



Bilan de la Consommation Hors Domicile - année 2011

Panel CREST

Présentation **GēCo** – 6 mars 2012

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



Behind Every Business Decision

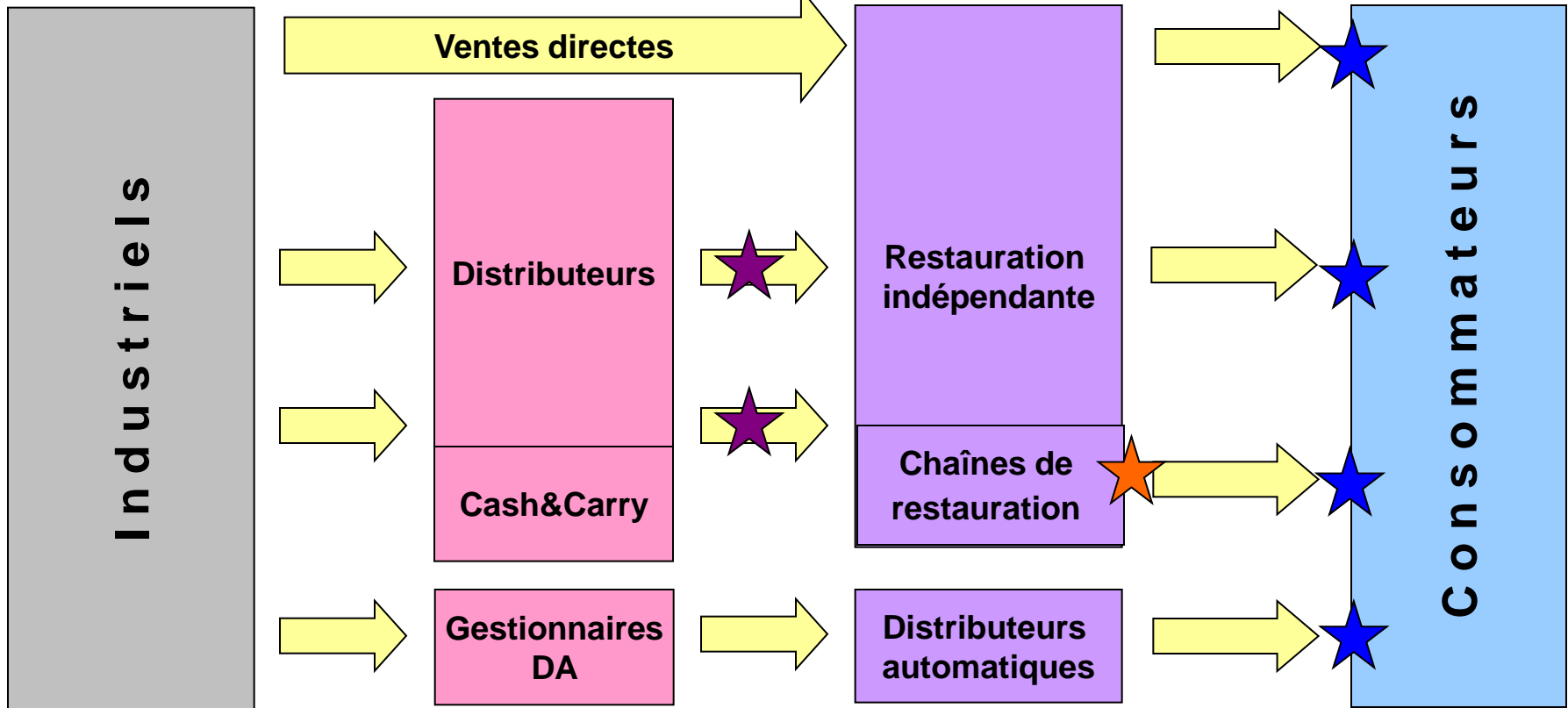
IMPORTANT : ce rapport et les informations qu'il contient sont réservés à l'usage exclusif et interne des clients de NPD. Toute diffusion ou reproduction, directe ou indirecte, intégrale ou partielle, à l'initiative du client, devra être faite avec le consentement écrit de NPD.

Aujourd'hui

- **NPD et panel CREST**
- **Ajustements et mutations 2011**
- **Bilan marché RHD**
- **Bilan consommation nomade**

NPD : 2 panels permanents en France, **Salestrack** et **CREST**

★ ★ ★ *Recueil des données par NPD*



★ **Panel distributeurs Supplytrack**

★ **Panel chaînes Salestrack**
3 indicateurs hebdomadaires :

- CA,
- nombre de couverts,
- couvert moyen.

★ **Panel consommateurs CREST**
28 indicateurs mensuels (21 quanti + 7 quali):

- dépenses totales (TTC),
- nombre d'occasions (total et par moment),
- dépense moyenne par convive (TTC),
- nombre de produits consommés par convive,



