



# Bilan de la Consommation Hors Domicile 2009

Panel CREST

Présentation **GēCo** – 16 mars 2010

AUTOMOTIVE  
BEAUTY  
COMMERCIAL TECHNOLOGY  
CONSUMER TECHNOLOGY  
ENTERTAINMENT  
FASHION  
FOOD & BEVERAGE  
FOODSERVICE  
HOME  
OFFICE SUPPLIES  
SOFTWARE  
SPORTS  
TOYS  
WIRELESS



*IMPORTANT : ce rapport et les informations qu'il contient sont réservés à l'usage exclusif et interne des clients de NPD. Toute diffusion ou reproduction, directe ou indirecte, intégrale ou partielle, à l'initiative du client, devra être faite avec le consentement écrit de NPD.*

*Behind Every Business Decision*

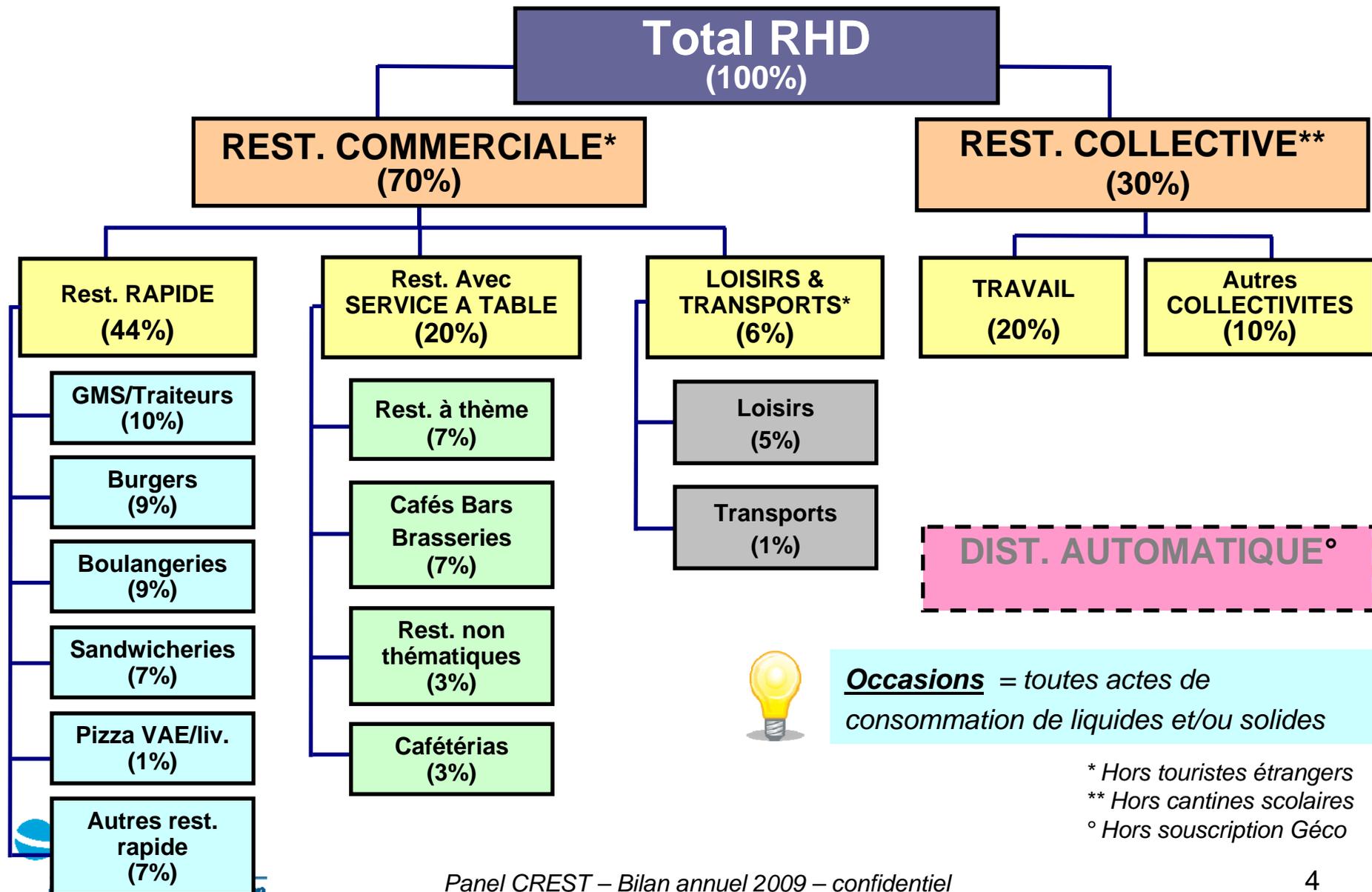
# Ordre du jour

- **Méthodologie du panel CREST**
- **Les résultats sur notre marché**
  - Bilan RHD 2009
  - 2<sup>e</sup> semestre et impact TVA ?
- **Impact sur la consommation nomade ?**
- **Zoom sur la restauration collective :**
  - Travail
  - Universités

## Méthodologie CREST

- ✓ Un panel consommateurs
- ✓ 365 jours sur 365
- ✓ 12 000 individus par mois
- ✓ Leurs visites de la veille
- ✓ Toutes consommations : solides et boissons
- ✓ 11 pays

# Structure des circuits et segments CREST (100% occasions en RHD)



## Les mesures CREST

Ex : Philippe dîne chez Rico pour 12 euros et Brigitte dans une cafétéria pour 8 euros



20 euros en dépenses

2 occasions

10 euros en dépense moyenne par pers.

4 items consommés (solides ou boissons)

2 items en moyenne par pers.

# La Consommation Hors Domicile en France en 2009 GeCo

<b>Dépenses totales TTC</b>	<b>45,8 milliards d'euros</b>
<b>Nombre d'occasions</b>	<b>8,1 milliards d'occasions</b>
<b>Dépense moyenne par pers. par occasion</b>	<b>5,67 €</b>
<b>Nombre moyen d'items</b>	<b>3,1 items par occasion</b>



