



Panel CREST 2

NPD Group 0

Activité du marché
de la CHF 15



Grâce au Panel CREST 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 : La consommation d'un repas ou l'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 leur famille en restauration commerciale) et les personnes hospitalisées. En restauration sociale, seule la restauration d'entreprise est commentée ici, mais c'est aussi le seul segment conjoncturel de la restauration collective.

Le contexte CHD en 2015



Les grands indicateurs

- En janvier 2016, la **hausse des prix** à la consommation est de **0,2%** sur un an.
- **La consommation alimentaire s'est fortement contractée cet été et à l'automne** (viandes notamment), malgré une inflation nulle en 2015.
- **Le taux de chômage atteint 10,6%**.

Au 4^{ème} trimestre 2015, le **produit intérieur brut (PIB)** en volume de la France atteint **1,2%** en glissement annuel.



Les faits marquants

Un 3^{ème} trimestre semblant annoncer une reprise, stoppée dans notre secteur par les attentats.

- **Les attentats** de janvier et novembre 2015 ont impacté la fréquentation des hôtels et restaurants, surtout à Paris et le soir.
- **La canicule** de juillet a favorisé certaines sorties et consommations.
- **Les Français sont moins partis à l'étranger**, ce qui a profité à l'hôtellerie de plein air (+9% sur juillet/août), aux parcs d'attraction (+6% à 10% sur juillet/août) et aux croisières fluviales (+10%) (source : Ministère du Tourisme).
- **La COP 21, à Paris**, a permis de compenser un peu la baisse de la fréquentation hôtelière en Ile-de-France, après les attentats de novembre.



Les grandes tendances

- Les circuits courts, la proximité et le local, particulièrement en restauration collective.
- Le «Fait maison» avec la sortie d'un nouveau décret.
- La prise de conscience du gaspillage alimentaire : 8 Français sur 10 se disent concernés (source : Kantar).



Des modèles de restauration qui évoluent et des frontières domicile / hors domicile qui s'estompent :

- Les restaurateurs développent la **livraison à domicile** : 7.000 restaurants sur 150.000 ont une offre (Allo Resto). Une progression de 4% en 2015 (NPD Group).
- **L'économie sociale et solidaire** se développe sur notre marché et impacte les acteurs :
 - *Hausse de 25% de la clientèle Airbnb sur le seul 1^{er} semestre 2015, par rapport à toute l'année 2014 (source : Ministère du Tourisme).*
 - *A l'été 2015, le site de location entre particuliers proposait pas moins de 50.000 logements dans la capitale (source : Comité Régional du Tourisme).*
 - *Synhorcat : 3.000 particuliers proposeraient une offre de restauration, faisant concurrence aux professionnels.*



Notre marché en 2015 : Résumé

Le marché continue de perdre des occasions de consommation :

- La restauration commerciale peine à redresser sa chute en termes d'occasions, qui se poursuit depuis 2011 (-0,5% vs 2014).
- La restauration à table est la grande perdante (cafétérias, restauration à thème) : -1,5% d'occasions de consommation en 2015, -9,5% en cumul depuis 2008.
- La restauration rapide perd 0,2% d'occasions de consommation en 2015, -3,4% en cumul depuis 2008. Les secteurs les plus touchés : burgers et pizzas VAE/livrées perdent 1,4% d'occasions de consommation.
- La restauration d'entreprise perd des occasions repas, mais voit celles-ci progresser en hors repas.

Activité 2015 en restauration

Les dépenses totales régressent très légèrement :

- 2013 : - 0,3%
- 2014 : +0,1%
- 2015 : - 0,3%



Les occasions de consommation également :

- 2013 : - 0,4%
- 2014 : - 1,1%
- 2015 : - 0,5%

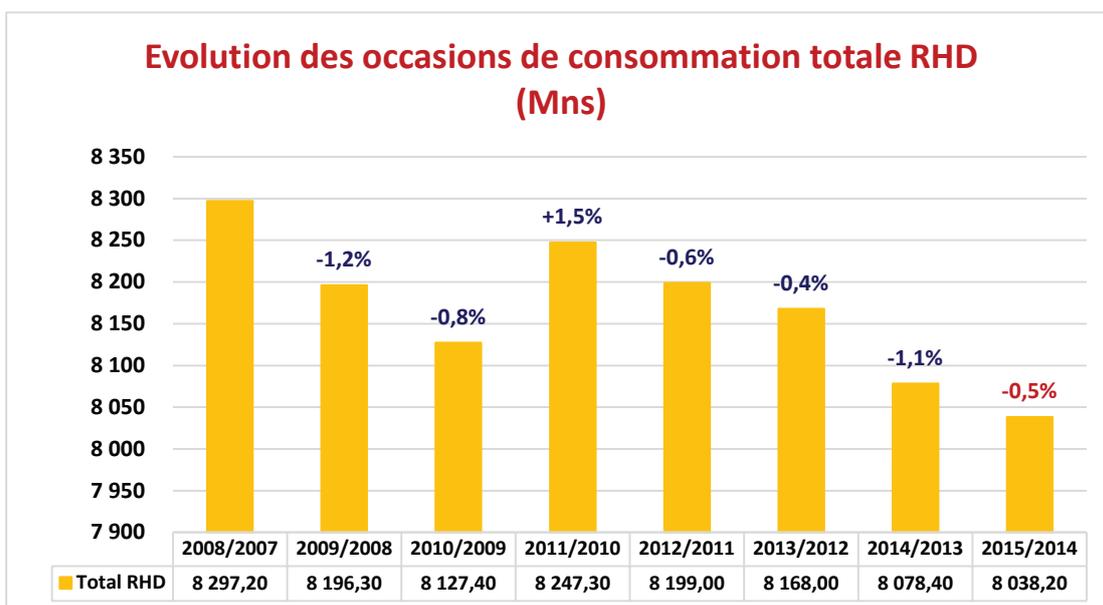
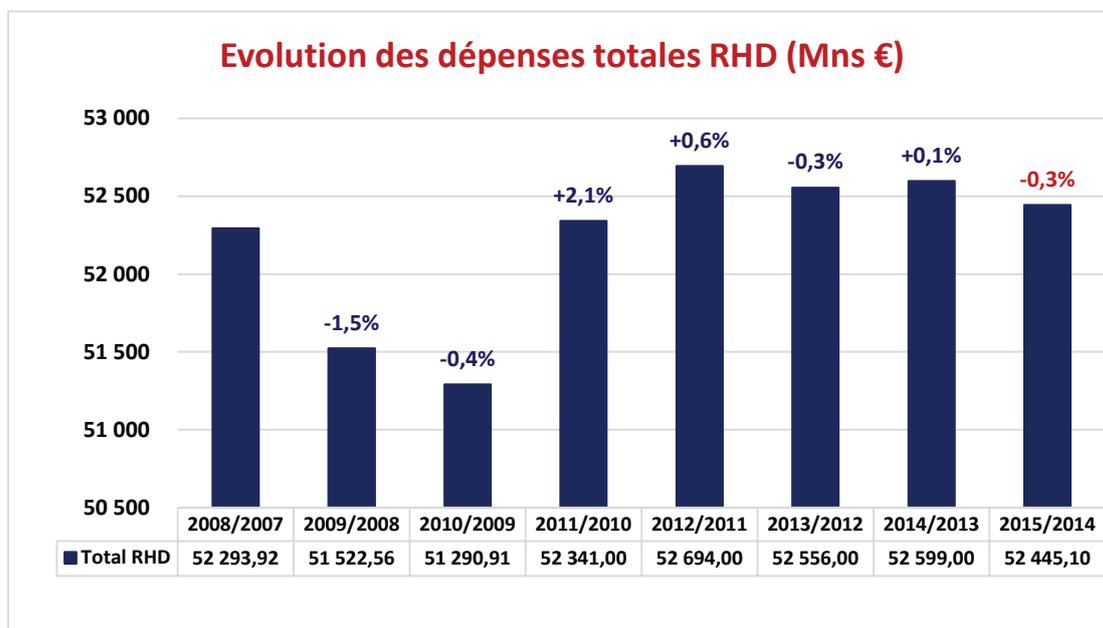


La dépense moyenne stagne :