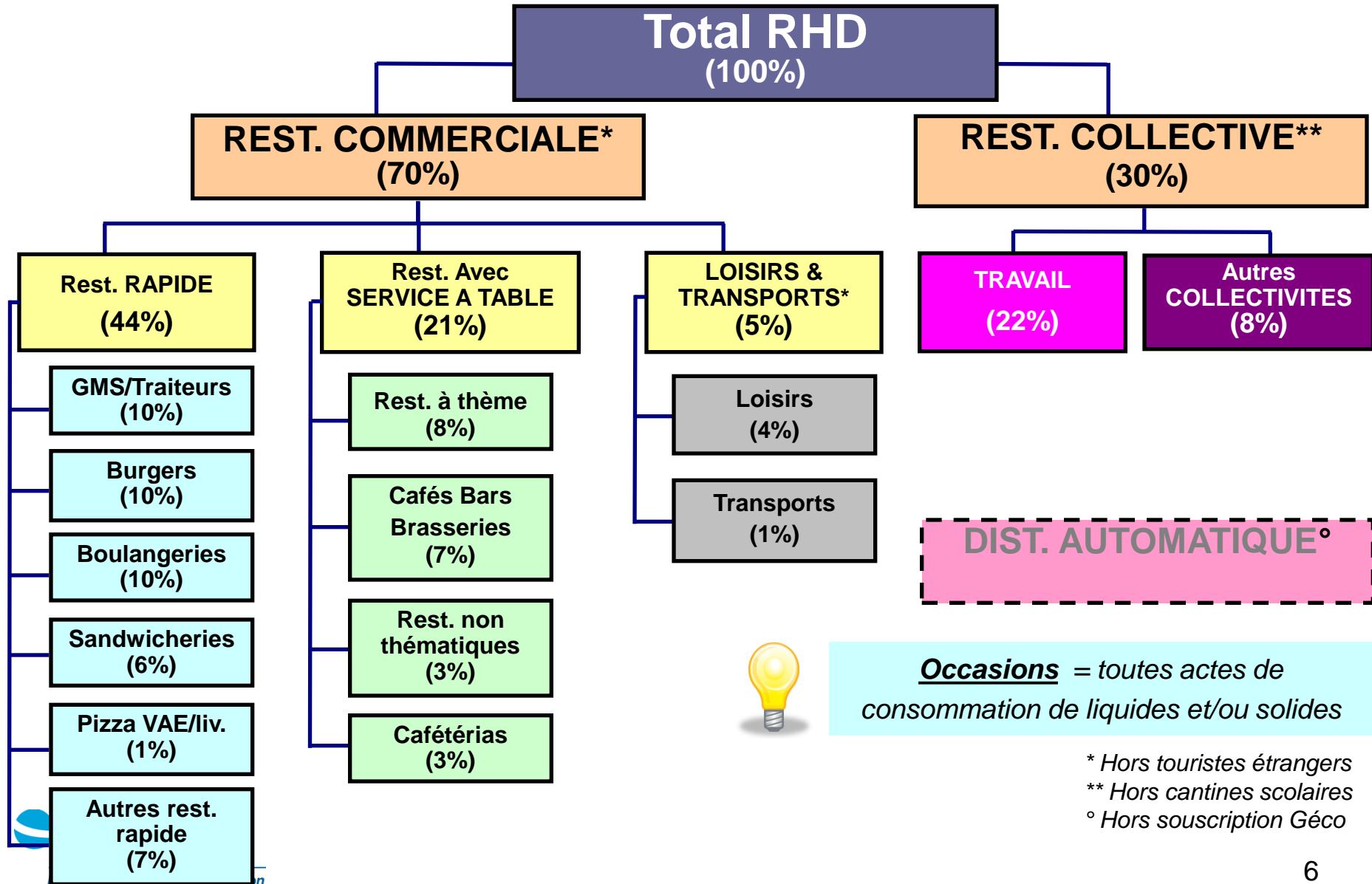
CREST

Méthodologie CREST



- ✓ **Panel consommateurs *online***
- ✓ **365 jours sur 365**
- ✓ **12 000 consommateurs par mois**
- ✓ **La veille**
- ✓ **Consommations solides + boissons**
- ✓ **12 pays**

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



■ Restauration RAPIDE

- **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 sandwiches, 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.

■ Restauration avec SERVICE A TABLE

- **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).

■ LOISIRS & TRANSPORTS

N. B.: la méthodologie CREST ne couvre pas les touristes étrangers (représentativité population française).

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

■ TRAVAIL

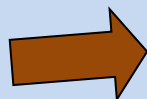
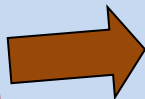
- **Restauration d'entreprises**, située en bureaux ou usines, autogérée ou concédée,
- Cela exclut la distribution automatique (qui est suivie dans le panel CREST mais exclue de l'abonnement Géco).

■ AUTRES COLLECTIVITES

- **Toutes les restaurations collectives hors travail**, pour le personnel et les visiteurs,
- incluant la santé/ social : hôpitaux, cliniques, maisons de retraite,
- incluant l'enseignement supérieur : universités, écoles supérieures. N.B.: la méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires.
- autres établissements tels que l'armée, les foyers, etc.
- Cela exclut la distribution automatique.

Les mesures CREST

Ex : Philippe déjeune 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.



*Dans un contexte
socio-économique
incertain,
ajustements
consommateurs
et **mutations** du
business RHD...*

2011 : la croissance n'arrive pas à se consolider, une consommation des ménages en recul sur Q4

PIB (en volume*)

