). Le secteur Loisirs & transports connaît un frémissement avec une évolution des occasions de +0,9%, consécutive à 2 années d'évolution nulle.

La restauration commerciale

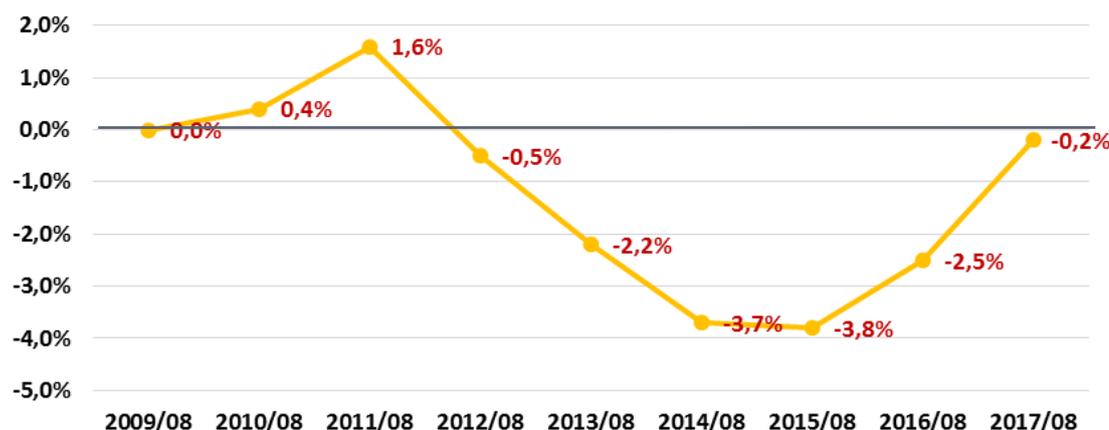


On voit un véritable impact semestriel sur tous les segments, sauf pour les Loisirs & transports dont les résultats restent à iso-niveau. Forts de marqueurs positifs en économie, les consommateurs se sont à nouveau tournés vers la restauration hors domicile sur le 2nd semestre 2017.

La restauration commerciale

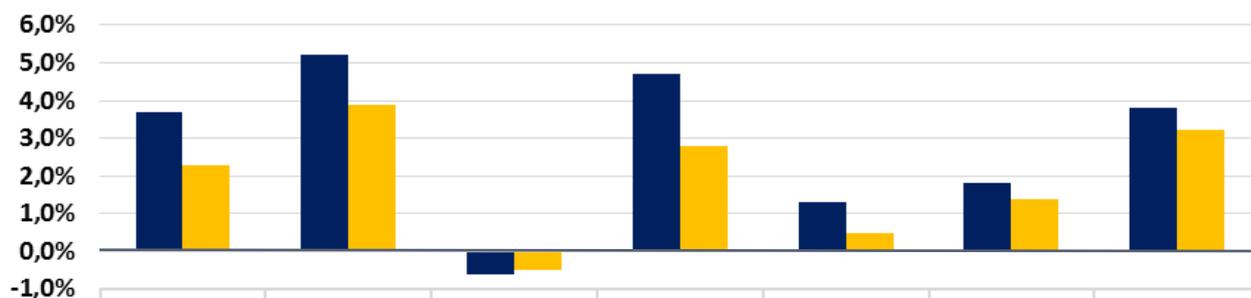
Restauration rapide

Evolution des occasions en restauration rapide depuis 2008



Grâce à sa progression en 2017 (continue depuis 2015), la restauration rapide est en passe de rattraper les pertes occasionnées ces 5 dernières années pour revenir à son niveau de 2009.

Restauration rapide 2017/2016



	Total R.Rapide	Burgers	Pizza VAE/livré	Sandwicheries	Boulangeries	GMS	Autre RR (dont traiteur)
■ Dépenses	3,7%	5,20%	-0,60%	4,70%	1,3%	1,8%	3,80%
■ Occasions	2,30%	3,9%	-0,5%	2,8%	0,50%	1,40%	3,20%

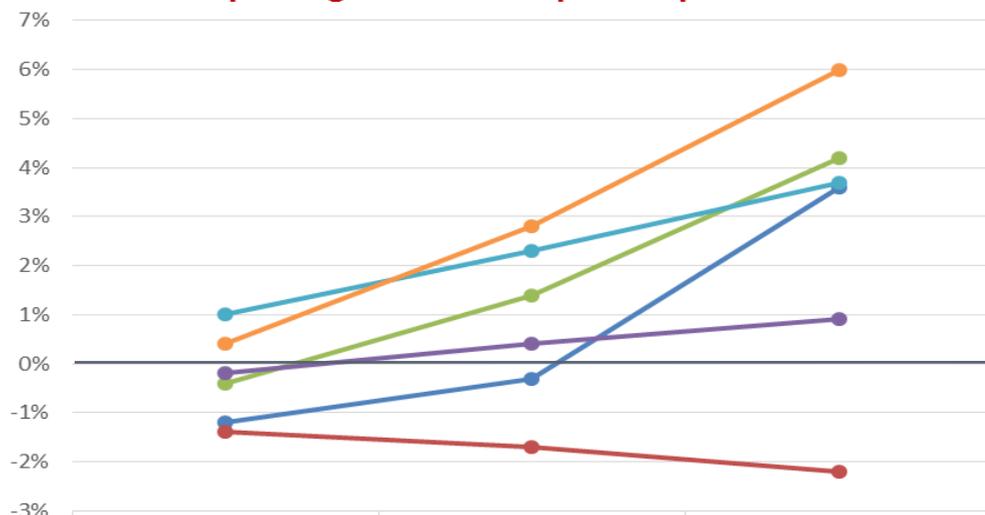
Cette année encore, seule la **Pizza VAE/livré** ne participe pas à l'amélioration des résultats du secteur, la concurrence forte exercée par la livraison à domicile sur d'autres segments peut expliquer cette situation. A l'inverse, le **Burger** connaît une forte progression avec +3,9% en occasions (vs +0,9% en 2016 et -1,2% en 2015) et +5,2% en dépenses (vs +2,3% en 2016 et -0,2% en 2015).