- 2013 : 6,43 €
- 2014 : 6,51 €
- 2015 : 6,52 €



La restauration en 2015

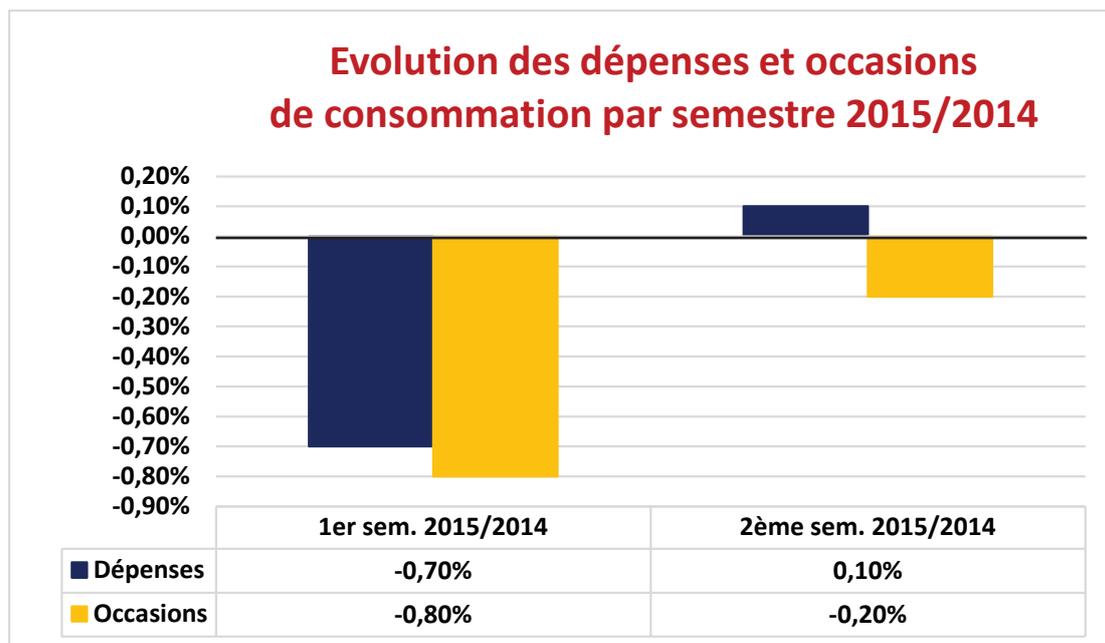


En 2015, le marché continue à perdre des occasions de consommation : 40 Mns.
Ce sont 259 Mns d'occasions perdues en restauration depuis 2007 : soit -3,1% au total.

La dépense moyenne reste stable à 6,52 €. La baisse des occasions de consommation impacte les **dépenses** qui régressent de **-0,3% en 2015**.

La restauration en 2015

Résultats par semestre



Si la situation semble s'améliorer au 2nd semestre, c'est grâce à la restauration commerciale qui gagne des occasions de consommation vs 1^{er} semestre.

A noter tout de même que le 2nd semestre 2014 n'était pas bon (-1,5% d'occasions). Il s'agit donc d'une amélioration «relative».

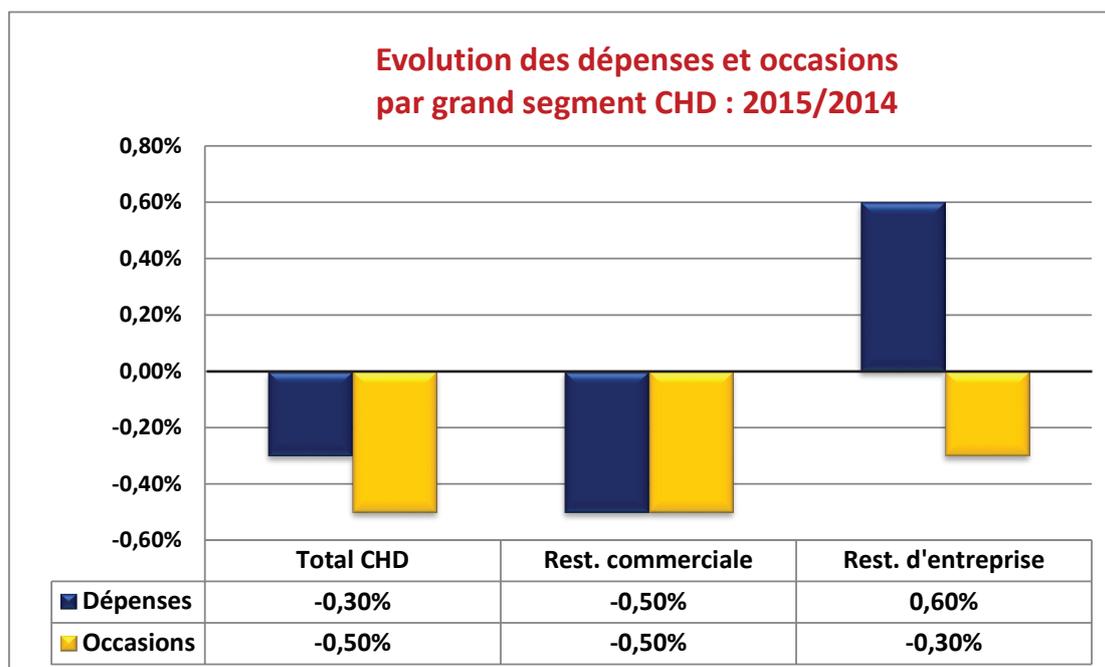
La lecture des résultats ne montre pas l'impact des attentats de novembre 2015 sur la restauration. C'est pourtant le cas, surtout en restauration traditionnelle, essentiellement sur Paris et les grandes villes, et plus particulièrement le soir.

Données observatoire Synhorcat 2015 (hôtellerie et restauration indépendante) :

CA	Hôtels restaurants	Restauration seule
Dernier trimestre	-8,5%	-9,5%
Total année 2015	-3,5%	-4,5%

La restauration en 2015

Les grands segments de la restauration en 2015



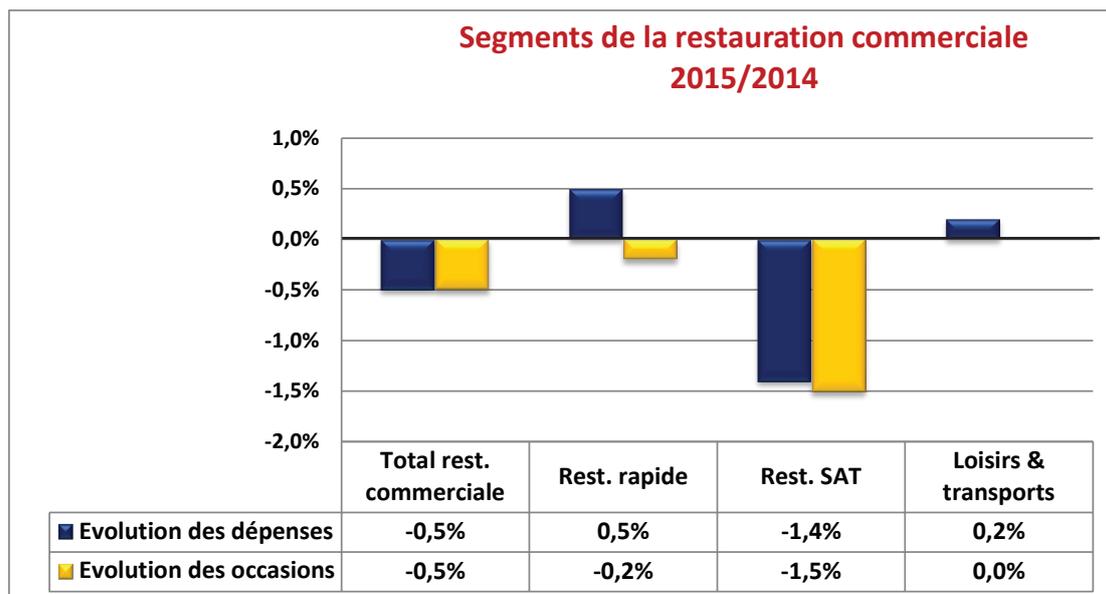
La consommation hors domicile, dans son ensemble, affiche un résultat négatif en termes de fréquentation.

Dans la restauration collective, 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).