2009

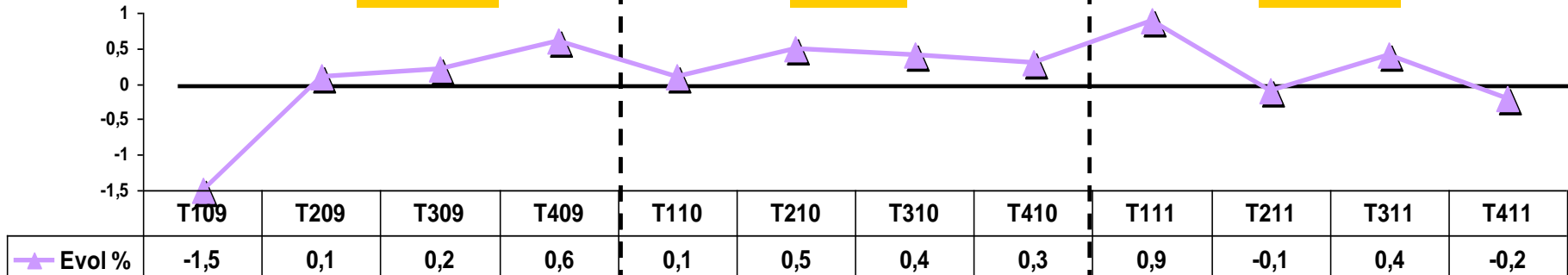
- 2,5%

2010

+ 1,4%

2011

+ 1,7%



Dépenses des ménages

2009

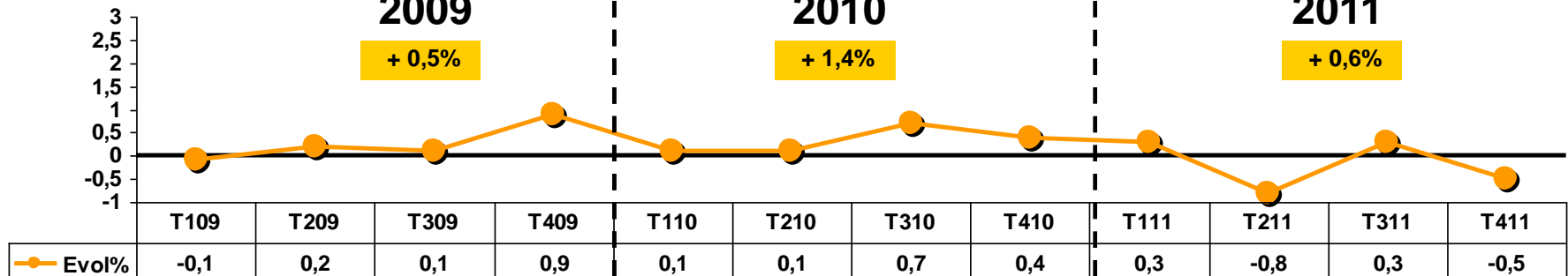
+ 0,5%

2010

+ 1,4%

2011

+ 0,6%



- 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 %)

Face au chômage qui s'aggrave en 2011, le moral des ménages atteint son plus bas niveau historique

Demandeurs d'emploi



+ 1% sur un mois
+ 5,6% sur un an



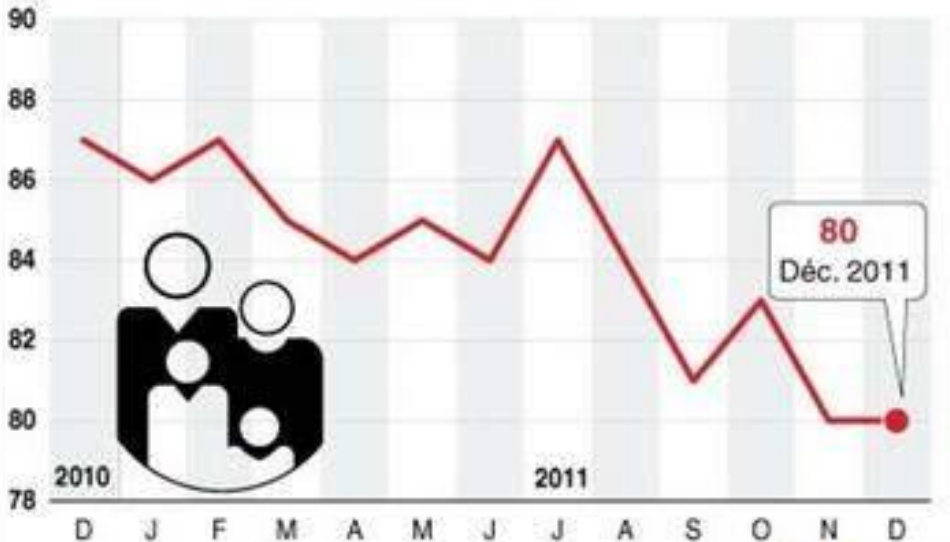
Inscrits à Pôle emploi en catégorie A (sans aucune activité)

Source : ministère de l'Emploi



LE MORAL DES MÉNAGES

Indicateur synthétique d'opinion des ménages, en %
Solde des réponses, données CVS, en points

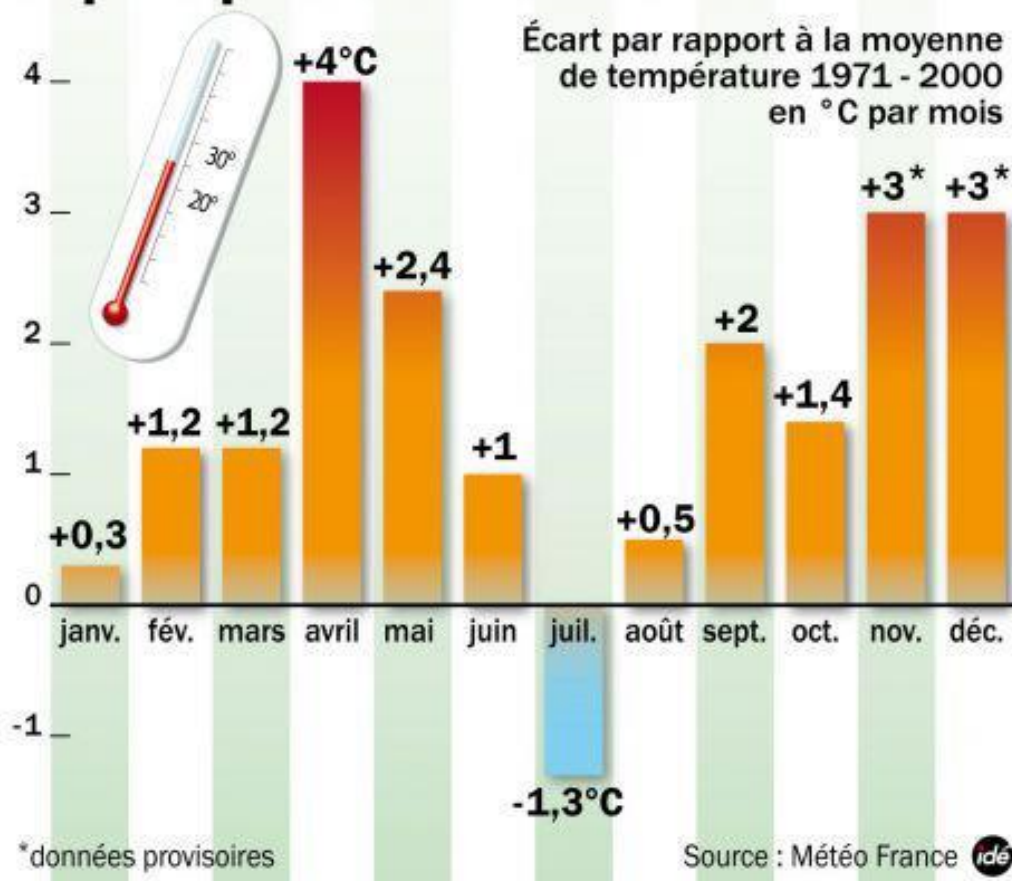


Source : Insee

idé REUTERS

2011 l'année la plus chaude depuis 1900 ... un printemps et un automne exceptionnels