Les progressions qui perdurent en occasions de consommation sur 2017 :

- **L'autre restauration rapide (dont Traiteur) : +3,20%** (vs +2,4% d'occasions en 2016 et +0,5% en 2015).
- **La GMS (isolée) : +1,40%** (vs +1,3% en 2016 et +1,0% en 2015).

La restauration commerciale

Evolution des occasions 2017 par segment de r. rapide depuis 2014



	2015/2014	2016/2014	2017/2014
Burgers	-1,20%	-0,30%	3,60%
Pizza VAE/livré	-1,40%	-1,70%	-2,20%
Sandwicheries	-0,40%	1,40%	4,20%
Boulangeries	-0,20%	0,40%	0,90%
GMS	1,00%	2,30%	3,70%
Autre rest rapide (dont traiteur)	0,40%	2,80%	6,00%

Dépense moyenne €/occasion/per. Restauration rapide 2017

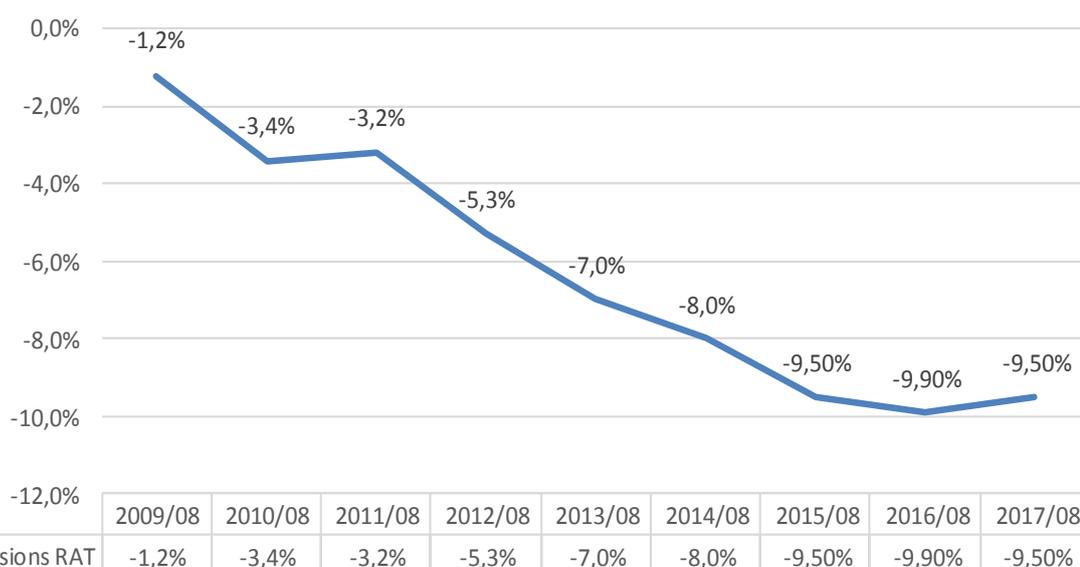


Les dépenses moyennes par occasion les plus importantes restent celles des pizzas : 8,46 € et des burgers qui avaient dépassé la barre des 7€ en 2016. Les plus faibles concernent les boulangeries (attention à l'effet agrégation des chiffres : les données intègrent la viennoiserie hors repas qui fait la dépense moyenne) et la GMS, encore émergente sur le marché.

La restauration commerciale

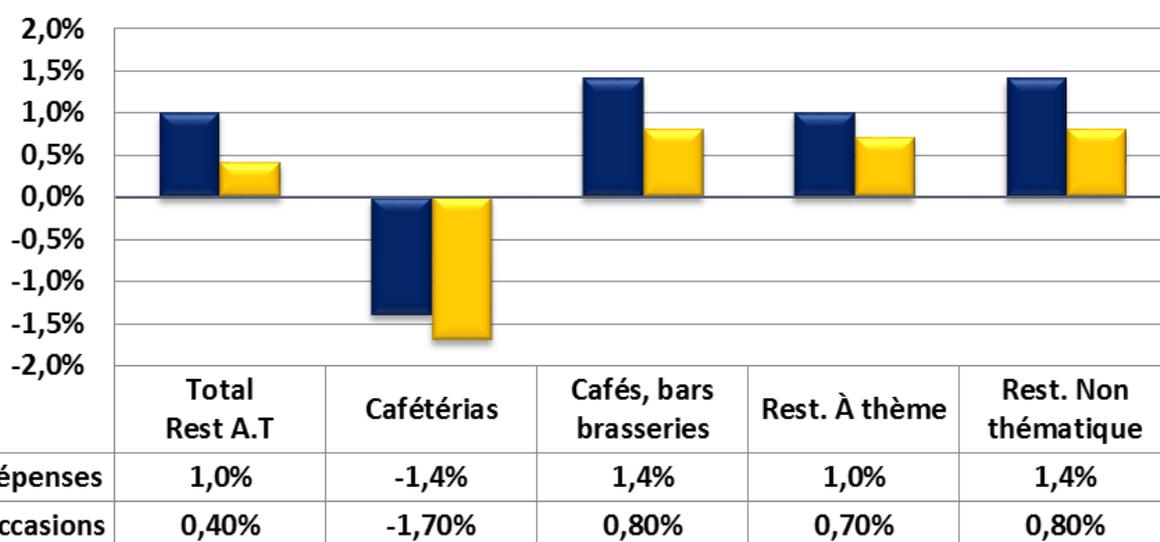
Restauration service à table (SAT - RAT)