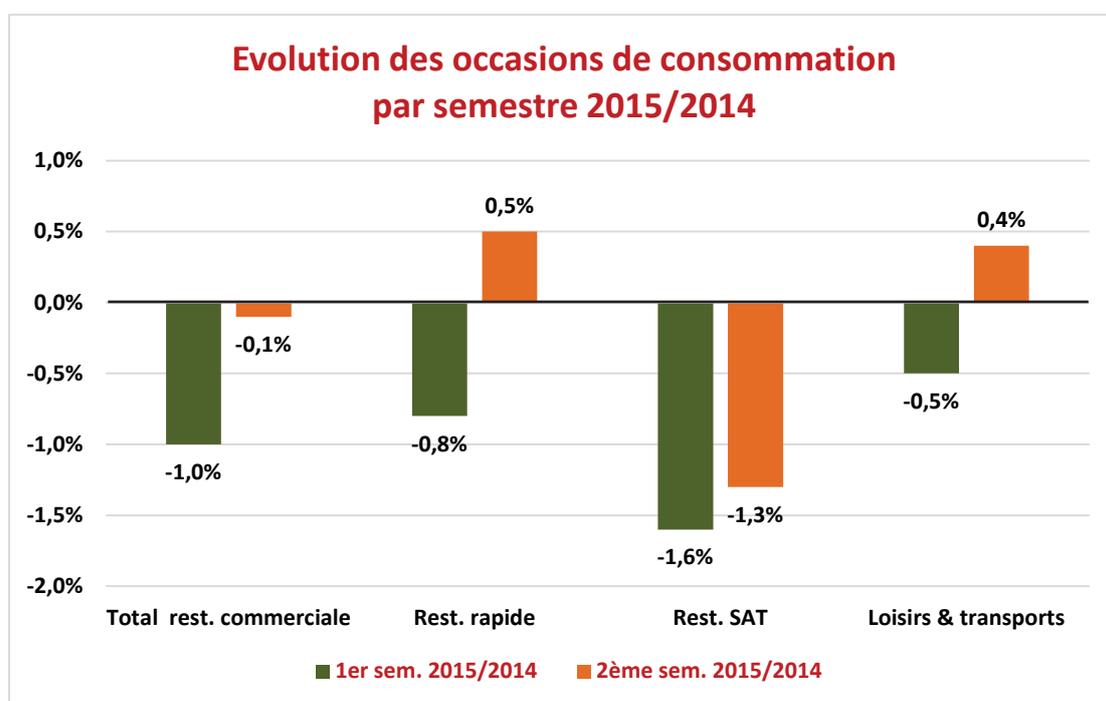
La restauration commerciale

C'est surtout la restauration à table qui impacte les résultats négatifs de la restauration commerciale avec -1,5% d'occasions de consommation vs 2014.

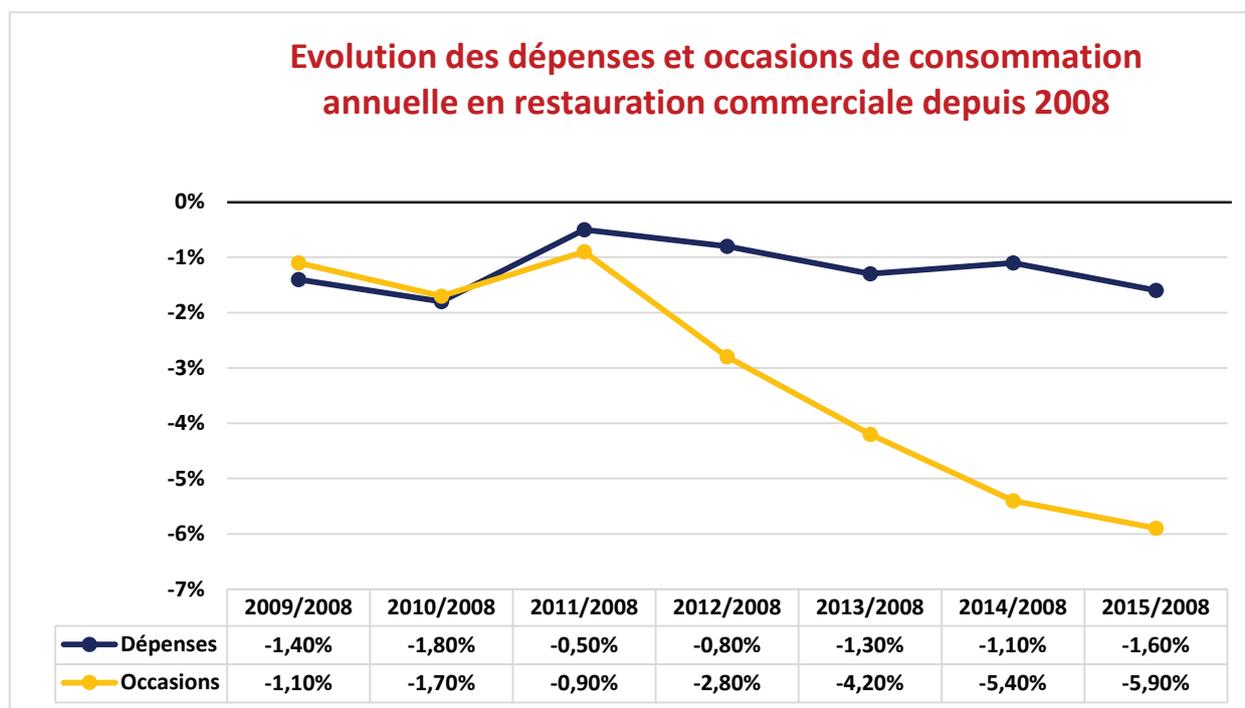
Le «petit» segment loisirs et transports est stable (0%), grâce à la consommation dans les transports qui progresse légèrement.