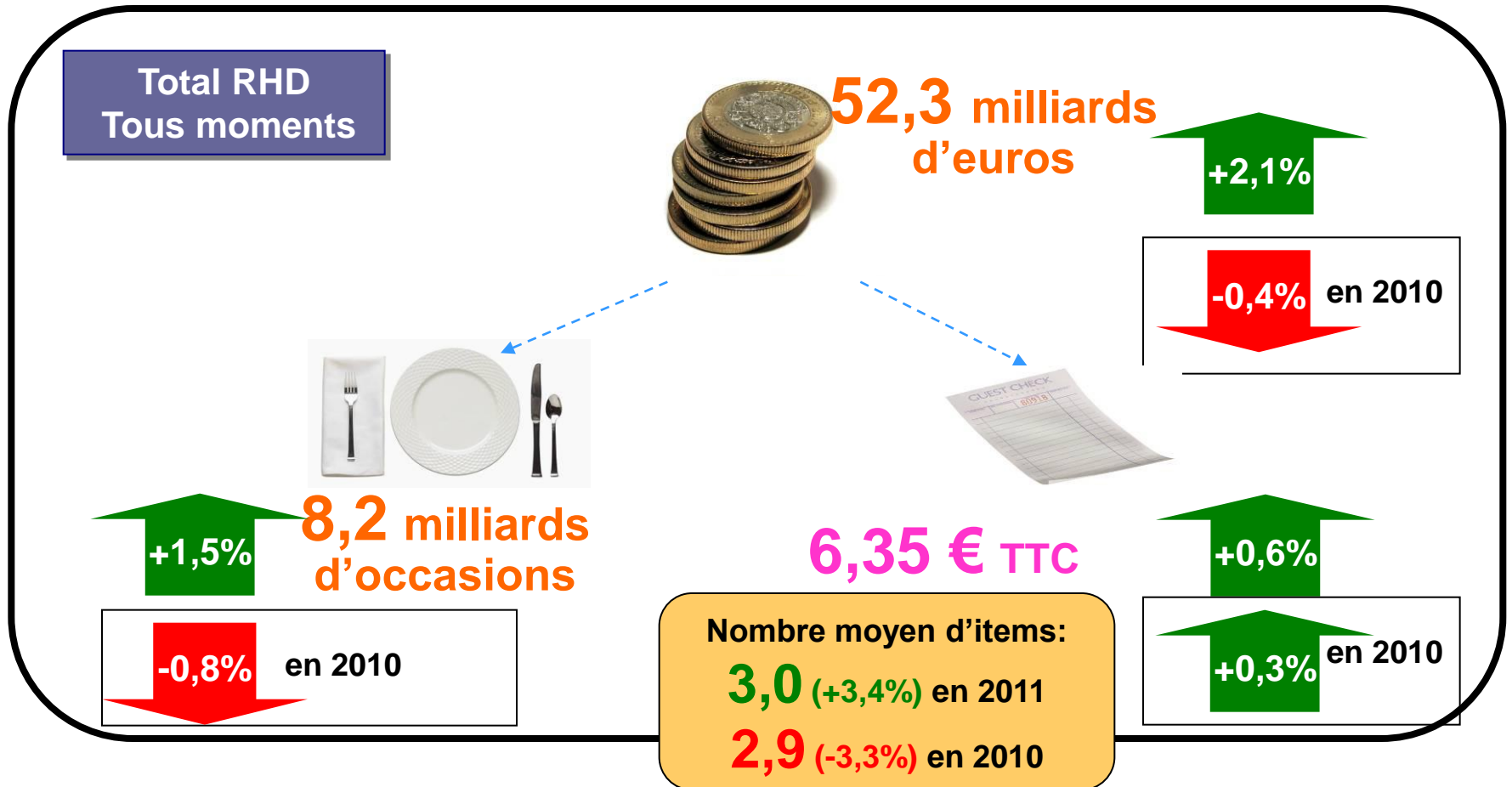
2011 : l'année la plus chaude depuis plus d'un siècle