Evolution des occasions de la restauration à table depuis 2008



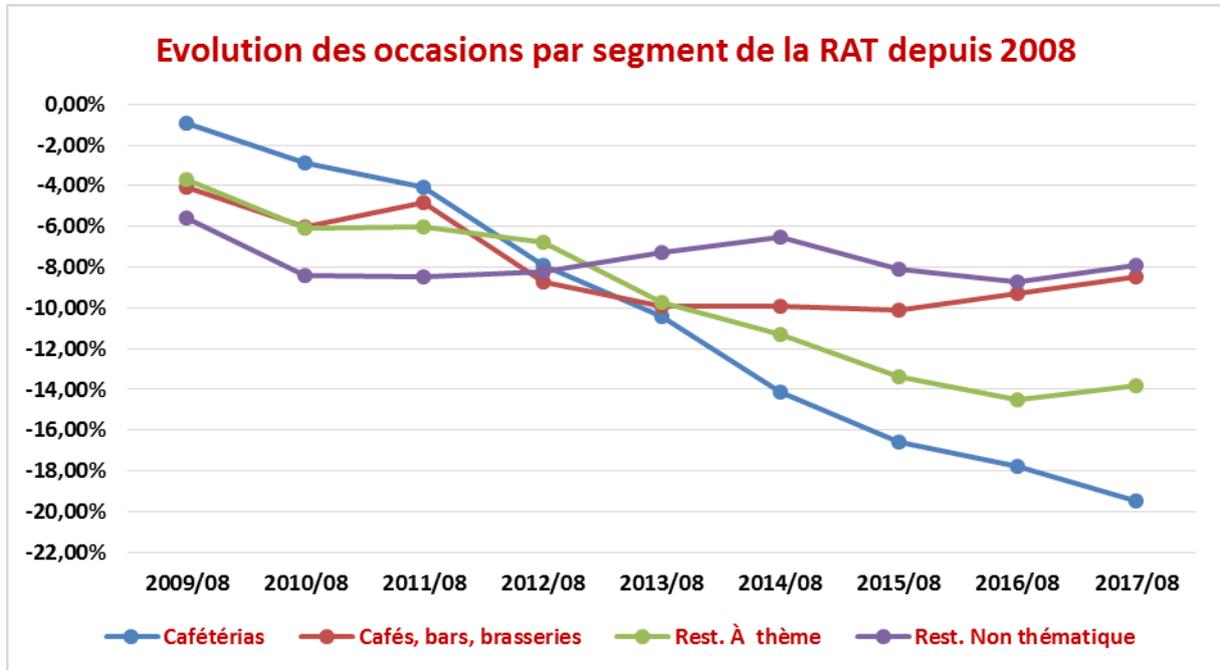
Après avoir perdu près de 10% d'occasions en 7 ans, la restauration service à table connaît une légère remontée dans sa progression : la première enregistrée depuis 2011.