Rest. SAT : Service à table ou Restauration à table

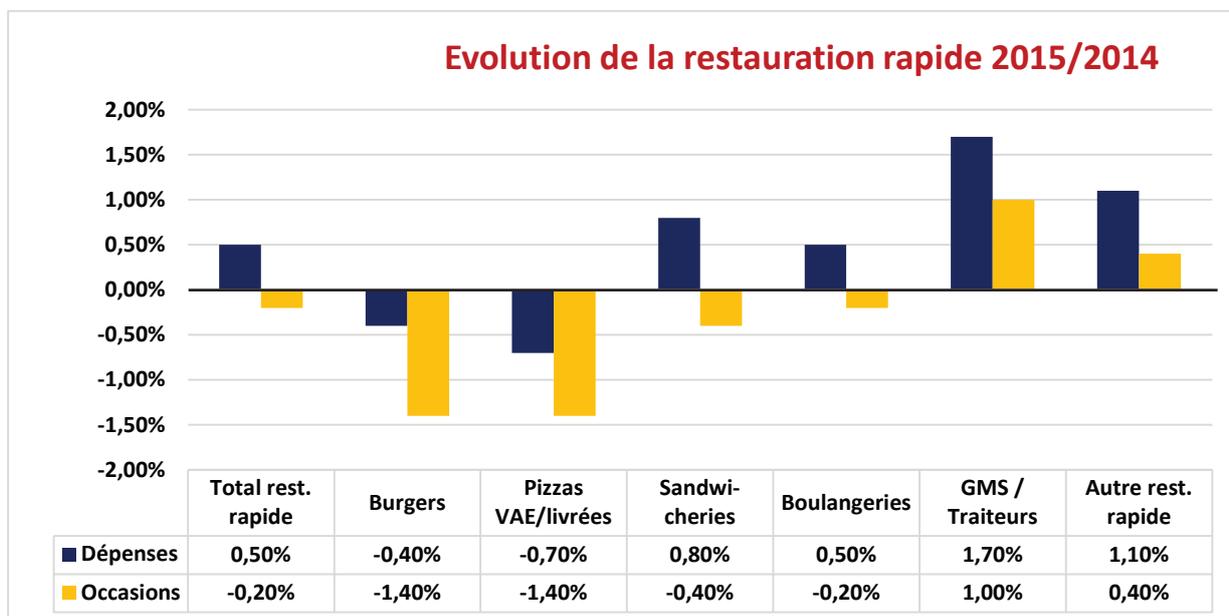


La restauration commerciale

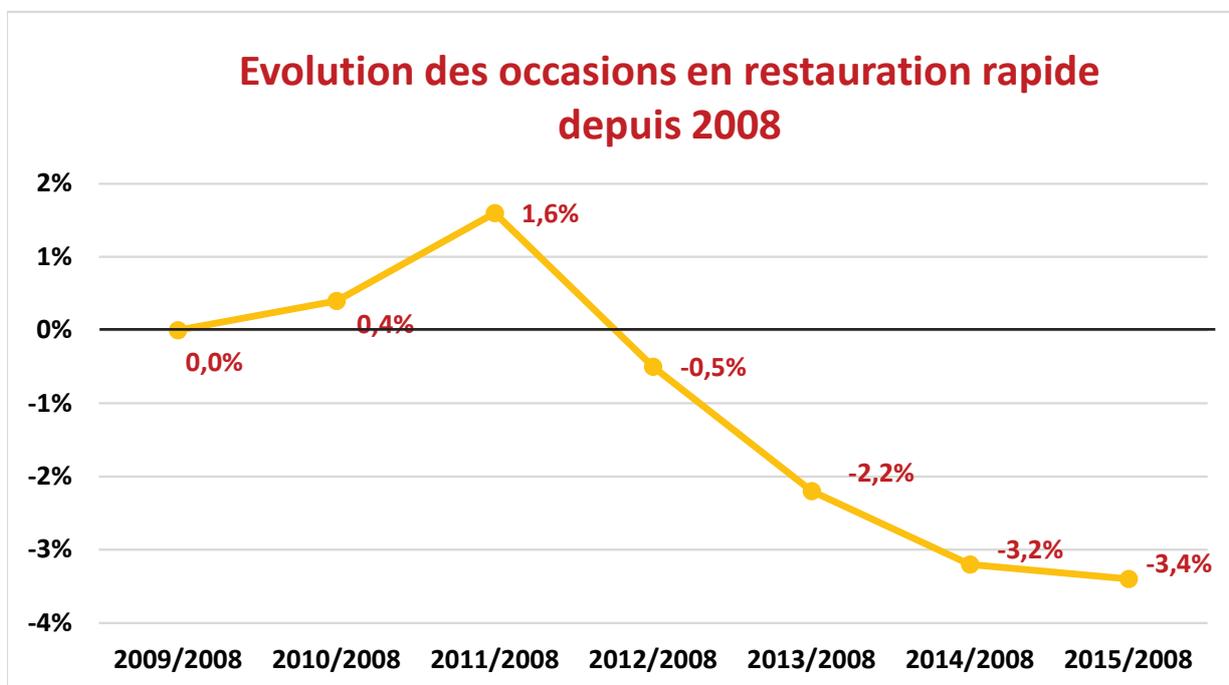


Au total, en cumul depuis 7 ans, **près de 6% d'occasions de consommation ont été perdues en restauration commerciale.**

La restauration rapide

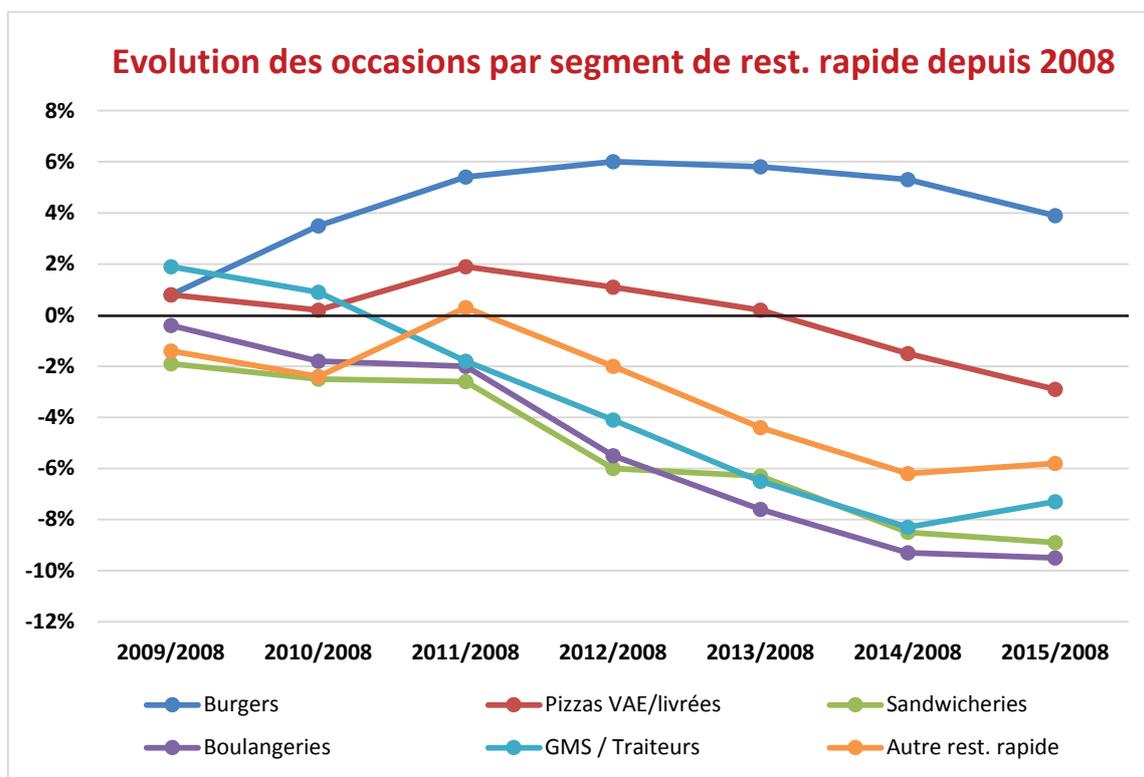


La restauration rapide n'est pas épargnée par la désaffection des consommateurs. Elle perd des occasions de consommation pour la 4^{ème} année consécutive. Les burgers et pizzas VAE/livrées, qui ont longtemps tiré la restauration rapide, affichent la perte la plus importante en 2015 avec -1,4% d'occasions. Seuls les segments GMS / Traiteurs et Autre restauration rapide voient leurs consommations progresser respectivement à +1% et +0,4%.

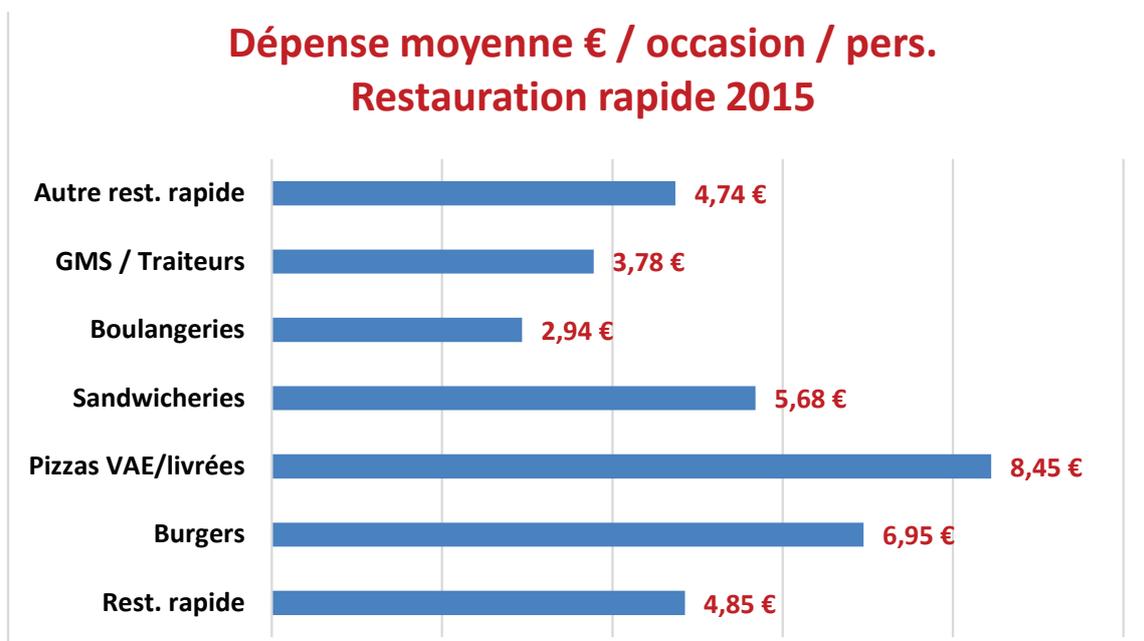


Après avoir vu les occasions de consommation progresser de façon constante jusqu'en 2011, la restauration rapide accuse une progression négative depuis 4 ans. 3,4% d'occasions de consommation ont disparu depuis 2008.