***Ces ajustements et ces retours
ont bénéficié au marché
et à de nombreux segments***



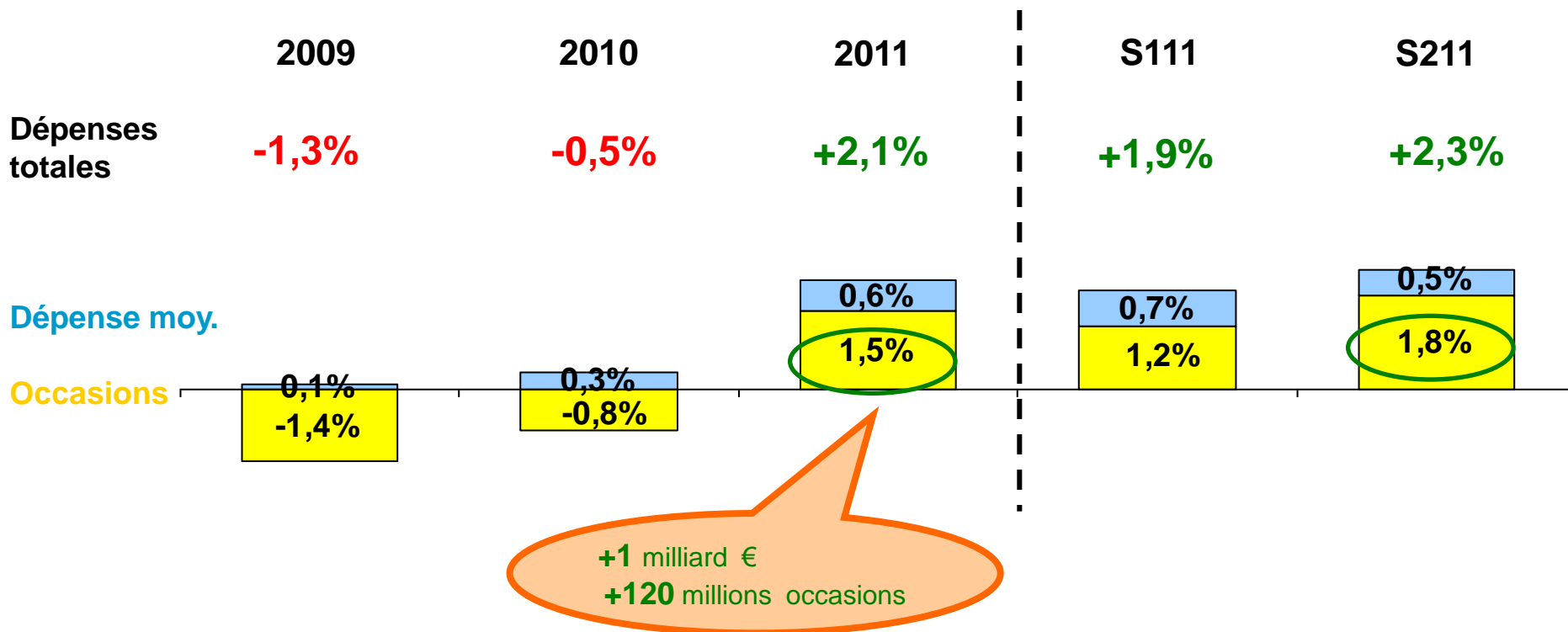
La Consommation Hors Domicile en France - 2011



Fréquentation positive ... après 2 ans de recul

Total RHD

Evolution vs même période N-1 (en %)



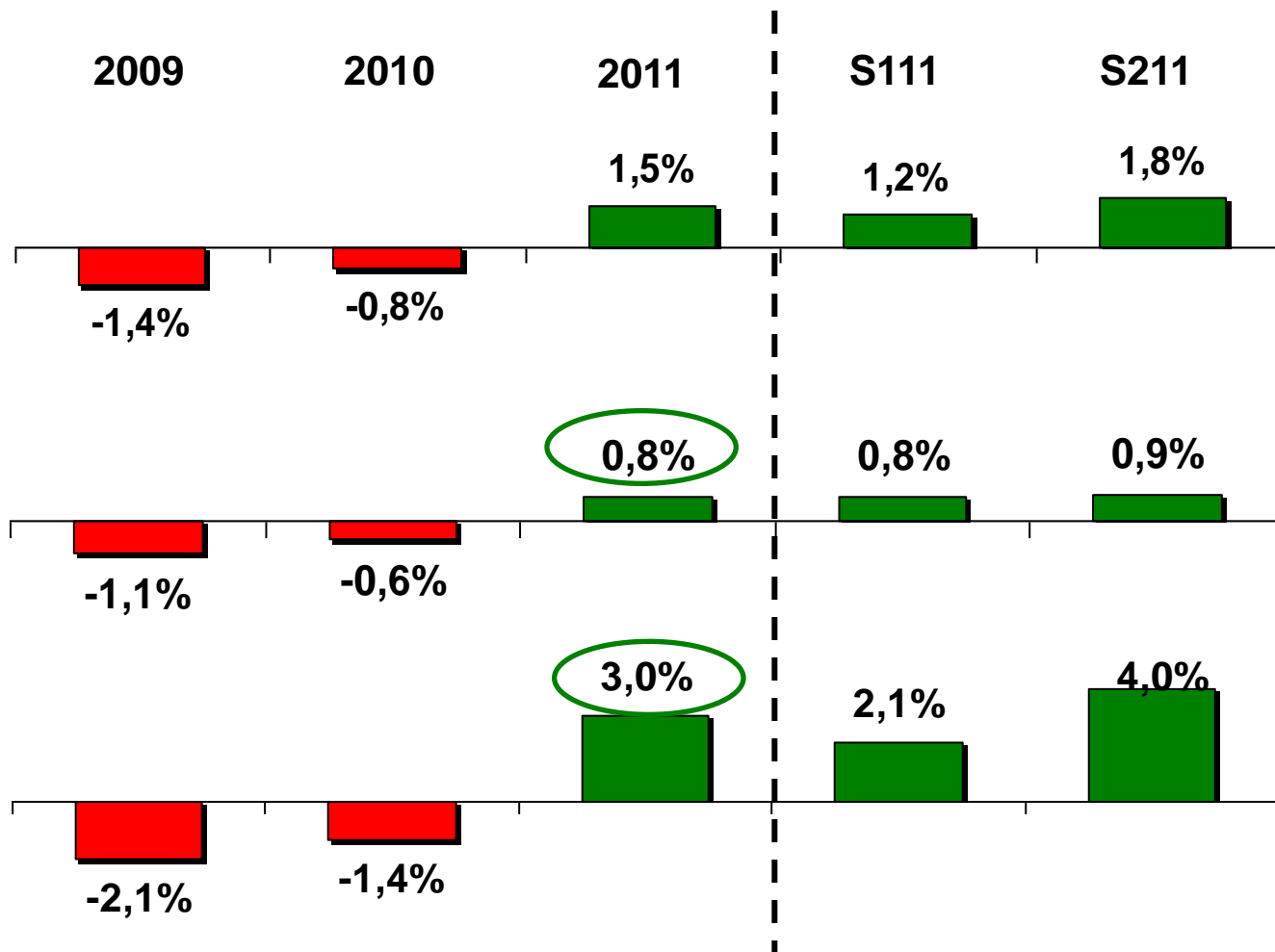
Les 2 circuits se redressent, la Commerciale plus lentement

Total RHD

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

(PDM en visites RHD)

Total RHD
(100% occasions)



** Employés, visiteurs, hors cantines scolaires

La restauration à table récupère moins vite que la restauration rapide, et reste négative à long-terme