Restauration à table 2017/2016

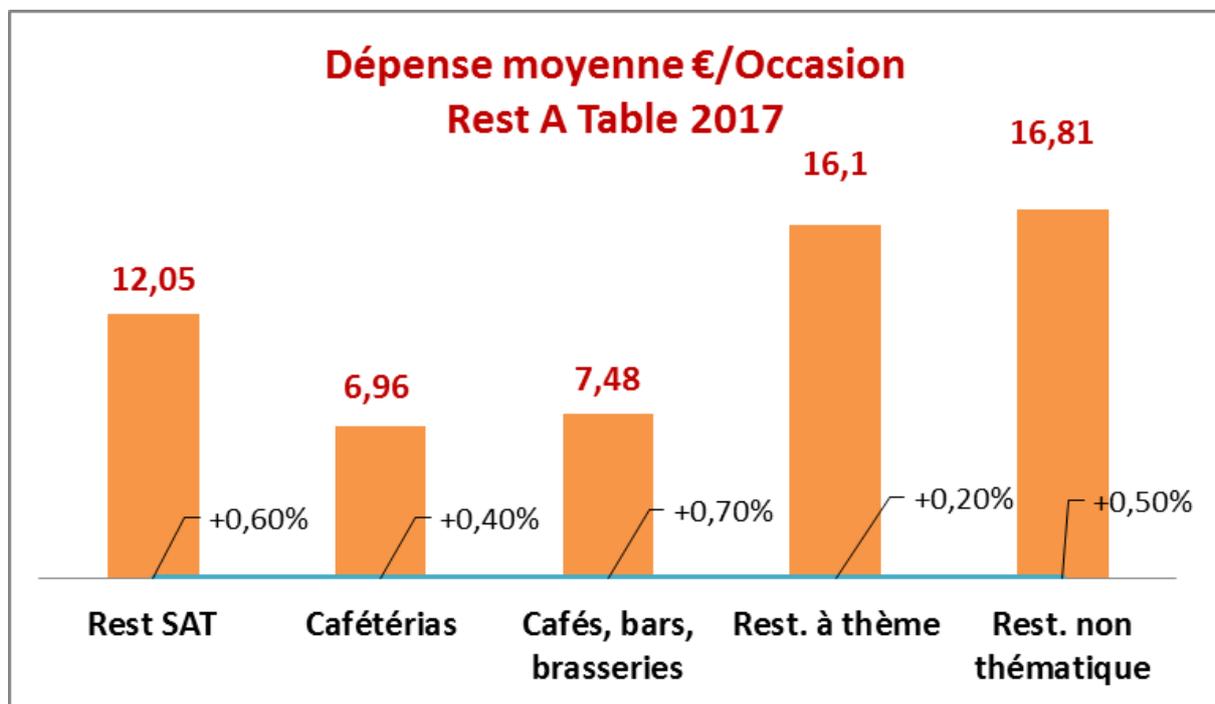


La quasi-totalité des sous-segments de la restauration à table voit ses occasions de consommation progresser, exception faite des cafétérias que les consommateurs continuent à délaissé.

La restauration commerciale



D'un modèle vieillissant, très concurrencées notamment par les Fast casual en vogue, les cafétérias continuent leur chute. La restauration à thème connaît quant à elle, un léger mieux, peut-être grâce à la réflexion menée par certaines grandes chaînes pour modifier leur image.

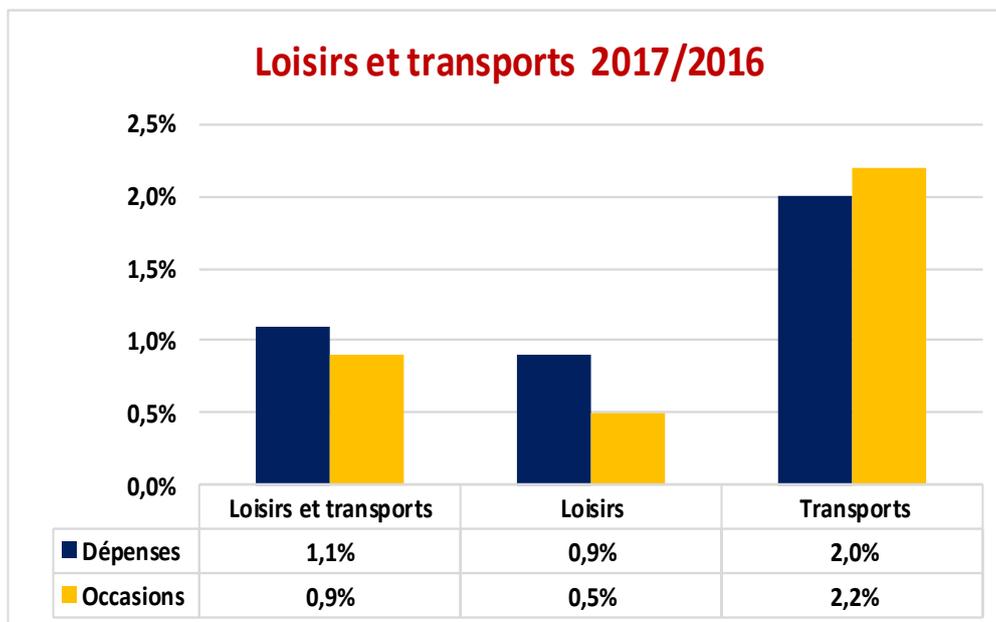


La restauration thématique et non thématique (indépendants sans spécialité particulière) présentent la dépense moyenne la plus importante à plus de 16 €.

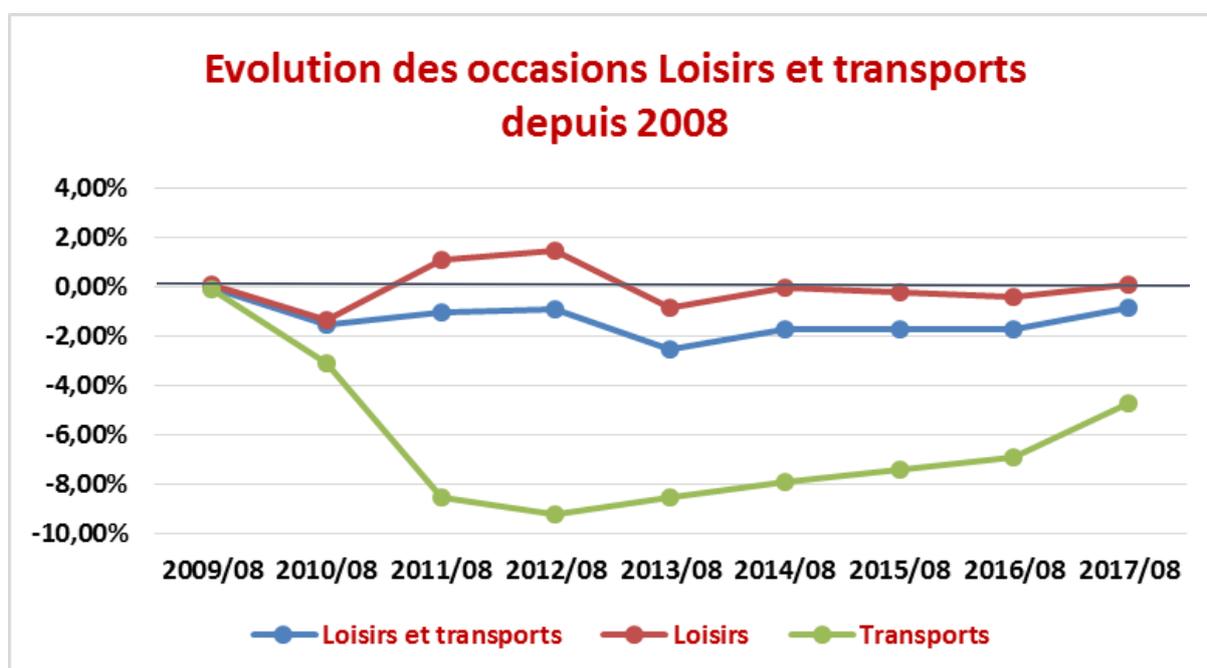
Comme pour les boulangeries, la dépense moyenne des cafés, bars, brasseries est impactée à la baisse par les prises de boissons, cafés, etc.