La restauration rapide



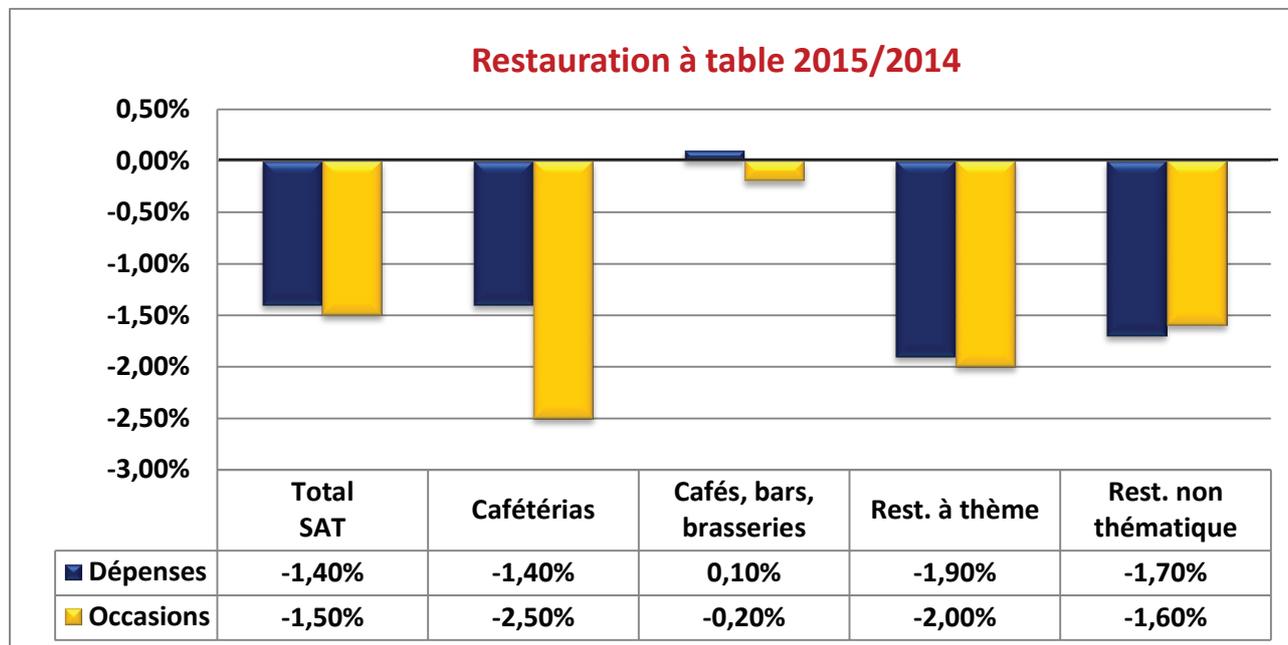
Les burgers, qui ont longtemps tiré le segment, affichent un recul pour la 2^{ème} année consécutive. Il en est de même pour les pizzas en VAE ou livrées (concurrence de nouvelles formules de repas livrés à domicile ?).



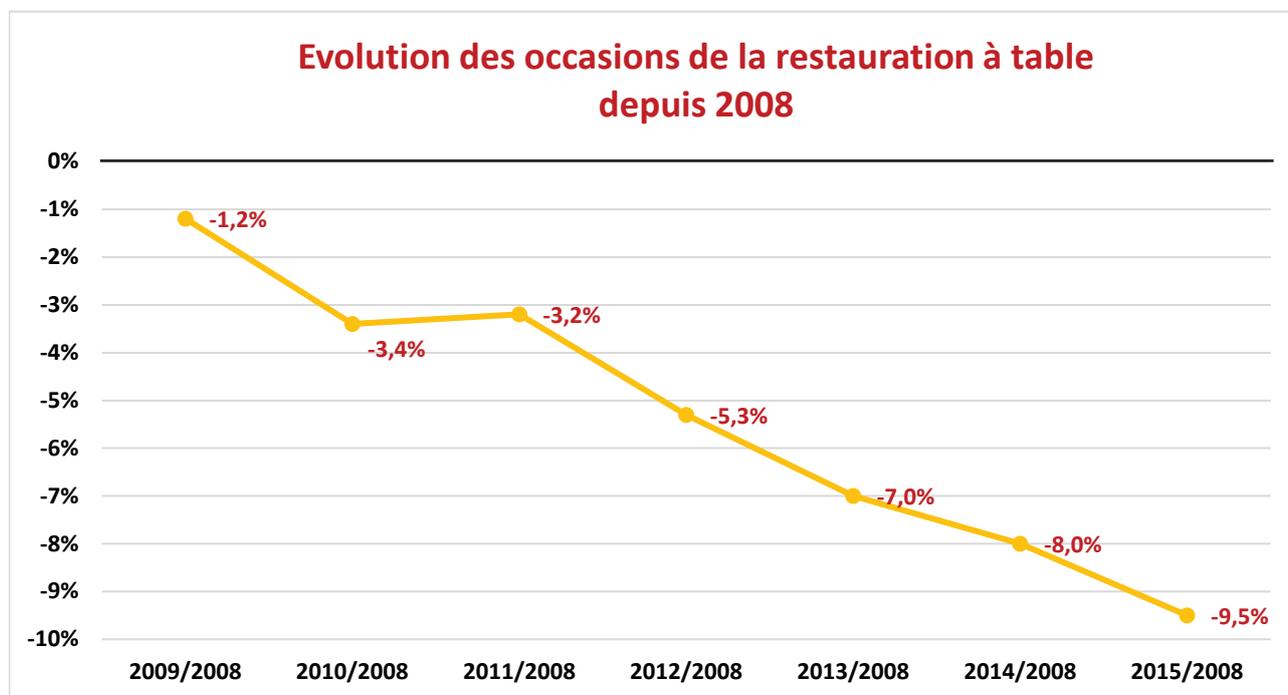
Les dépenses moyennes les plus importantes concernent les pizzas : 8,45 € et les burgers : 6,95 €. Celle de la GMS / Traiteurs est de 3,78 €, ce qui peut justifier sa progression. A noter que la dépense moyenne des boulangeries doit être regardée avec prudence : de nombreuses occasions, telles que viennoiseries achetées seules, représentent une occasion et viennent diminuer ainsi la dépense moyenne qui est bien plus élevée avec les formules repas.

La restauration commerciale SAT*

*SAT : Service à table ou RAT : Restauration à table



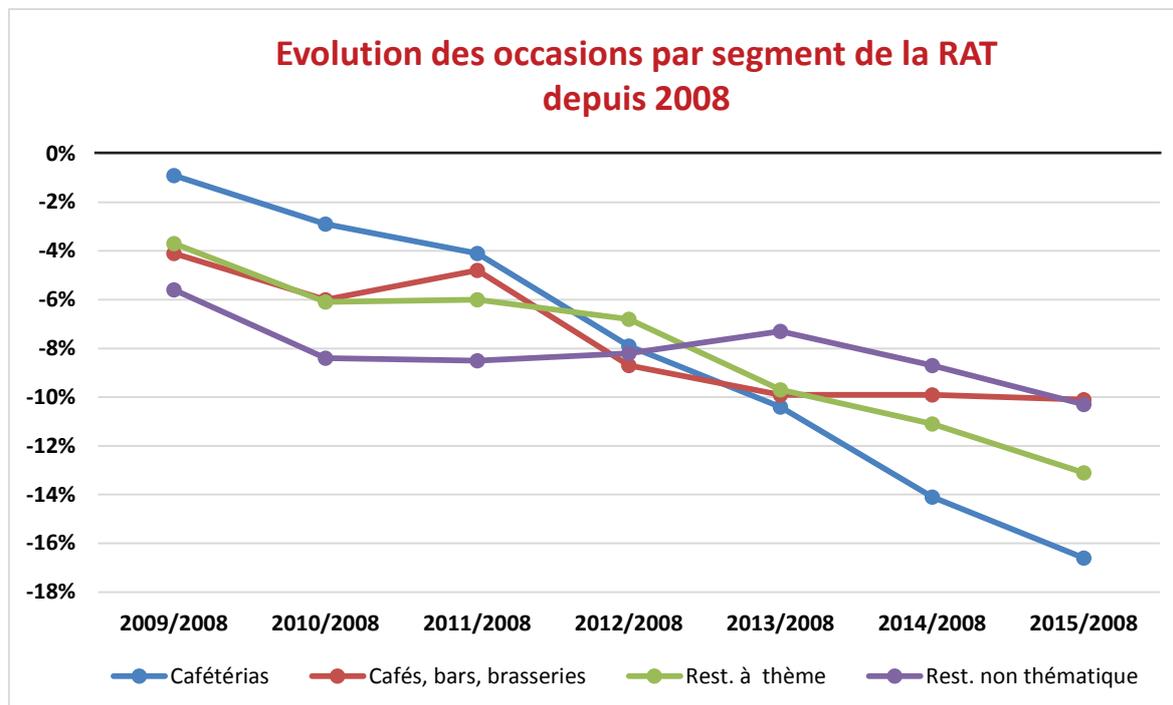
La restauration service à table est le sous-segment le plus impacté par la frilosité des consommateurs : -1,5% d'occasions.