**Dépenses totales en €** = somme des dépenses individuelles réalisées TTC

**Occasions** = toutes occasions avec consommation de liquides et/ou solides

**Dépense moyenne par pers. en €** = dépense moyenne individuelle par occasion

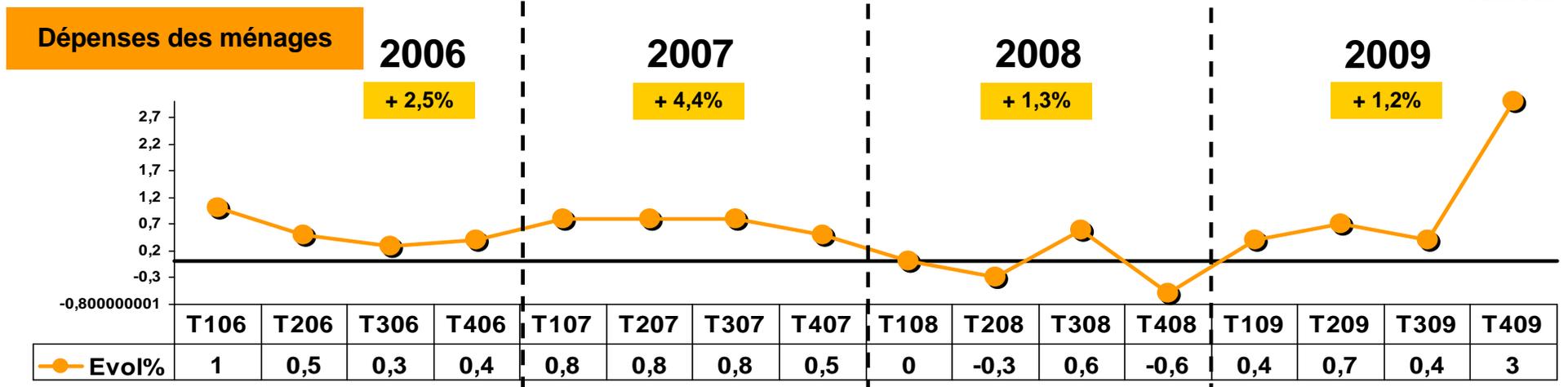
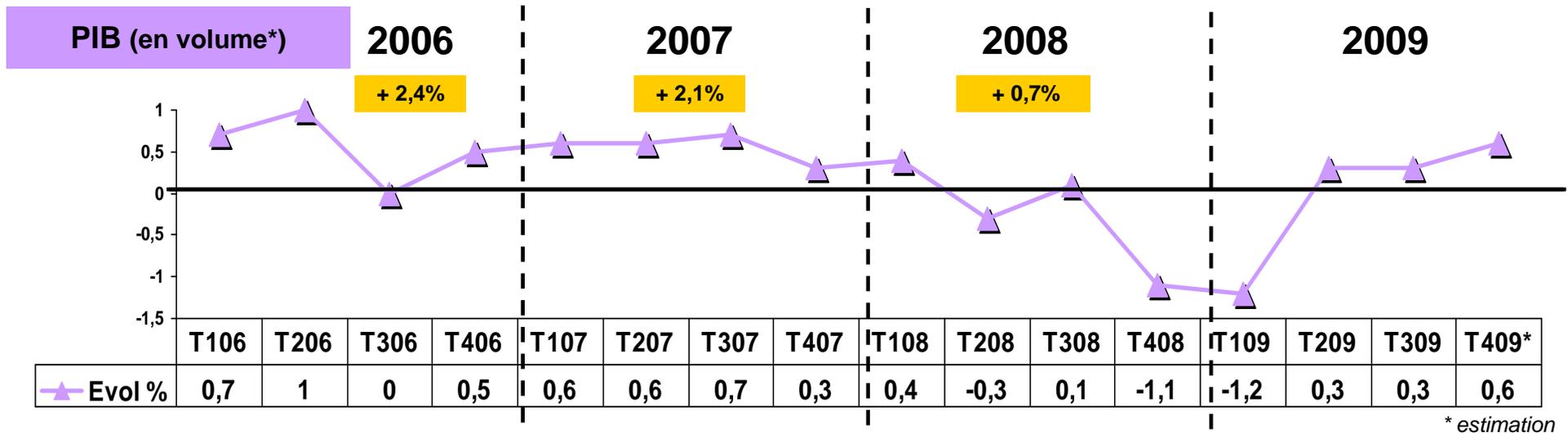
**Nombre moyen d'items** = nombre moyen des produits consommés par occasion (solides et/ou liquides)



**En 2009, le marché RHD recule en fréquentation pour la 1<sup>ère</sup> fois depuis 2005**

# Dans un contexte économique qui s'améliore à partir de Q2

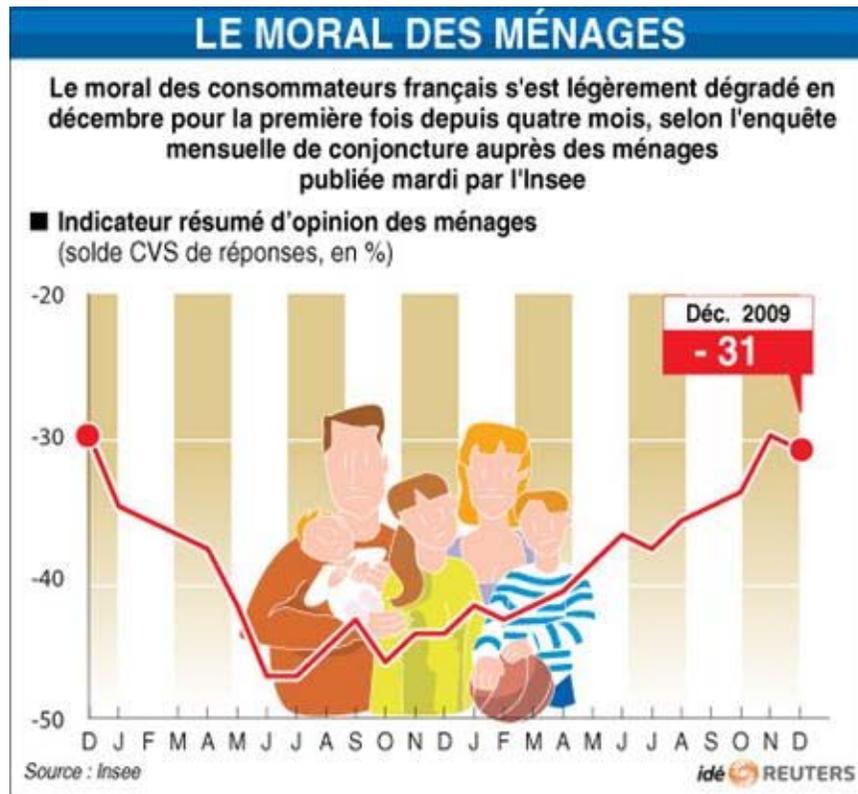
Source: INSEE



• Les valeurs et les volumes sont mesurés aux prix de l'année précédente chaînés et corrigés des variations saisonnières (CVS) et des effets des jours ouvrables (CJO)

• Calcul des variations :  $t/t-1$  (en %)

# Avec un moral des ménages qui progresse malgré le chômage, mais il reste en dessous du niveau 2007



# la TVA baisse les prix aussi !

A cut in VAT is a cut in prices!

L'événement de l'année 2009 :  
la baisse de la TVA de 19,6% à  
5,5% pour la restauration assise.



# La Consommation Hors Domicile en France en 2009

2009 vs 2008

Dépenses totales TTC	<b>45,8 milliards d'euros</b>	-1,3%
Nombre d'occasions	<b>8,1 milliards d'occasions</b>	-1,4%
Dépense moyenne par pers. par occasion	<b>5,67 €</b>	stable
Nombre moyen d'items	<b>3,1 items par occasion</b>	stable



**Dépenses totales en €** = somme des dépenses individuelles réalisées TTC

**Occasions** = toutes occasions avec consommation de liquides et/ou solides

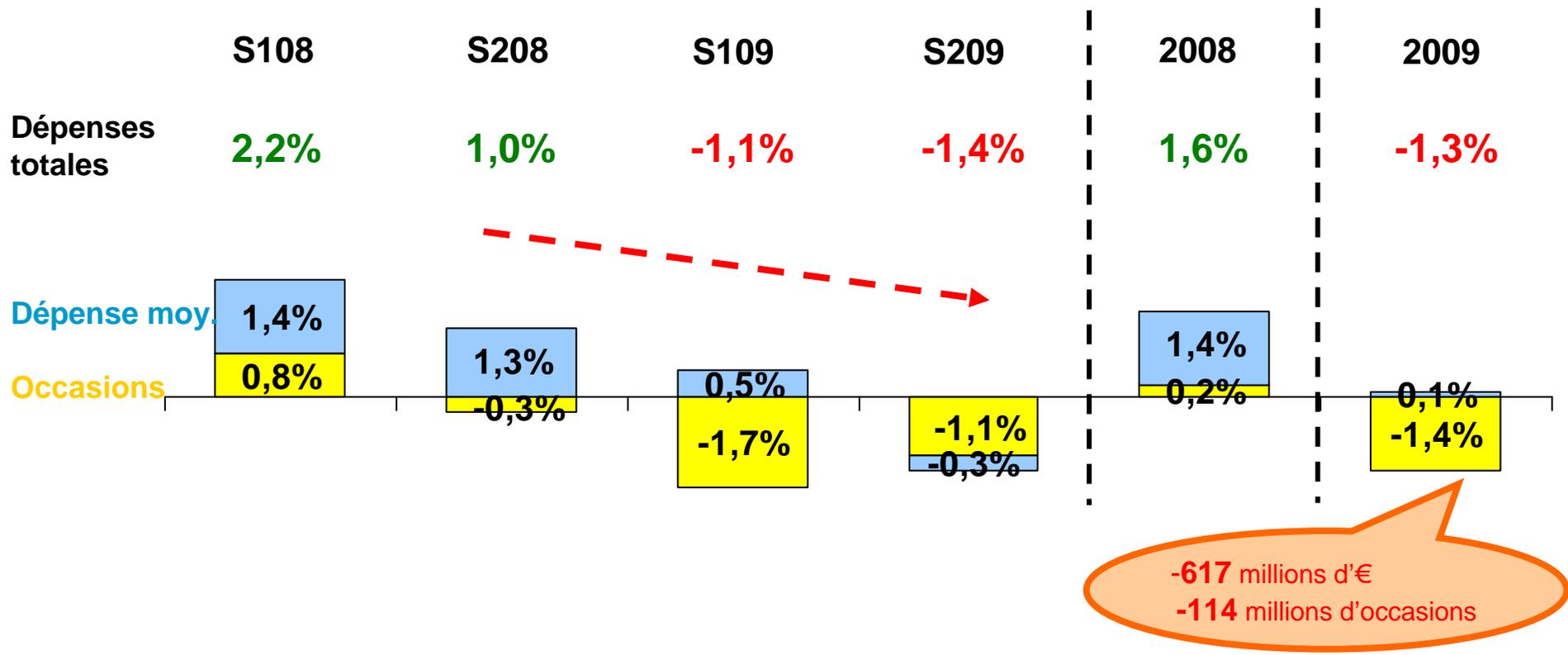
**Dépense moyenne par pers. en €** = dépense moyenne individuelle par occasion