La restauration commerciale

Loisirs & transports



Après 2 années à la baisse, les loisirs renouent avec une faible progression, quand les transports affichent une progression en hausse tant en occasions qu'en dépenses : +2,2% et +2,0% (vs en occasions +0,5% en 2015 et 2016, et en dépenses +1,7% en 2015 et +4,1% en 2016). Le secteur transports avait perdu beaucoup d'occasions en 2011, les efforts de renouvellement de son offre se font sentir.



La consommation nomade

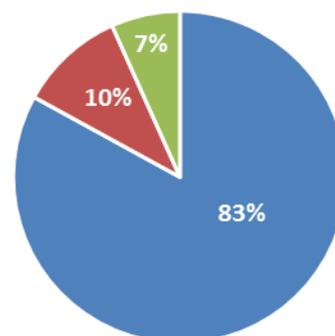


Consommation nomade : Dans les réponses apportées par les panélistes, rentrent dans la consommation nomade toutes les réponses autres que « *sur place dans l'établissement* », apportées à la question : « *Où avez-vous consommé ?* ».

La consommation nomade marque un ralentissement en 2017 avec -1,0% de progression des occasions (vs +0,6% en 2016).

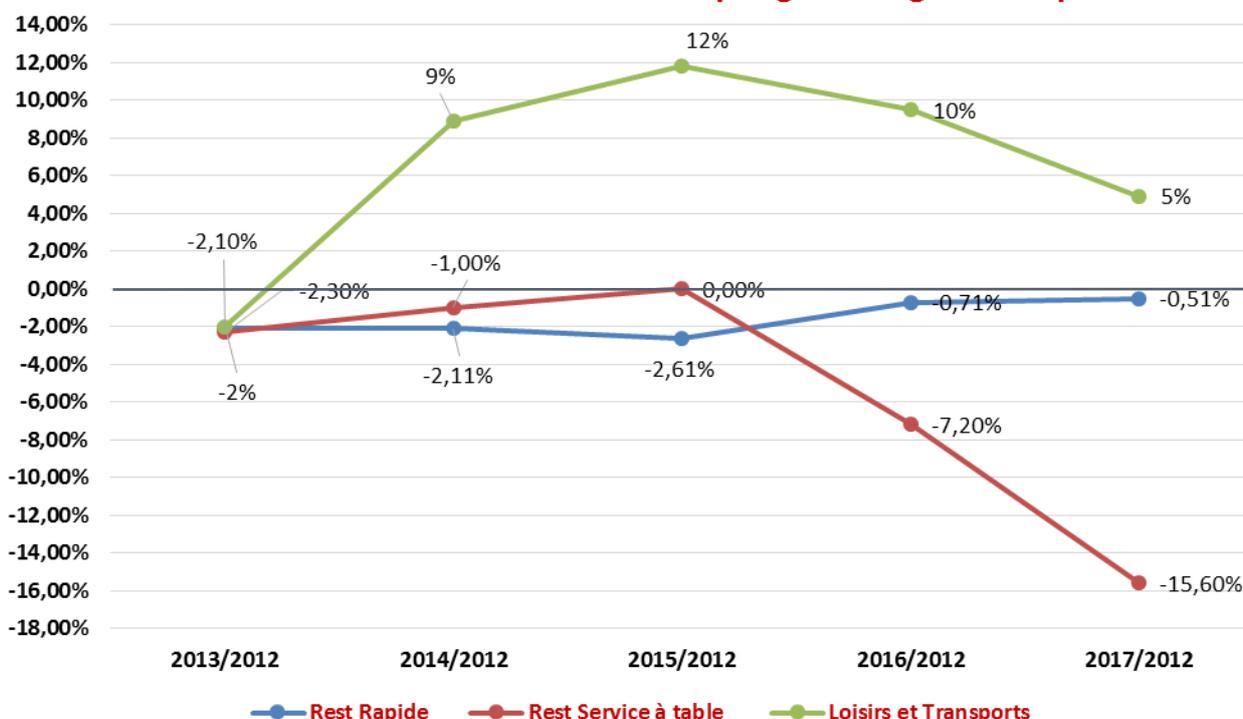
La répartition reste stable avec 83% des occasions de consommation nomade prises en restauration rapide, 10,3% en restauration service à table et 6,7% en loisirs & transports.