Depuis 2008, la restauration à table a perdu 9,5% de ses occasions de consommation.

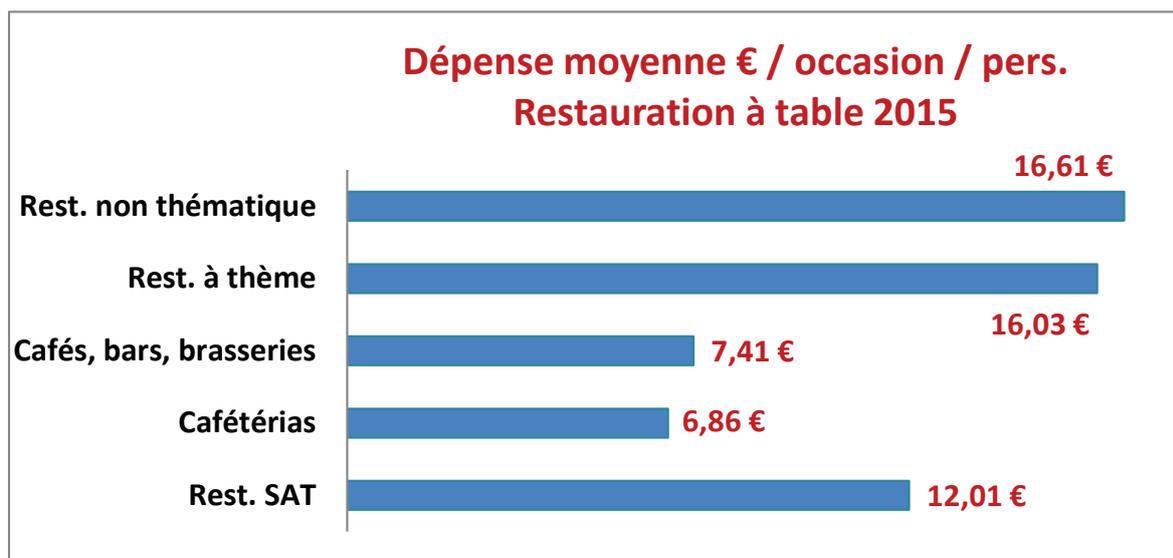
La restauration commerciale SAT*

*SAT : Service à table ou RAT : Restauration à table



Pas un sous-segment ne progresse. Les cafés, bars, brasseries s'en sortent mieux que les autres secteurs de la restauration à table (-0,2%). Deux raisons possibles :

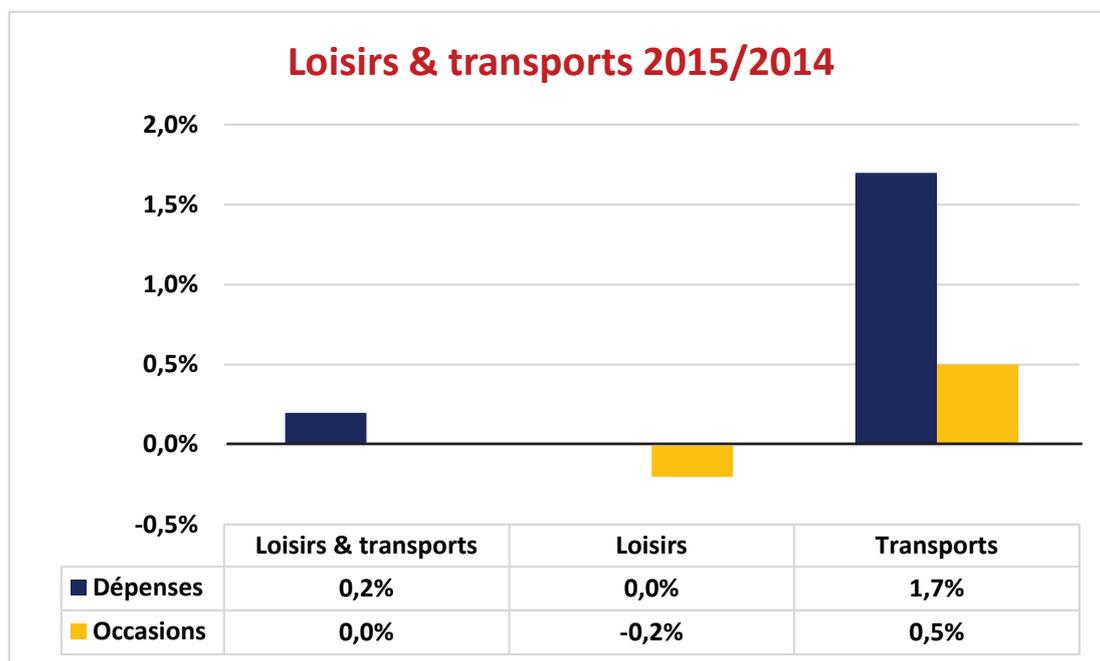
- Les brasseries sont des établissements de taille supérieure en général, ce qui leur permet de mieux amortir leurs frais fixes et de mieux résister. Elles ont aussi un prix de vente supérieur au reste des établissements.
- Les cafés, bars ont pu profiter de la canicule de l'été avec un meilleur débit de boissons, glaces.



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

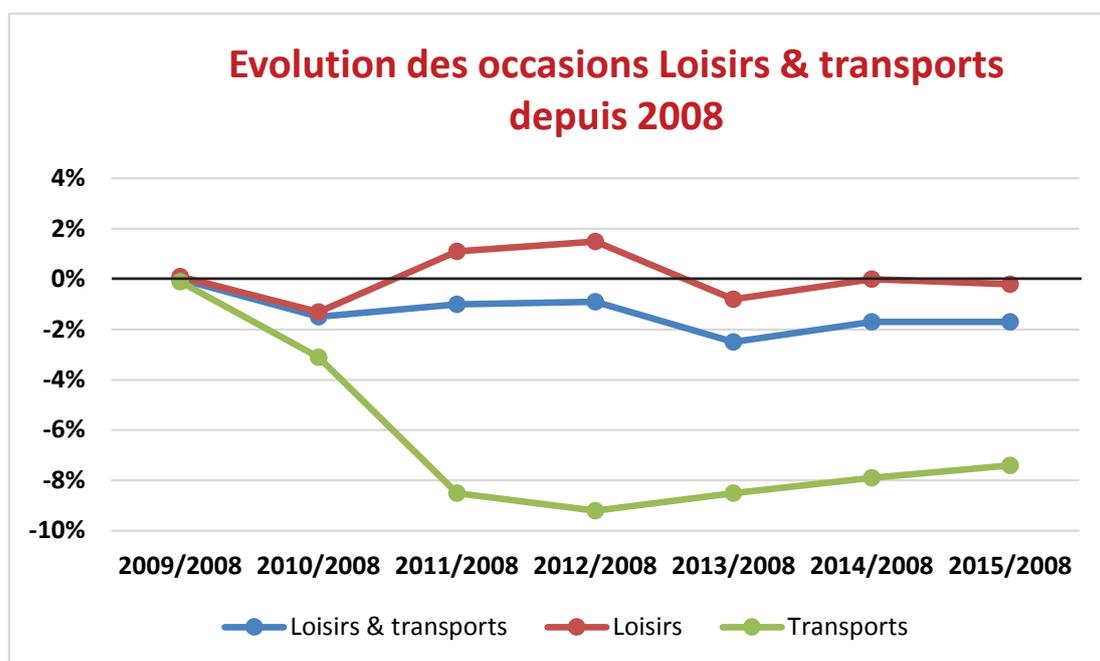
Comme pour les boulangeries, la dépense moyenne des cafés, bars, brasseries est impactée à la baisse par les prises de boissons, cafés... hors repas.

Loisirs & transports



Le secteur affiche une stabilité relative. Les loisirs, qui étaient positifs en 2014, régressent contrairement aux transports qui restent positifs. Ils ne représentent cependant qu'1,5% de part de marché des occasions du panel.

La progression des transports en 2015 est à relativiser, car le secteur avait perdu beaucoup d'occasions en 2011 qu'il peine à retrouver.