**Nombre moyen d'items** = nombre moyen des produits consommés par occasion (solides et/ou liquides)

# Baisse des occasions depuis le 2<sup>e</sup> semestre 2008

**Total RHD**

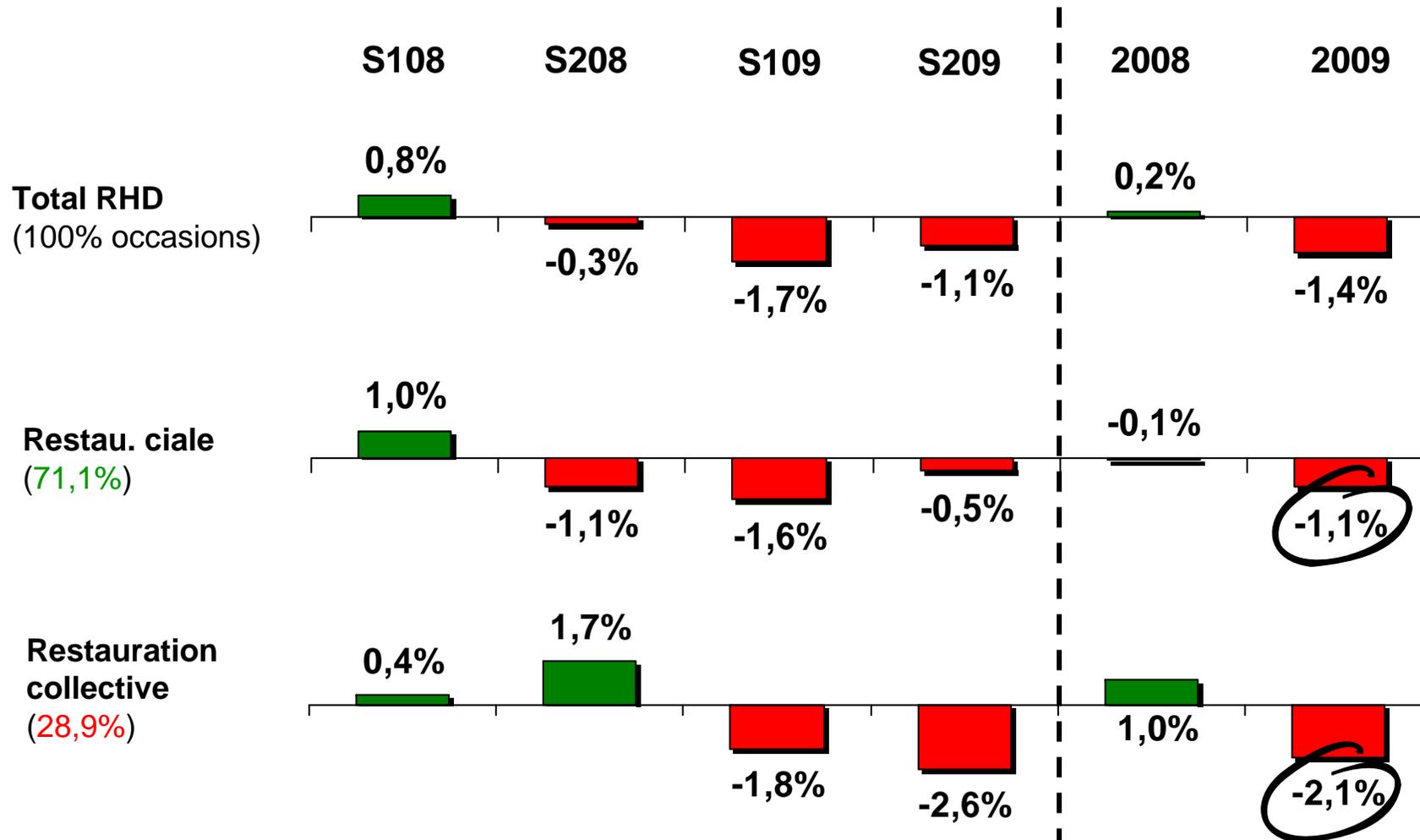
Evolution vs même période N-1 (en %)



# Cette année la baisse de fréquentation touche les 2 circuits : commercial et collectif.

**Total RHD**

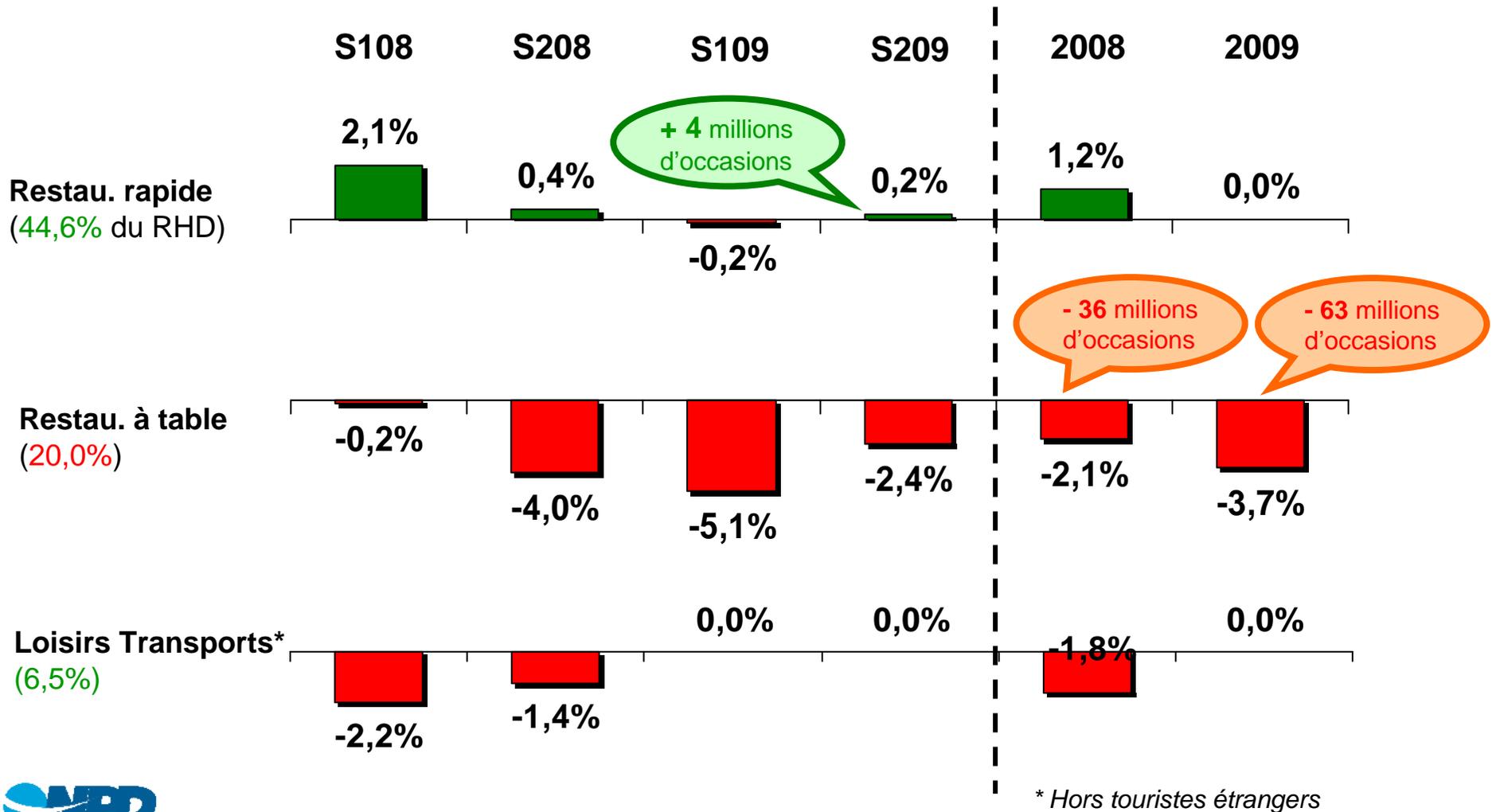
Evolution des occasions vs même période N-1 (en %)