Rest. commerciale

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

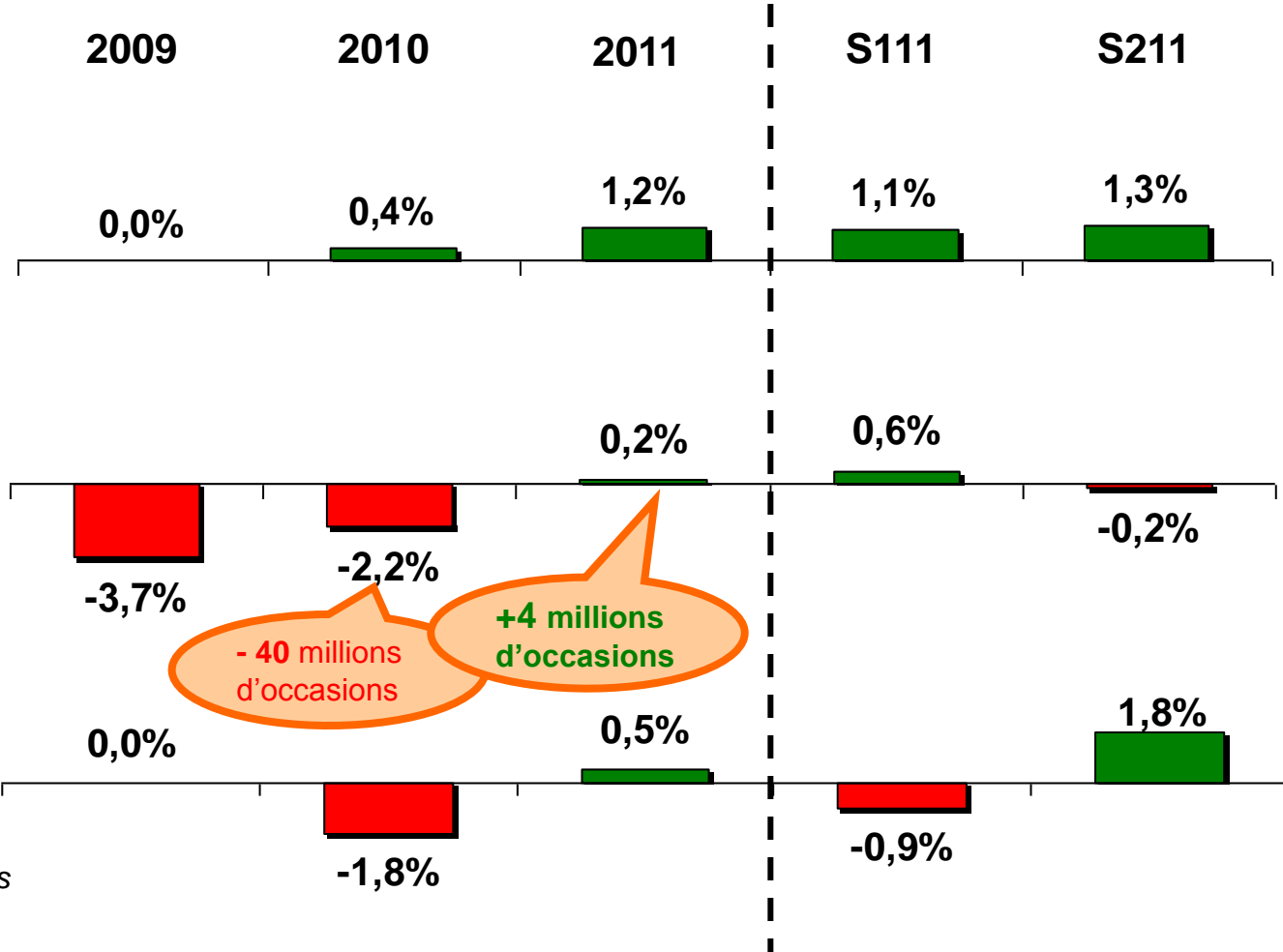
(PDM en visites RHD)

Restau. rapide
(43,1% du RHD)

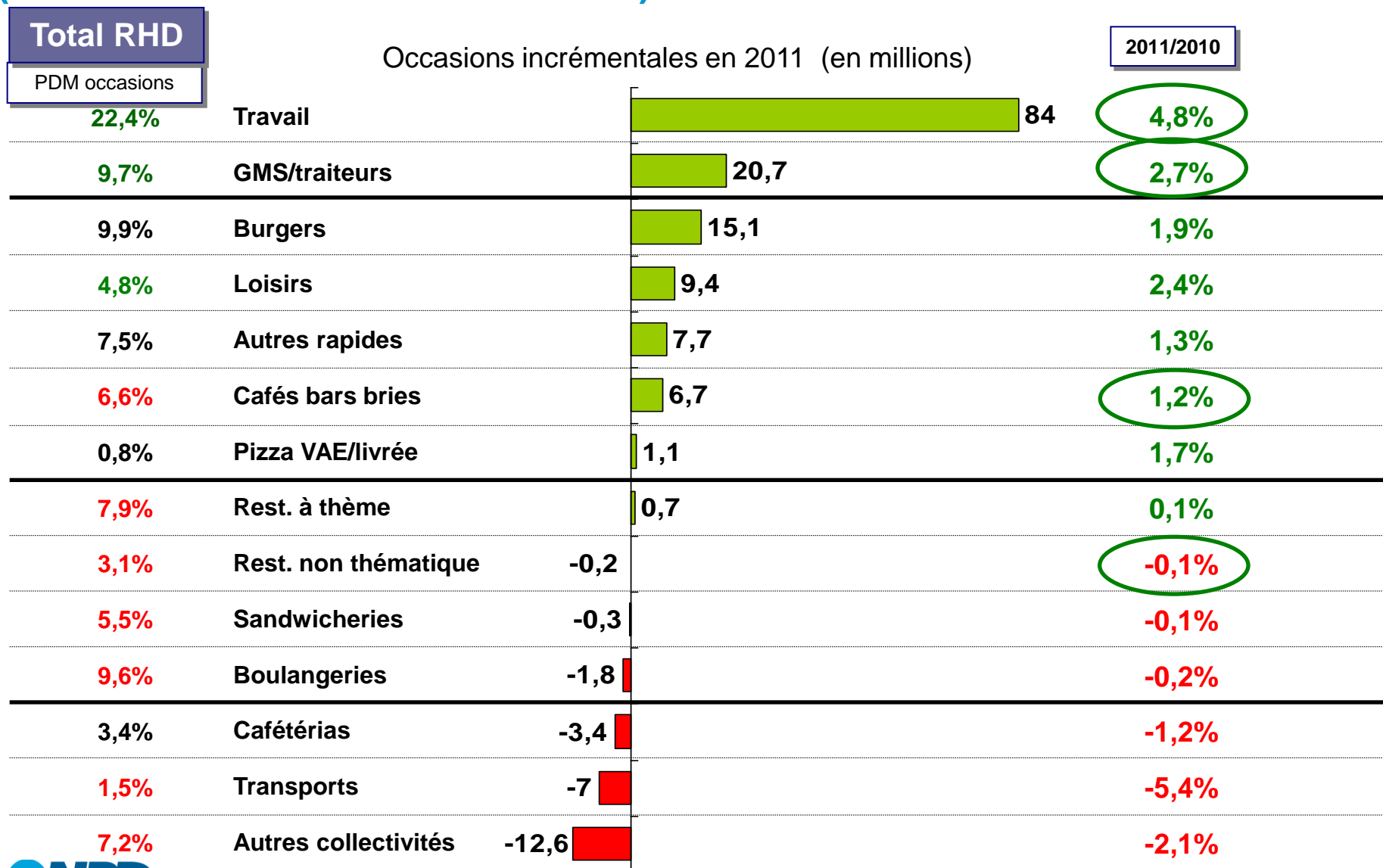
Restau. à table
(21,1%)