Parts de marché occasions consommation nomade 2017



■ R Rapide ■ R SAT ■ Loisirs & Transports

Evolution de la conso. nomade par grand segment depuis 2012



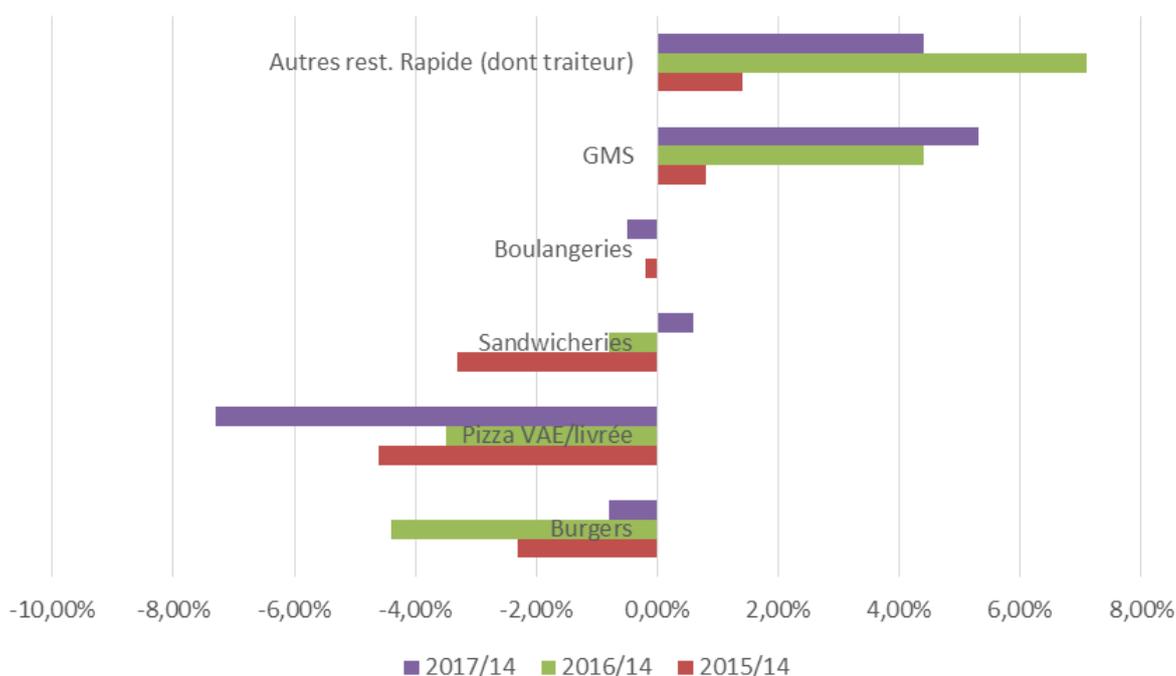
Corrélée à la baisse de la restauration service à table, on note une évolution à la baisse des occasions de consommation nomade sur ce segment au profit des autres secteurs, restauration rapide et loisirs & transports.

La consommation nomade



Focus sur la consommation nomade en restauration rapide

Evolution des occasions de conso. nomade par segment depuis 2014 (Rest. Rapide)



En ayant isolé le sous-segment GMS, on voit qu'en consommation nomade sur le segment restauration rapide, la **GMS connaît la plus forte progression en occasions sur les 3 dernières années.**