# En restauration commerciale, la restauration à table chute depuis 2 ans et la « rapide » a stagné en 2009.

## Rest. commerciale

Evolution des occasions vs même période N-1 (en %)



# Seuls les segments **GMS/Traiteurs** et **Burgers** gagnent en occasions sur l'année. GeCo

## Total RHD

PDM occasions

Occasions incrémentales en 2009 (en millions)

Evol. vs 2007

Evol. vs 2008

<b>10,7%</b>	<b>GMS/Traiteurs</b>		<b>16,0</b>	<b>+0,5%</b>		<b>1,9%</b>	
<b>9,4%</b>	<b>Burgers</b>		<b>6,0</b>	<b>+4,9%</b>		<b>0,8%</b>	
<b>1,0%</b>	<b>Pizza VAE/Livrée</b>		<b>0,6</b>	<b>+0,3%</b>		<b>0,7%</b>	
<b>5,0%</b>	<b>Loisirs</b>		<b>0,2</b>	<b>-1,4%</b>		<b>0,0%</b>	
<b>1,5%</b>	<b>Transports</b>	<b>-0,2</b>		<b>-3,2%</b>		<b>-0,2%</b>	
<b>2,8%</b>	<b>Cafétérias</b>	<b>-2,2</b>		<b>+0,3%</b>		<b>-1,0%</b>	
<b>8,9%</b>	<b>Boulangeries</b>	<b>-2,7</b>		<b>+0,1%</b>		<b>-0,4%</b>	
<b>7,3%</b>	<b>Autres rest. rapides</b>	<b>-8,6</b>		<b>+0,2%</b>		<b>-1,4%</b>	
<b>7,2%</b>	<b>Sandwicheries</b>	<b>-11,5</b>		<b>-0,2%</b>		<b>-1,9%</b>	
<b>2,9%</b>	<b>Rest. non thématique</b>	<b>-14,0</b>		<b>-3,0%</b>		<b>-5,6%</b>	
<b>7,5%</b>	<b>Rest. à thème</b>	<b>-23,2</b>		<b>-1,4%</b>		<b>-3,7%</b>	
<b>6,8%</b>	<b>Cafés Bars Brasseries</b>	<b>-23,6</b>		<b>-3,3%</b>		<b>-4,1%</b>	
<b>9,9%</b>	<b>Autres collectivités</b>	<b>-23,7</b>		<b>-0,3%</b>		<b>-2,9%</b>	
<b>19,0%</b>	<b>Travail</b>	<b>-27,5</b>		<b>+1,8%</b>		<b>-1,8%</b>	

# Au 2<sup>ème</sup> semestre, la baisse des 3 segments en Restauration assise s'atténue.

GeCo

## Total RHD

PDM dépenses

Occasions incrémentales en S2 09 (en millions)

Evol. S1 09  
vs S1 08

Evol. vs S2 08

Segment	Pourcentage	Occasions incrémentales (en millions)	Evol. S1 09 vs S1 08	Evol. vs S2 08
GMS/traiteurs	10,8%	11,2	1,1%	2,6%
Burgers	9,8%	2,4	1,0%	0,6%
Boulangeries	8,9%	1,1	-1,0%	0,3%
Transports	1,7%	0,4	-1,2%	0,6%
Pizza VAE/livrée	1,0%	0,3	0,7%	0,7%
Cafétérias	2,8%	0,0	-2,0%	0,0%
Loisirs	5,0%	-0,4	0,3%	-0,2%
Sandwicheries	7,1%	-4,3	-2,4%	-1,5%
Rest. non thématique	2,9%	-5,0	-7,2%	-4,1%
Autres restau. rapides	7,2%	-6,5	-0,7%	-2,2%
Cafés bars brasseries	6,8%	-6,6	-5,8%	-2,3%
Rest. à thème	7,7%	-8,3	-4,8%	-2,6%
Autres collectivités	9,7%	-8,6	-3,6%	-2,2%
Travail	18,5%	-21,4	-0,8%	-2,8%