Loisirs Transports*
(6,3%)

* Hors touristes étrangers



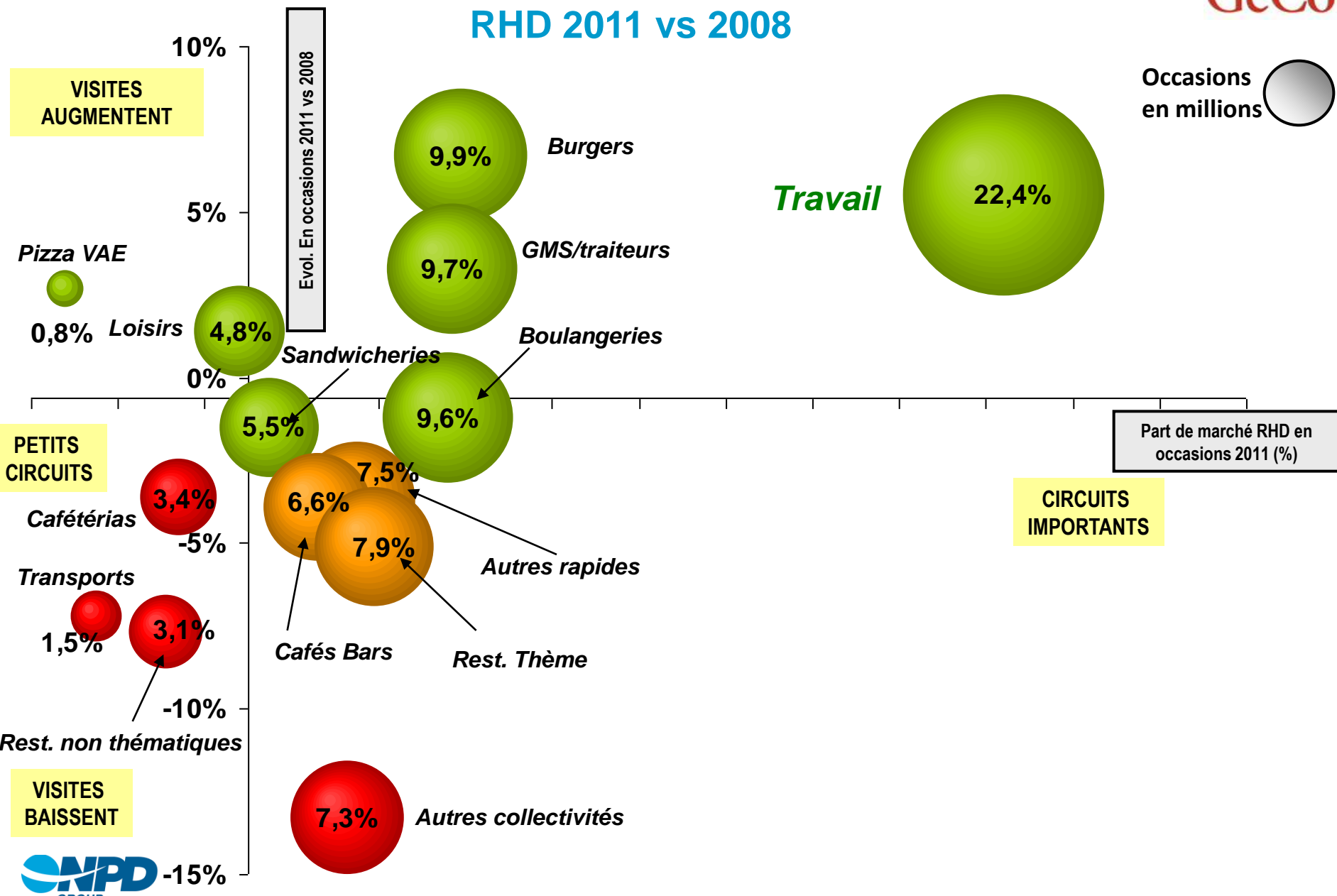
Les « indépendants » dynamiques à nouveau (à relativiser vs 3 années de recul)



POTENTIELS ET DYNAMIQUES LONG-TERME

RHD 2011 vs 2008

Occasions en millions 



VISITES AUGMENTENT

PETITS CIRCUITS

VISITES BAISSENT

Part de marché RHD en occasions 2011 (%)