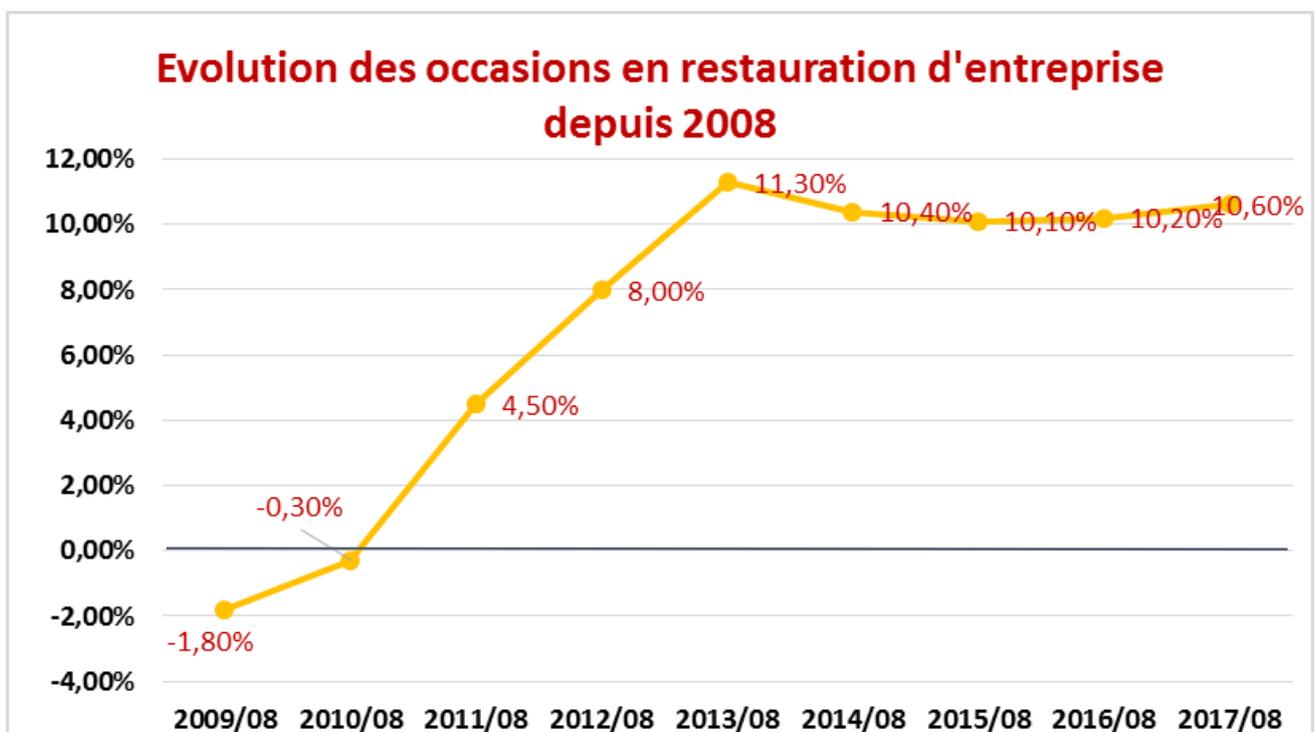
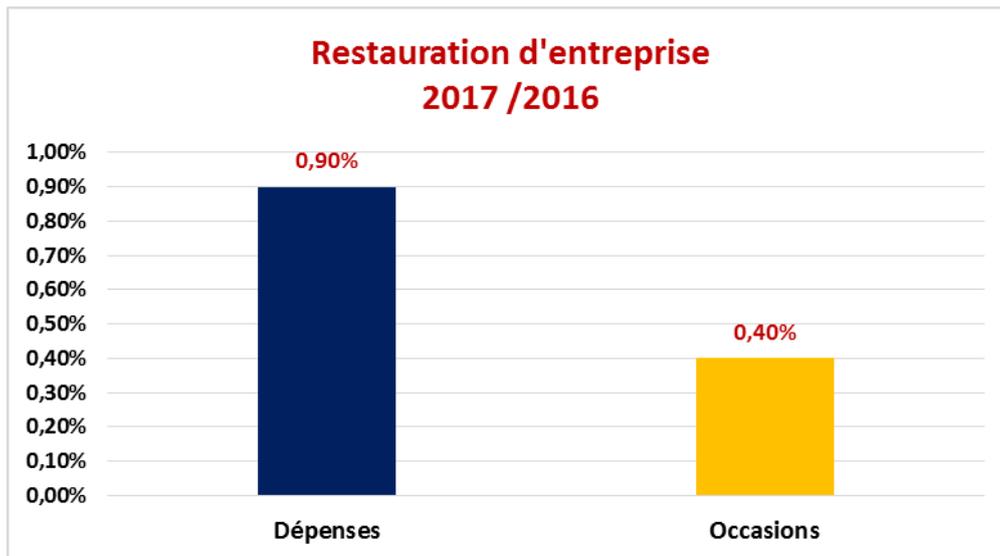
En 2017, les évolutions en occasions de la consommation nomade sont les suivantes :

- L'autre restauration rapide (dont traiteur) : **-2,7%** (vs +5,7% en 2016)
- GMS : **+0,9%** (vs +3,6% en 2016)
- Boulangeries : **-0,5%** (vs +0,2% en 2016)
- Sandwicheries : **+1,4%** (vs +2,5% en 2016)
- Pizza VAE/livrée : **-3,8%** (vs +1,1% en 2016)
- Burgers : **+3,6%** (vs -2,1% en 2016)

La restauration collective : rest. d'entreprise



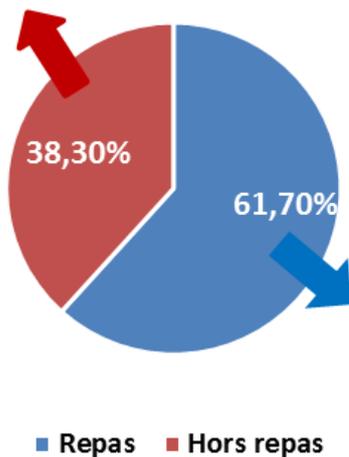
Seul le **secteur du Travail** (restauration d'entreprise) mérite notre attention dans les résultats du Panel CREST. Le reste des collectivités n'étant pas représentatif.



La restauration d'entreprise, qui progressait jusqu'en 2013, voit ses occasions de consommation se stabiliser pour la 4^{ème} année consécutive.