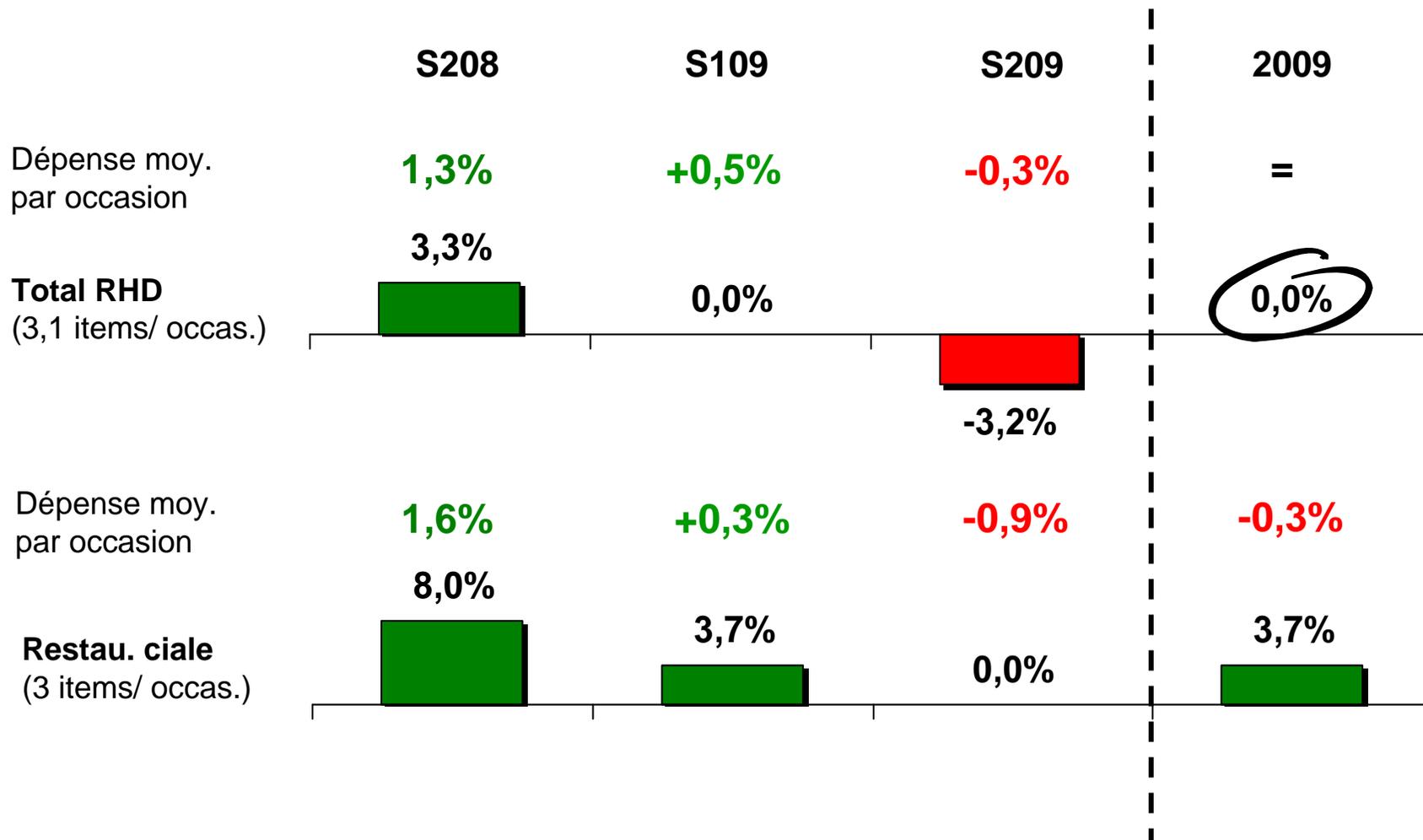


**En 2009, lors de leurs visites RHD,  
les Français consomment à 2 vitesses.**

# Une consommation atone en 2009 et un nombre d'items en baisse sur le 2<sup>ème</sup> semestre en RHD.

**Total RHD**

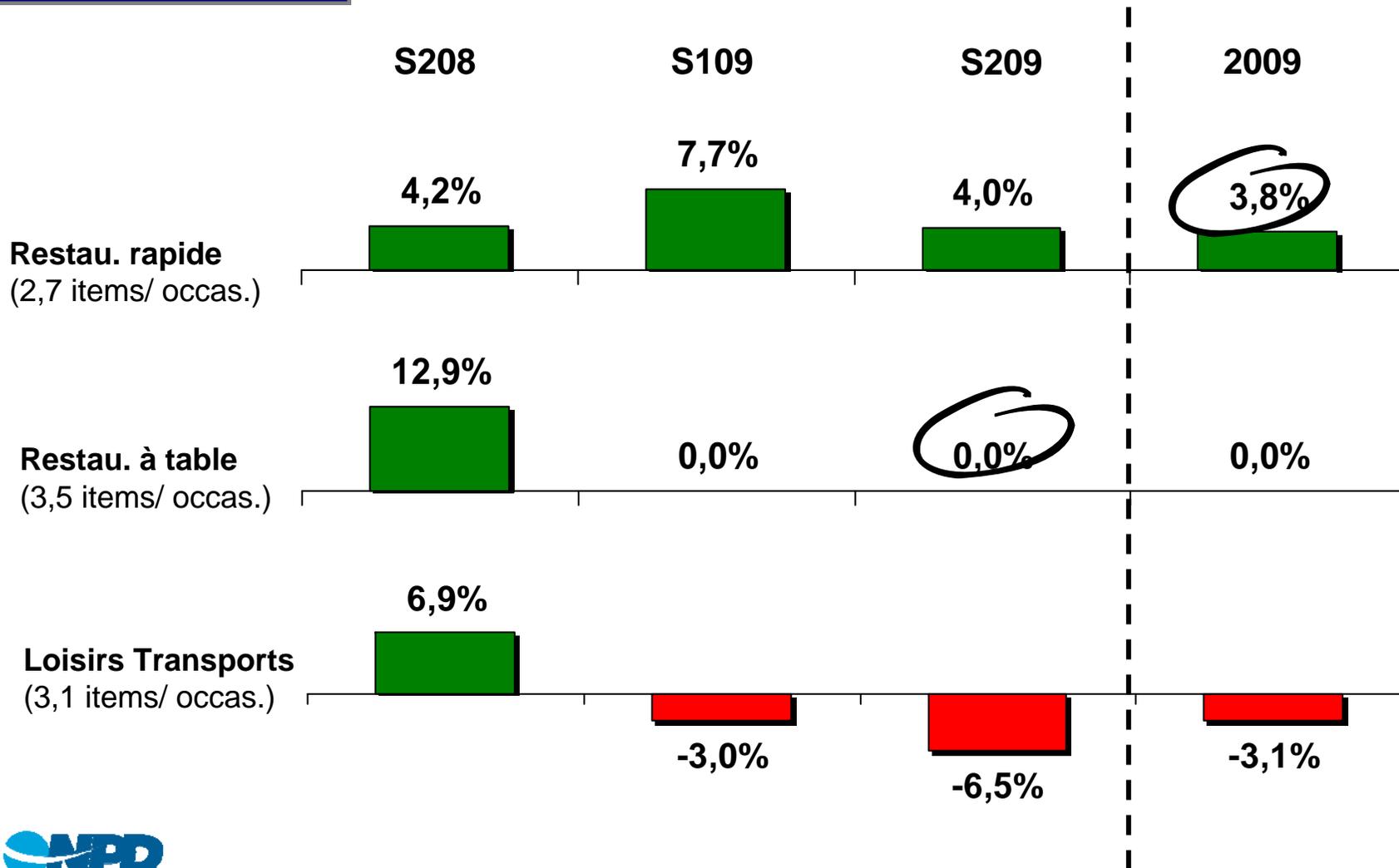
Evolution du nombre d'items vs même période N-1 (en %)



# En 2009, les consommateurs n'augmentent leur plateau moyen qu'en restauration rapide ...

**Rest. commerciale**

Evolution du nombre d'items vs même période N-1 (en %)



# ... et en restauration à thème.

Total RHD		Dépense moyenne par pers. par occasion en 2009		
Nombre moyen d'items / occas. 2009			Evol. 2008 Vs 2007	Evol. 2009 vs 2008
4,5	Rest. non thématique	16,00	2,1%	0,6%
3,9	Rest. à thème	15,40	1,7%	-0,5%
3,3	Loisirs	10,40	1,9%	1,1%
2,8	Pizza VAE/livrée	6,84	1,3%	0,6%
2,6	Cafés bars brasseries	6,81	2,1%	-1,2%
3,3	Burgers	6,26	3,5%	3,6%
3,5	Cafétérias	6,21	1,2%	-0,2%
2,4	Transports	5,55	4,6%	0,4%
2,5	Autres restau. rapides	4,45	3,1%	1,1%
2,4	Sandwicheries	4,27	1,6%	1,2%
3,0	GMS/traiteurs	3,20	1,7%	0,3%
3,6	Travail	3,20	1,4%	1,3%
3,2	Autres collectivités	3,08	1,9%	1,0%
2,1	Boulangeries	2,91	1,6%	=

# Au 2<sup>ème</sup> semestre (TVA), la dépense moyenne baisse ... GeCo

Total RHD

Dépense moyenne par pers. par occasion en S2 09

Evol. S1 09  
vs S1 08

Evol. S2 09  
vs S2 08

		Evol. S1 09 vs S1 08	Evol. S2 09 vs S2 08
Rest. non thématique	15,85	2,2%	-0,9%
Rest. à thème	15,3	0,9%	-1,9%
Loisirs	10,31	2,1%	=
Pizza VAE/livrée	6,79	1,5%	-0,1%
Cafés bars brasseries	6,77	0,7%	-3,0%
Burgers	6,38	2,5%	4,6%
Cafétérias	6,08	1,6%	-1,6%
Transports	5,23	1,0%	=
Autres restau. rapides	4,57	1,2%	1,6%
Sandwicheries	4,31	1,7%	0,5%
GMS/traiteurs	3,25	-0,3%	0,9%
Travail	3,18	1,3%	1,3%
Boulangeries	3,01	-0,4%	=
Autres collectivités	2,93	2,9%	-0,7%

# Au 2<sup>ème</sup> semestre (TVA), la dépense moyenne baisse mais elle est en partie liée à un nombre d'items moindre.

GeCo

Total RHD		Dépense moyenne par pers. par occasion en S2 09		Evol. S1 09 vs S1 08	Evol. S2 09 vs S2 08
Nombre moyen d'items / occas. S2 09					
4,5	Rest. non thématique	15,85		2,2%	-0,9%
3,8	Rest. à thème	15,3		0,9%	-1,9%
3,1	Loisirs	10,31		2,1%	=
2,3	Pizza VAE/livrée	6,79		1,5%	-0,1%
2,6	Cafés bars brasseries	6,77		0,7%	-3,0%
3,2	Burgers	6,38		2,5%	4,6%
3,4	Cafétérias	6,08		1,6%	-1,6%
2,5	Transports	5,23		1,0%	=
2,5	Autres restau. rapides	4,57		1,2%	1,6%
2,3	Sandwicheries	4,31		1,7%	0,5%
2,8	GMS/traiteurs	3,25		-0,3%	0,9%
3,6	Travail	3,18		1,3%	1,3%
2,1	Boulangeries	3,01		-0,4%	=
2,9	Autres collectivités	2,93		2,9%	-0,7%