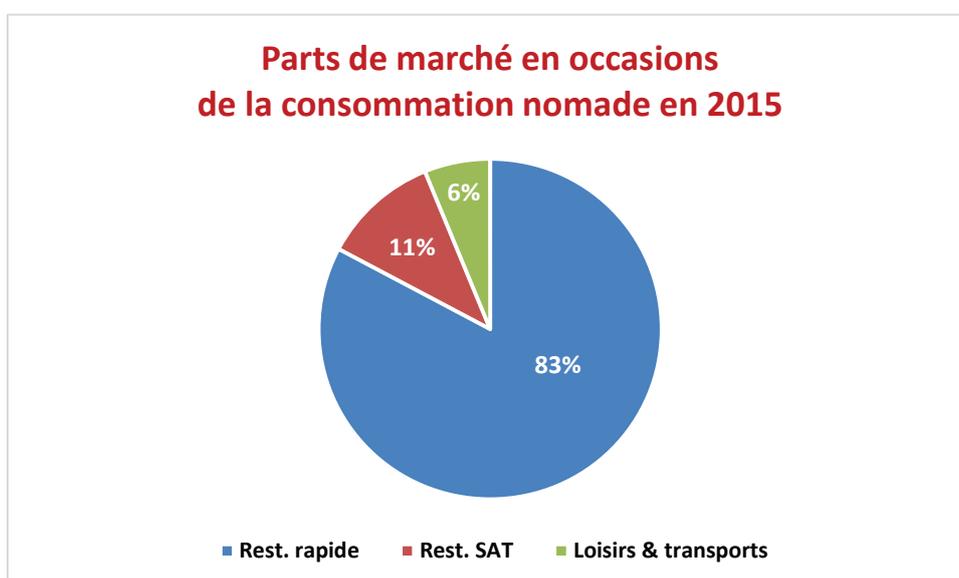
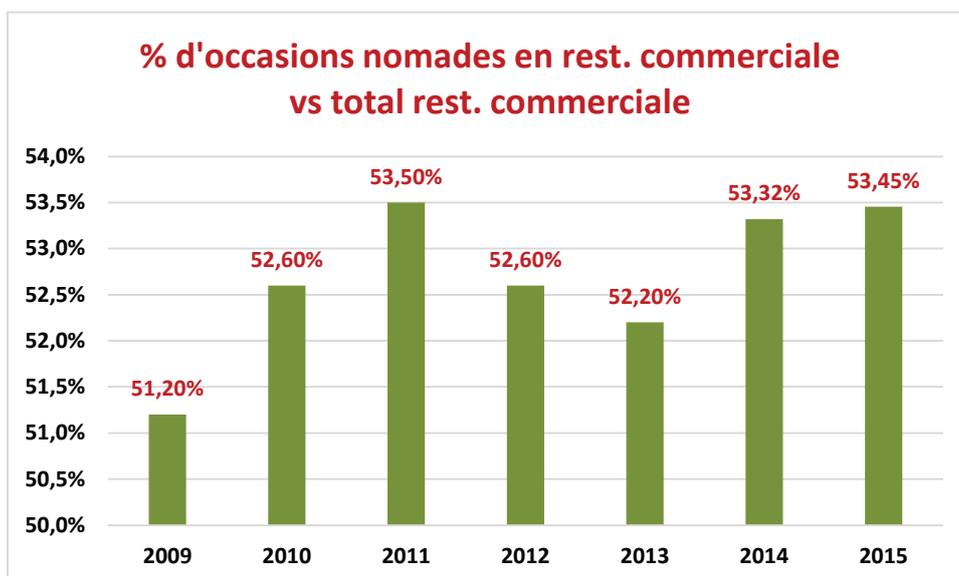


La consommation nomade



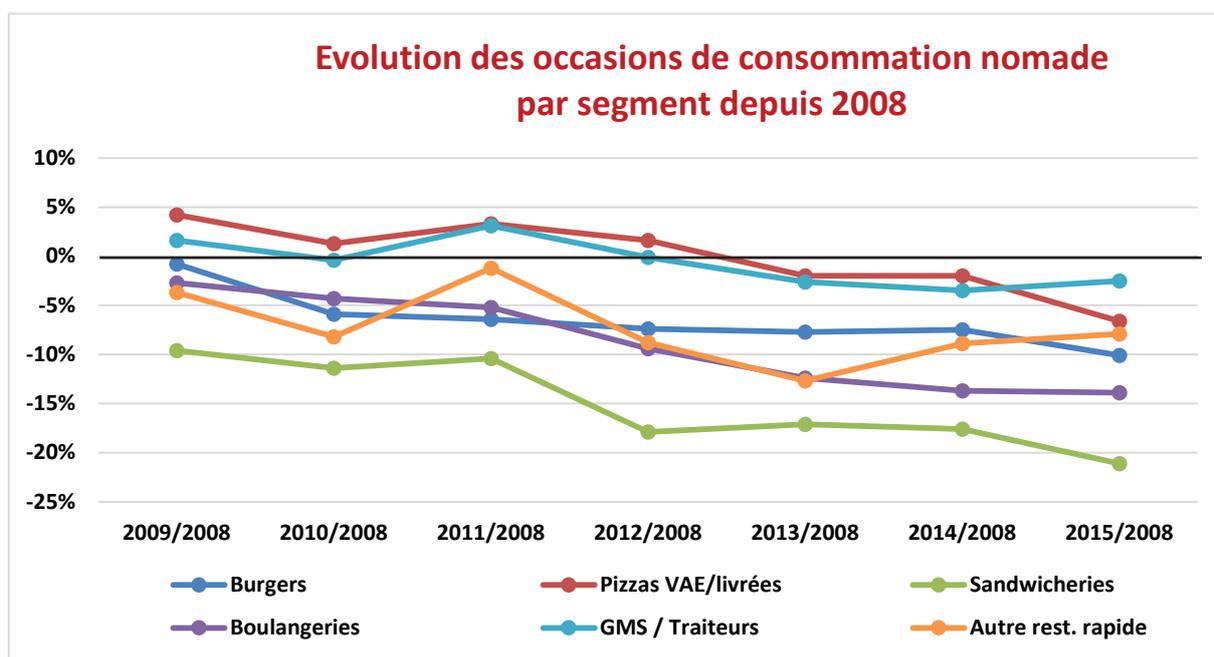
Occasions de
consommation
2015/2014 :
-0,2%

Si la consommation nomade (toute consommation vente à emporter, non prise à table, quel que soit le segment de la restauration commerciale) perd 0,2% en 2015, elle progresse légèrement, en proportion, par rapport à la restauration prise sur place en restauration commerciale puisque **53,45%** des occasions de consommation sont des **occasions nomades**. Les loisirs & transports ainsi que la restauration à table, qui développe de la vente à emporter, participent à cette légère progression.



La consommation nomade

Occasions nomades	2013/2012	2014/2013	2015/2014
Total rest. commerciale	-2,1%	0,8%	-0,2%
Rest. rapide	-2,1%	-0,1%	-0,6%
Rest. à table	-2,3%	1,4%	1%
Loisirs & transports	-2%	10,9%	2,9%



Seuls gagnants de la restauration nomade en 2015 :

- GMS / Traiteurs : +1%
- Autre restauration rapide : +1%

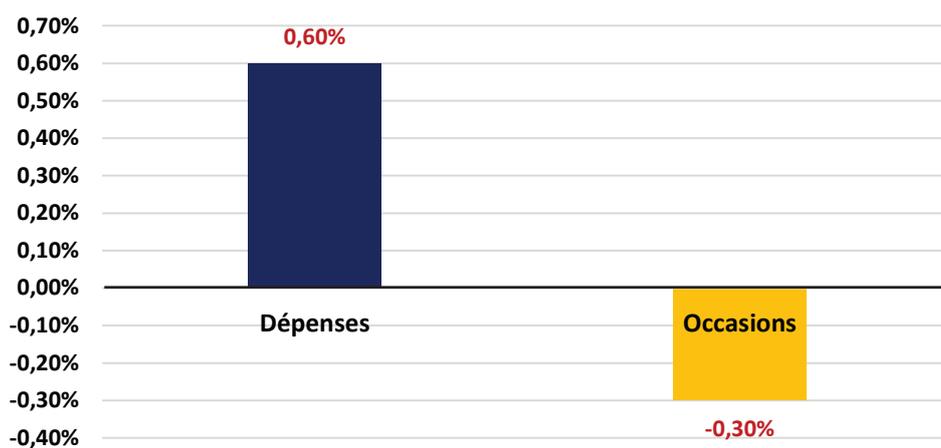
La restauration collective : Travail

Seul le secteur du travail mérite notre attention dans les résultats du Panel CREST. Le reste des collectivités n'étant pas représentatif.