La restauration collective : rest. d'entreprise

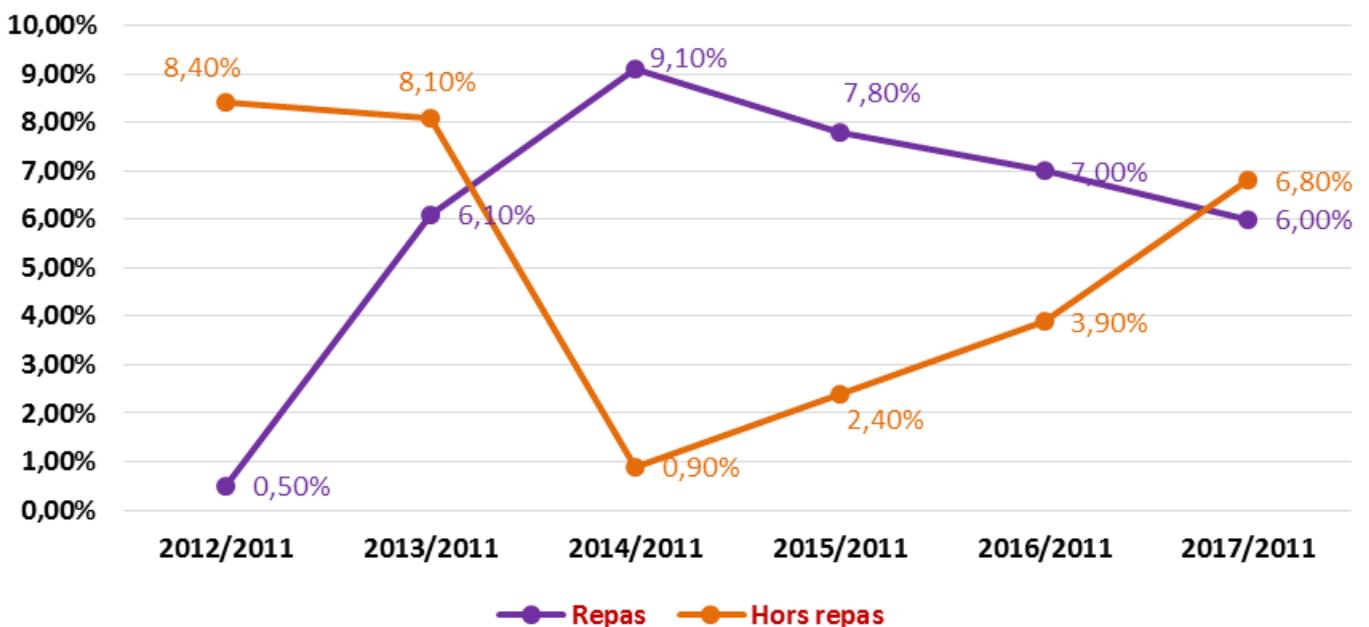
Proportions Repas/Hors Repas en R. d'entreprise 2017



En restauration d'entreprise, **62% des occasions de consommation sont prises durant les repas**, depuis 2014 ces occasions ont tendance à baisser au profit du hors repas.

La dépense moyenne hors repas gagne 5,0% en 2016 à **2,74 €**, elle diminue un peu pour le repas de -0,2% à **5,60 €**.

Rest. d'entreprise Evolution des consommations: repas et hors repas (depuis 2011)

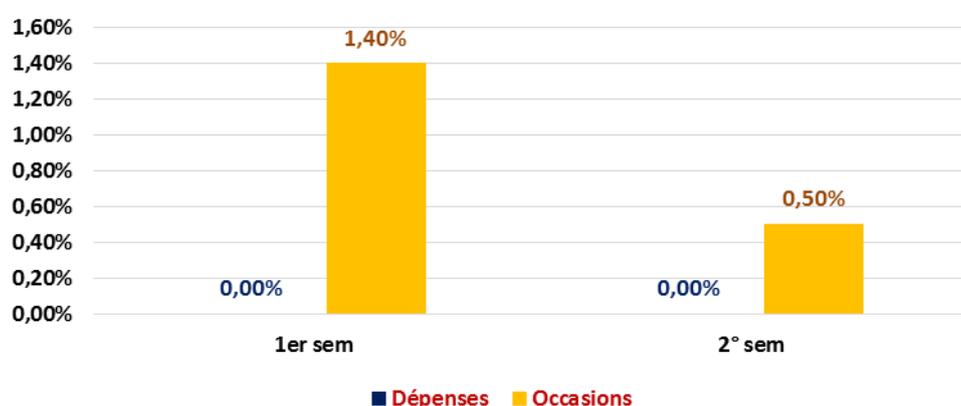


La distribution automatique



L'indicateur des données « Distribution Automatique » (DA) a été mis en place en 2016. Nous avons relevé que le fait d'intégrer **les données Distribution Automatique** de manière consolidée aux Occasions et Parts de marché occasions, faussait la lecture globale : in fine, la Distribution Automatique représentait 19,1% de parts de marché occasions au 1^{er} semestre 2017 (un café pris au distributeur automatique représentant 1 occasion...). En conséquence, **les données DA ont été isolées.**

Distribution automatique 2017/2016 Dépenses et occasions de consom.



3,3% des dépenses de la RHD (vs 3,4% en 2016), soit une baisse de -0,1%.

Distribution Automatique	2015	S1 2015	S2 2015	2016	S1 2016	S2 2016	2017	S1 2017	S2 2017
Dépenses en Millions € TTC	1.811,40	996,50	814,90	1.830,90	1.010,20	820,60	1.846,10	1.010,30	835,90
Evolution des dépenses N-1	0,80%			1,10%			0,80%		
Occasions totales (en millions)	1.797,30			1.806,20	971,30	834,90	1.811,60	962,10	849,50
Evolution des occasions N-1	0,10%			0,50%			0,30%		
Dépense moyenne/ occasion/pers. en € TTC	1,01			1,01	1,04	0,98	1,02	1,05	0,98
Evolution de la dépense moyenne N-1	1,00%			0,00%			1,00%		
Part de la dépense DA/ Total RHD	3,30%			3,40%			3,30%		
Evol. de la part de dépense DA/Total RHD N-1				0,10%			-0,10%		



La dépense moyenne augmente légèrement vs 2016 à **1,02 €**.



Nos solutions alimentent votre performance

187 rue du Temple ■ 75003 PARIS

Tél. : +33 (0)1 53 01 93 10 ■ Fax : +33 (0)1 53 01 93 11

E-mail : geco@gecofoodservice.com

Site Internet : www.gecofoodservice.com