# Les segments de la restauration à table subissent tous une baisse de leurs CA sur l'année 2009.

Total RHD		Dépenses incrémentales en 2009 (en millions)		Evol. vs 2007	Evol. vs 2008
PDM dépenses					
10,3%	Burgers		202,2	8,6%	4,5%
6,0%	GMS/traiteurs		58,1	2,3%	2,1%
9,2%	Loisirs		48,0	0,5%	1,1%
1,3%	Pizza VAE/livrée		7,9	1,6%	1,4%
1,4%	Transports		1,8	1,3%	0,3%
5,7%	Autres restau. rapides	-4,9		3,2%	-0,2%
4,6%	Boulangeries	-9,5		1,7%	-0,5%
3,0%	Cafétérias	-14,6		1,5%	-1,0%
5,5%	Sandwicheries	-22,4		1,5%	-0,9%
10,7%	Travail	-25,3		3,3%	-0,5%
5,4%	Autres collectivités	-43,1		0,6%	-1,7%
8,2%	Rest. non thématique	-198,2		-0,9%	-5,0%
8,2%	Cafés bars brasseries	-205,0		-1,3%	-5,2%
20,4%	Rest. à thème	-411,6		+0,3%	-4,2%

**La consommation  
nomade subit aussi  
le recul du marché**



## La consommation nomade CREST

*concerne tous les aliments et boissons  
que le client emporte du lieu d'achat pour consommer  
à l'extérieur, sur le lieu de travail, au domicile ou ailleurs.*



# La consommation nomade en France en 2009 GeCo

## Rest. commerciale - nomade

Dépenses totales	14,3 milliards d'euros	+1,8%
Nombre d'occasions	3,1 milliards d'occasions	-1,6%
Dépense moyenne par pers. par occasion	4,55 €	+3,4%
Nombre moyen d'items par occasion	2,7 items	+3,8%

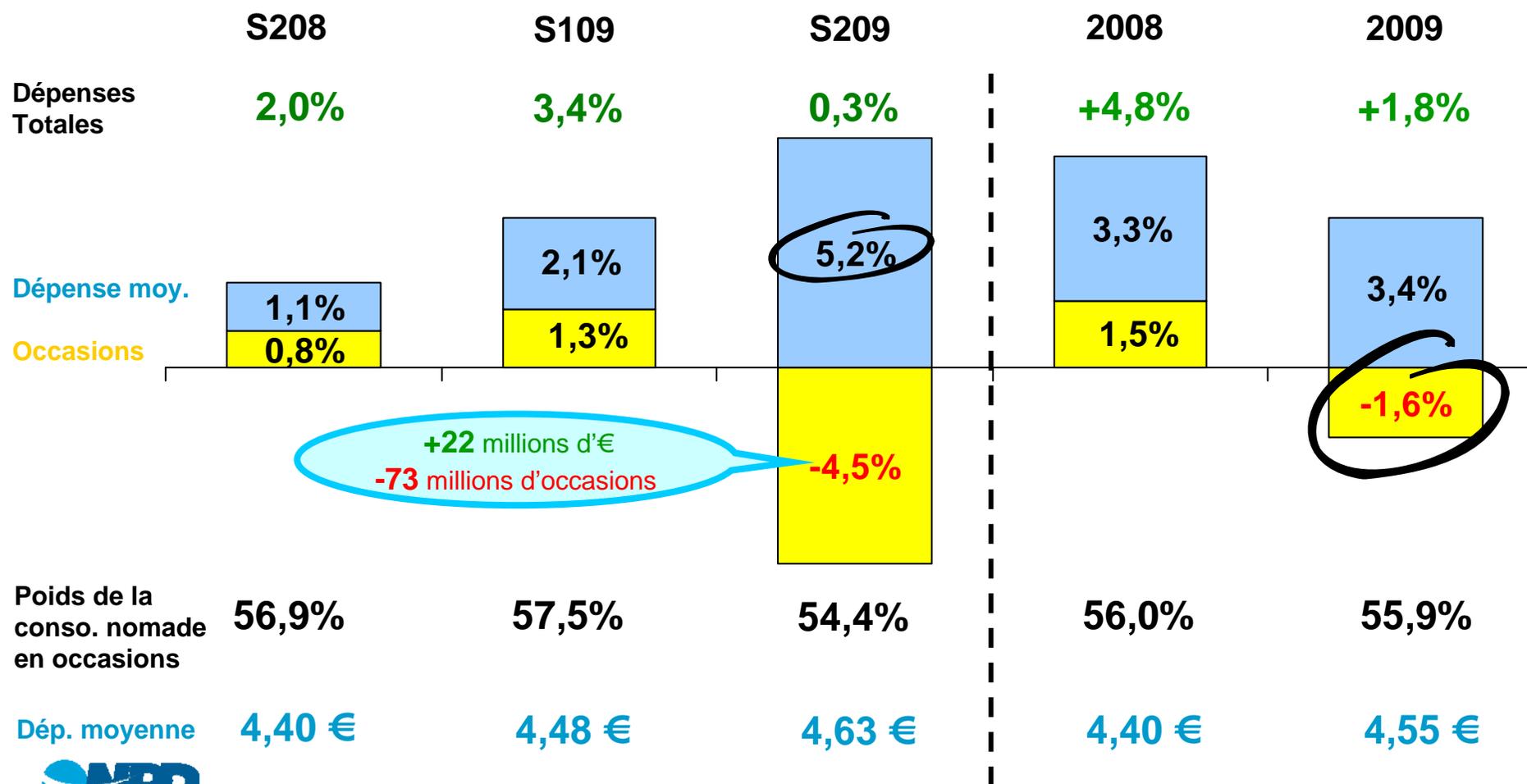


**Dépenses totales en €** = somme des dépenses individuelles réalisées TTC  
**Occasions** = toutes occasions avec consommation de liquides et/ou solides  
**Dépense moyenne par pers. en €** = dépense moyenne individuelle par occasion

# Des occasions nomades en recul au 2<sup>ème</sup> semestre, mais dynamiques en dépense moyenne.

## Rest. commerciale - nomade

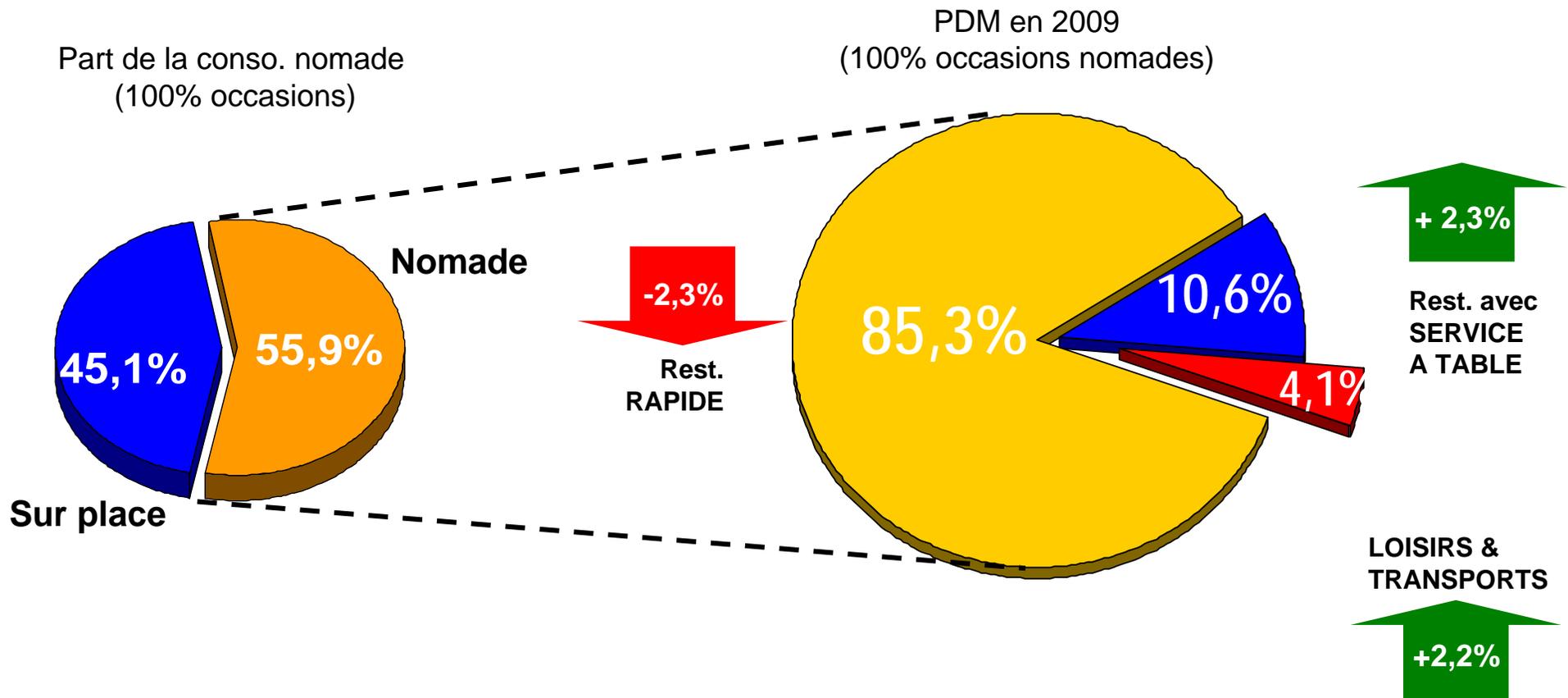
Evolution vs même période N-1 (en %)