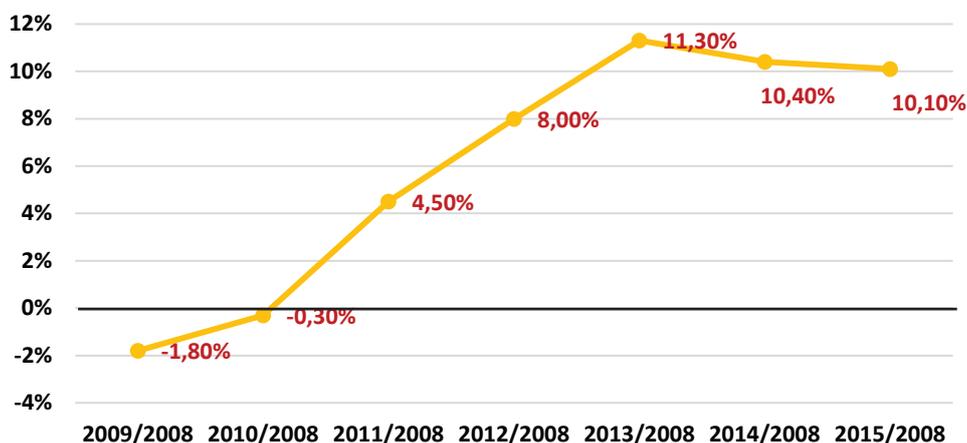
Le chômage persistant affecte la fréquentation des restaurants d'entreprise qui perd 0,3% d'occasions de consommation en 2015. Avec une dépense moyenne par occasion et par personne de 4,47 €, la restauration d'entreprise reste compétitive mais doit affronter la concurrence des autres segments : boulangeries, sandwicheries, ainsi que le domicile et la «gamelle». A noter que, selon une enquête CHD Expert d'avril 2015, sur le lieu de déjeuner du midi des consommateurs :

- seules 9% des personnes interrogées vont dans un restaurant d'entreprise,
- 12% utilisent la «gamelle» (déjeuner apporté du domicile et consommé sur le lieu de travail),
- 31% prennent leur déjeuner à domicile.

Restauration d'entreprise 2015 /2014

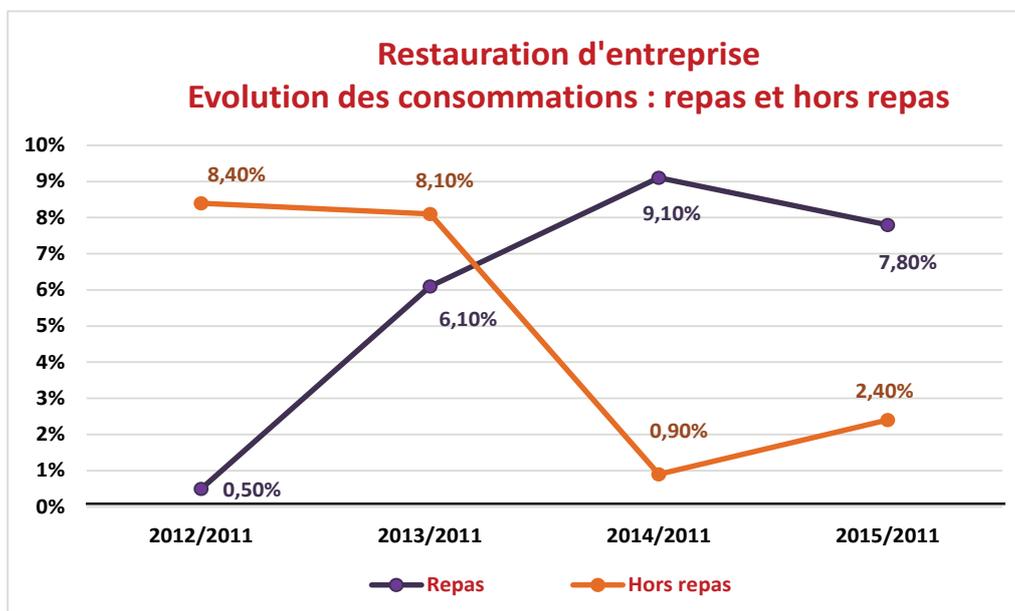
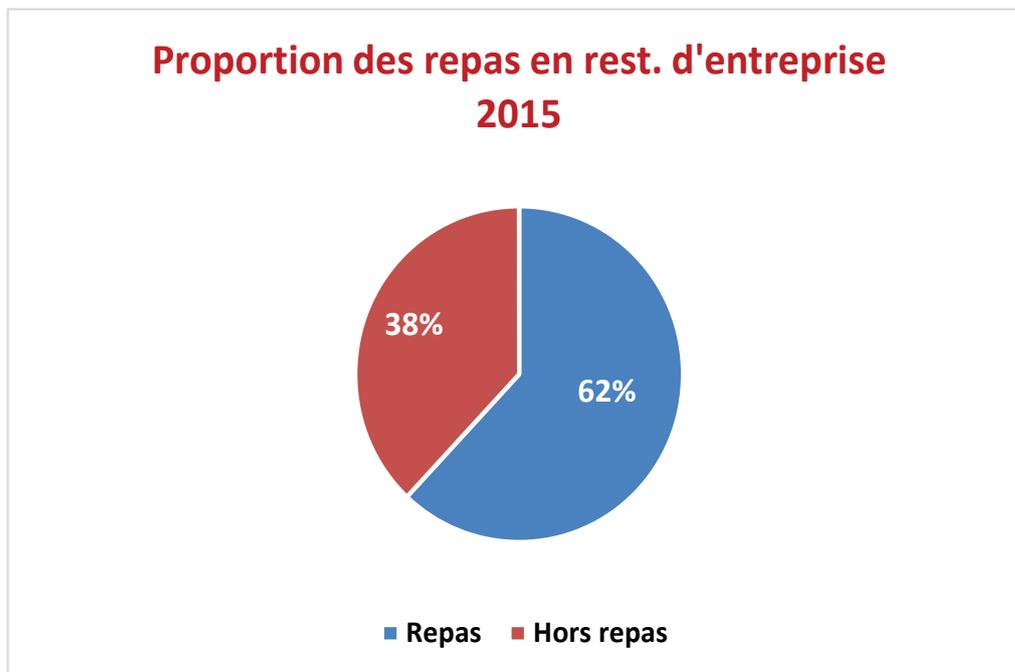


Evolution des occasions en restauration d'entreprise depuis 2008



La restauration collective : Travail

La restauration d'entreprise, qui progressait jusqu'en 2013, voit également ses occasions de consommation régresser. Elle a profité, un temps, d'un retour des salariés dans leur restaurant d'entreprise pour des raisons budgétaires, la persistance d'un contexte économique difficile impacte ce secteur.



Nous suivons, depuis 2014, les évolutions de consommation repas et hors repas de la restauration d'entreprise.

En 2015, les courbes de tendance s'inversent, les occasions repas perdent 1,3% et celles hors repas progressent de 1,5%.

A noter que la dépense moyenne repas stagne (-0,2%) à 5,47 € et que celle du hors repas progresse de 6,2% à 2,75 €.



Définition des segments suivis dans CREST

Restauration rapide :

- *Burgers : fast-foods tels que McDonald's, Quick, KFC, etc.*
- *Sandwicheries : chaînes et indépendantes.*
- *Boulangeries : artisanales indépendantes (hors achats du pain seul).*
- *GMS / Traiteurs : traiteurs (italiens, chinois, etc) et rayons libre-service GSM vendant des sandwiches, 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 (SAT) :

- *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, etc.*
- *Restauration non thématique : restaurants indépendants sans spécialité particulière.*

Loisirs et transports :

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

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

Restauration collective :

- *Travail : restauration d'entreprise, située en bureau ou usine, autogérée ou concédée. NB : Cela exclut la distribution automatique (suivie dans le Panel CREST, mais exclue de l'abonnement GECO Food Service).*
- *Autres collectivités : toutes les restaurations collectives hors travail, pour le personnel et les visiteurs, incluant la santé / le social : hôpitaux, cliniques, maisons de retraite, incluant l'enseignement supérieur : universités, écoles supérieures, les autres établissements tels que l'armée, les foyers, etc. NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires.*



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