# Le marché « nomade » en 2009 subit ainsi la baisse de la restauration rapide (et le léger ralentissement des loisirs et transports).

**Rest. commerciale - nomade**

Evolution vs 2008 (en %) 



# Les segments-clés sont touchés à l'exception des GMS/Traiteurs qui maintiennent leur leadership.

GeCo

Rest. commerciale - nomade		PDM des segments en 2009 (100 % occasions nomades)		Evol. vs 2007	Evol. vs 2008
Dép. moy. / pers	PDM dépenses				
3,21€	16,3%	GMS/traiteurs	23,1%	+0,2%	+1,6%
2,95€	13,2%	Boulangeries	20,3%	-2,0%	-2,7%
4,10€	12,4%	Sandwicheries	13,8%	+2,5%	-8,6%
6,06€	17,2%	Burgers	12,9%	+6,6%	-0,8%
4,15€	11,6%	Autres restau. rapides	12,7%	-0,3%	-3,7%
11,31€	9,3%	Rest. à thème	3,8%	++	-5,0%
6,24€	4,2%	Cafés bars brasseries	3,0%	NS	5,3%
5,18€	3,0%	Cafétérias	2,6%	NS	3%
6,88€	3,9%	Loisirs	2,6%	NS	-4,5%
6,91€	3,8%	Pizza VAE/livré	2,5%	-4,6%	+4,2%
5,59€	1,9%	Transports	1,5%	NS	NS
12,73€	3,3%	Rest. non thématique	1,2%	NS	NS

Panel CREST – Bilan annuel 2009 – confidentiel

Chiffres en **baisse** vs N-1  
Chiffres en **hausse** vs N-1

# Un recul des occasions nomades lié aux baisses de ses 2 moments-clés au global.

Rest. commerciale

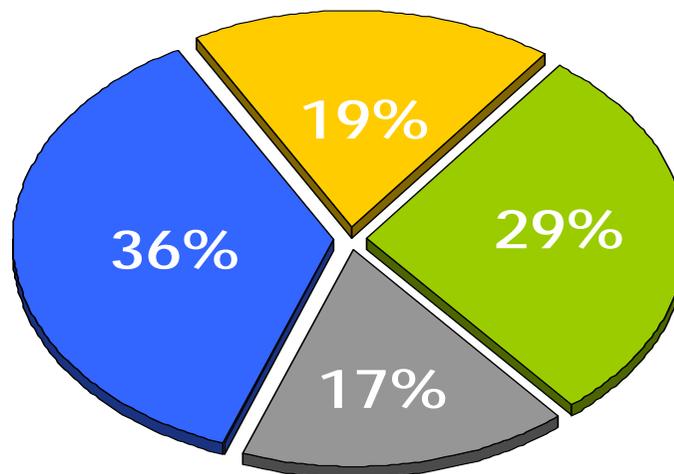


Répartition des occasions par moments de consommation

APRES-MIDI

Progression des occasions en %  
2009 vs 2008

MIDI



SOIR

MATIN

# La dépense moyenne progresse chaque année.

## Rest. commerciale - nomade

Evolution vs 2008 (en %)

Répartition des dépenses  
par lieu de consommation en 2009

Dépense moyenne par  
personne :  
**8,93€**

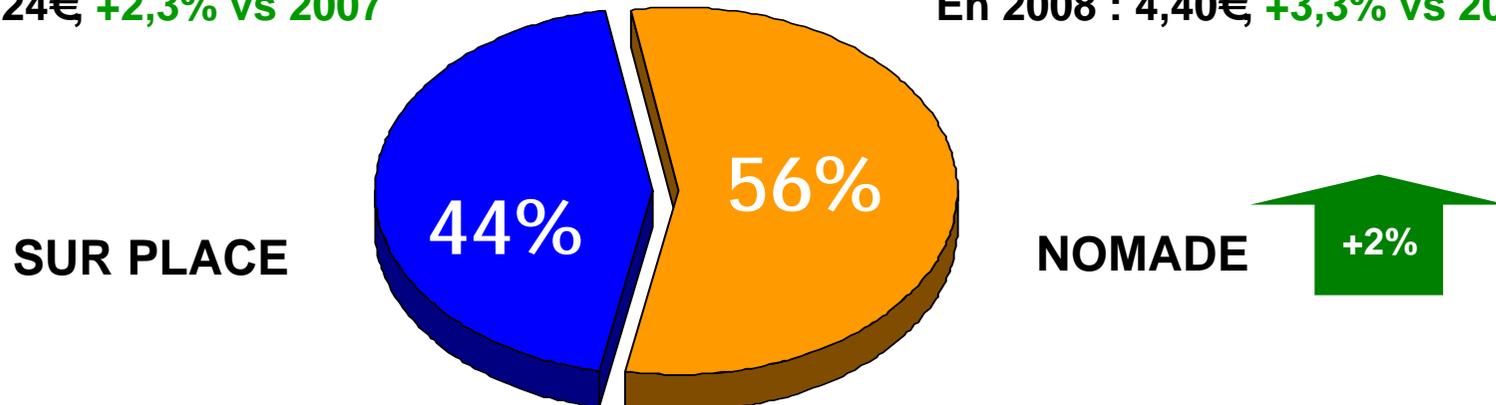
-3,4%

En 2008 : 9,24€, +2,3% vs 2007

Dépense moyenne par  
personne :  
**4,55€**

+3,4%

En 2008 : 4,40€, +3,3% vs 2007



## Consommation nomade 2009

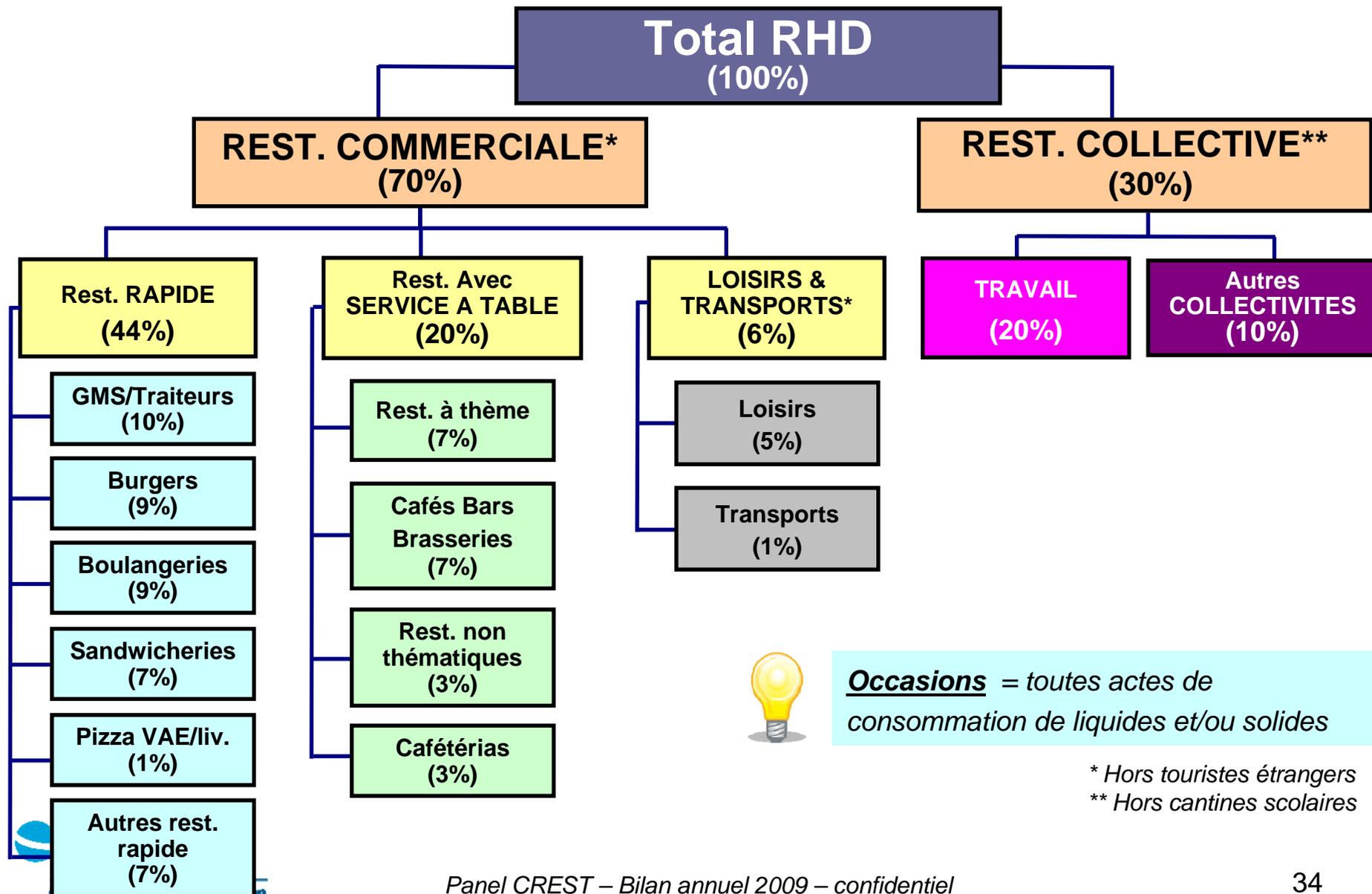
- 56% des occasions en restauration commerciale
- Un 2ème semestre très touché : -73 millions d'occasions.
- La consommation nomade recule ainsi pour la première fois en fréquentation (-1,6%),
- mais continue à augmenter sa dépense moyenne et son nombre d'items sur l'année 2009.
- Sur les 2 semestres, la GMS est le seul segment qui continue de se développer.





**Zoom restauration collective :  
Travail et Ecoles/Universités**

# Structure des circuits et segments CREST (100% occasions en RHD)

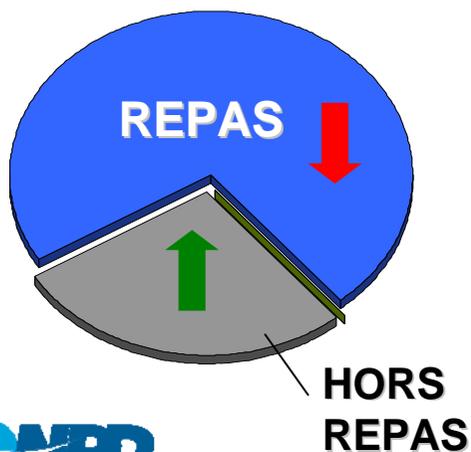


# La restauration collective en France en 2009

**Travail**



Répartition des occasions par moments de consommation



Progression des occasions en %  
2009 vs 2008

Dépenses totales	<b>4,9 milliards d'euros</b>	-0,5%
Nombre d'occasions	<b>1,5 milliards d'occasions</b>	-1,8%
Dépense moyenne par pers. par occasion	<b>3,20 €</b>	+1,3%
Nombre moyen d'items par occasion	<b>3,6 items</b>	-8%
Fréquence de visite moyenne	<b>13 occasions par mois</b>	-8%
Poids du nomade	<b>14,5% des occasions</b>	stable

Dépenses totales en € = somme des dépenses individuelles réalisées TTC  
Occasions = toutes occasions avec consommation de liquides et/ou solides  
Dépense moyenne par pers. en € = dépense moyenne individuelle par occasion

# La restauration collective en France en 2009



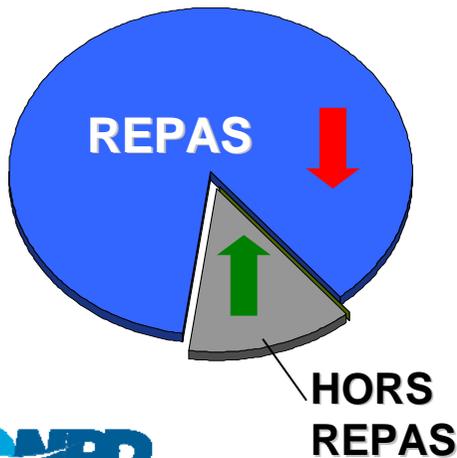
Données BONUS

## Ecoles/Universités\*\*

Progression des occasions en %  
2009 vs 2008



Répartition des occasions par moments de consommation



Dépenses totales	<b>638 millions d'euros</b>	-5,1%
Nombre d'occasions	<b>165 millions d'occasions</b>	-4,6%
Dépense moyenne par pers. par occasion	<b>3,90 €</b>	-0,5%
Nombre moyen d'items par occasion	<b>4,4 items</b>	+2,3%
Fréquence de visite moyenne	<b>12 occasions par mois</b>	-3,5%
Poids du nomade	<b>23% des occasions</b>	-13%

\*\* Hors cantines scolaires

Dépenses totales en € = somme des dépenses individuelles réalisées TTC

Occasions = toutes occasions avec consommation de liquides et/ou solides

Dépense moyenne par pers. en € = dépense moyenne individuelle par occasion



## Restauration collective 2009

- Les segments Travail et Ecoles/Universités subissent aussi le recul du marché en fréquentation et des consommations restreintes ...
- Les actifs restreignent leur plateau moyen ;
- Les étudiants consomment plus de produits pour moins cher.
- Des offres à soutenir : la **consommation nomade**, sur les 2 segments, reste en dessous du marché.
- Des offres à développer ? L'usage **hors-repas** y progresse.

# Bilan du marché RHD 2009

- Malgré un contexte économique qui semble plus favorable qu'en 2008
- La RHD a subi à la fois le recul de la fréquentation (-1,4%) et une dépense moyenne consommateur atone en 2009, liée à **une consommation** moins dynamique (exception faite de la restauration rapide).
- **Ce recul marché est d'abord lié à la baisse de la fréquentation en Restauration commerciale** (-1,1% vs 2008 soit une perte de 63 millions d'occasions)
  - **Restauration à table** : 2ème année de baisse significative (-3,7% vs 2008),
  - Seule la **Restauration à thème** semble avoir bénéficié de la baisse de TVA du 2e semestre : hausse du nombre d'items mais la fréquentation y reste négative.
  - Dynamiques segments en **Restauration rapide** ralenties (exception GMS).
- La **Restauration collective** est aussi impactée (-2,1% en occasions mais positive en 2008).
- La **consommation nomade** subit ces aléas mais reste un levier (dépense et nombre d'items en croissance continue).

# CREST → applications clés 2010

*Planning stratégique :*

Marché/business  
Opportunités

Segments/chaînes  
en croissance

Menu mix  
Produits +/-

Profils/ attitudes conso  
+/-

*Comptes-clés/  
cat. management :*

Segments/chaînes  
Potentiels

Ma catégorie produit  
Perform./ efficacité promo

Profils conso  
Match segment/produit

Stratégie vs besoins  
segment/chaîne



**Merci de votre écoute !**

**Christine TARTANSON**

Director Foodservice France

☎ 01.41.97.26.20

☎ 06.17.09.29.11

*christine.tartanson@npd.com*