CIRCUITS IMPORTANTS

Evol. En occasions 2011 vs 2008

La restauration du travail en France - 2011

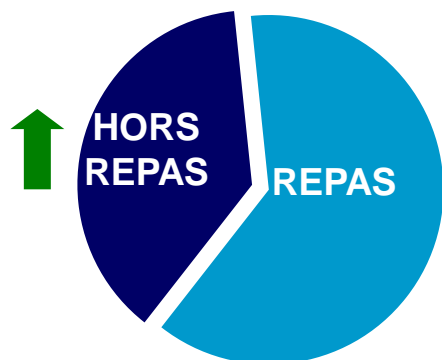
Travail

Progression 2011/2010 en %



Dépenses totales	8,1 milliards d'euros	+7,7%
Nombre d'occasions	1,8 milliards d'occasions	+4,8%
Dépense moyenne par pers. par occasion	4,40 €	+2,8%
Nombre moyen d'items par occasion	3,4 items	+3%
Fréquence de visite moyenne	13 occasions par mois	-5%
Poids du nomade	9% des occasions	+2pt

Répartition des occasions par moments



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

L'innovation dans les RIE drive la fréquentation et recrute de nouveaux consommateurs

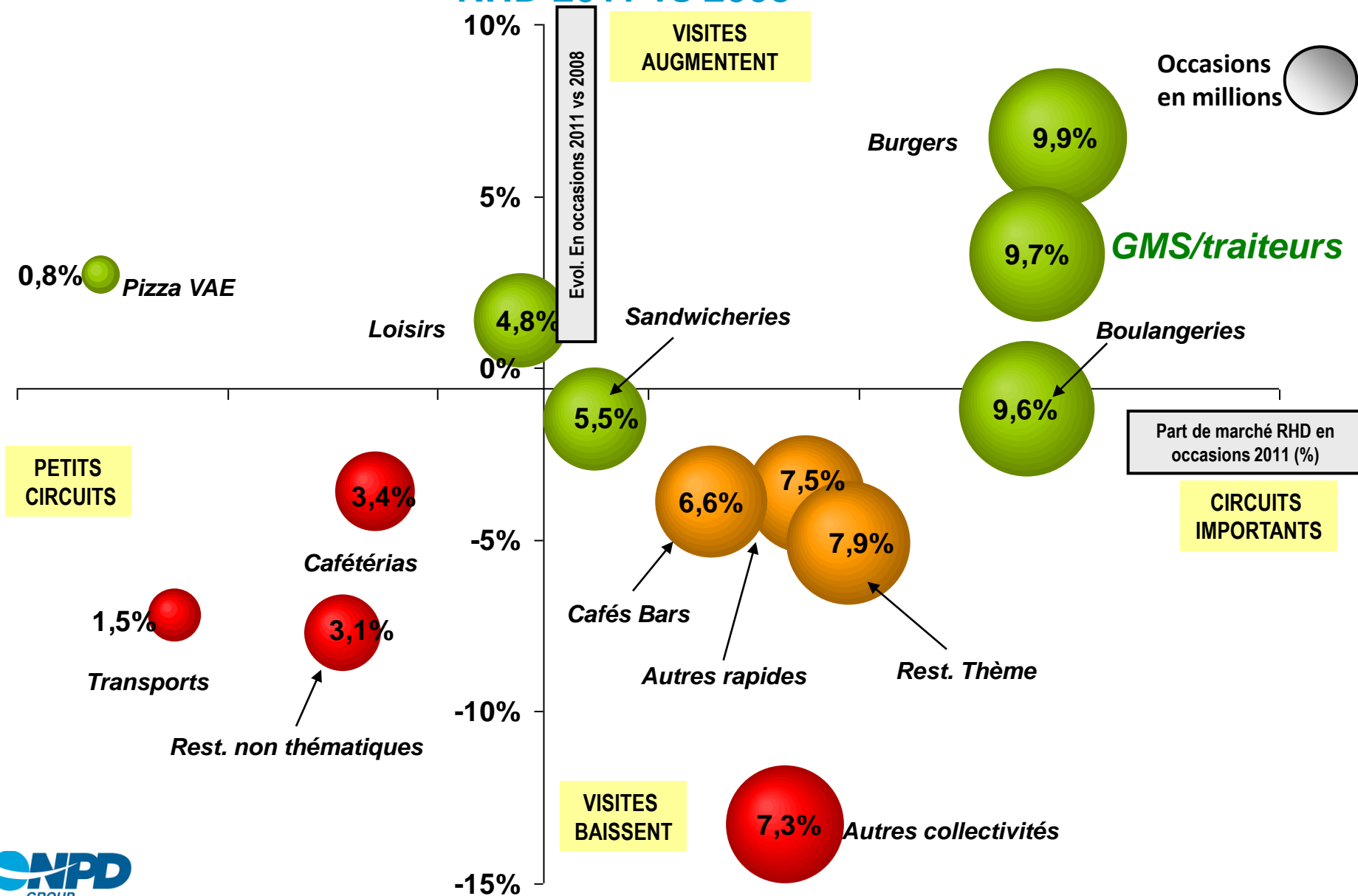


- Plus de concepts de la restauration rapide pour capter les « pressés » du midi
- Flexibilité des horaires face aux repas déstructurés et improvisés
- Service sur place ou à emporter
- Offre diversifiée et étendue :
 - Plats chauds / micro-ondables
 - Sandwiches, sushis, salades, pâtes...
 - Gourmandises : cupcakes, smoothies...
 - Offres bio, commerce équitable

<http://www.eurest.fr/restauration/entreprise/delimarche-restauration-rapide/les-concepts-eurest/23535>

POTENTIELS ET DYNAMIQUES LONG-TERME

RHD 2011 vs 2008



GMS : de la proximité vers l'ubiquité

carrefour CITY



Superficie : de 400 à 700 m² - Références : 5 700 dont 30 % de MDD





***Des ajustements
de dépenses
aussi dans l'assiette***

Quand les clients reviennent ...

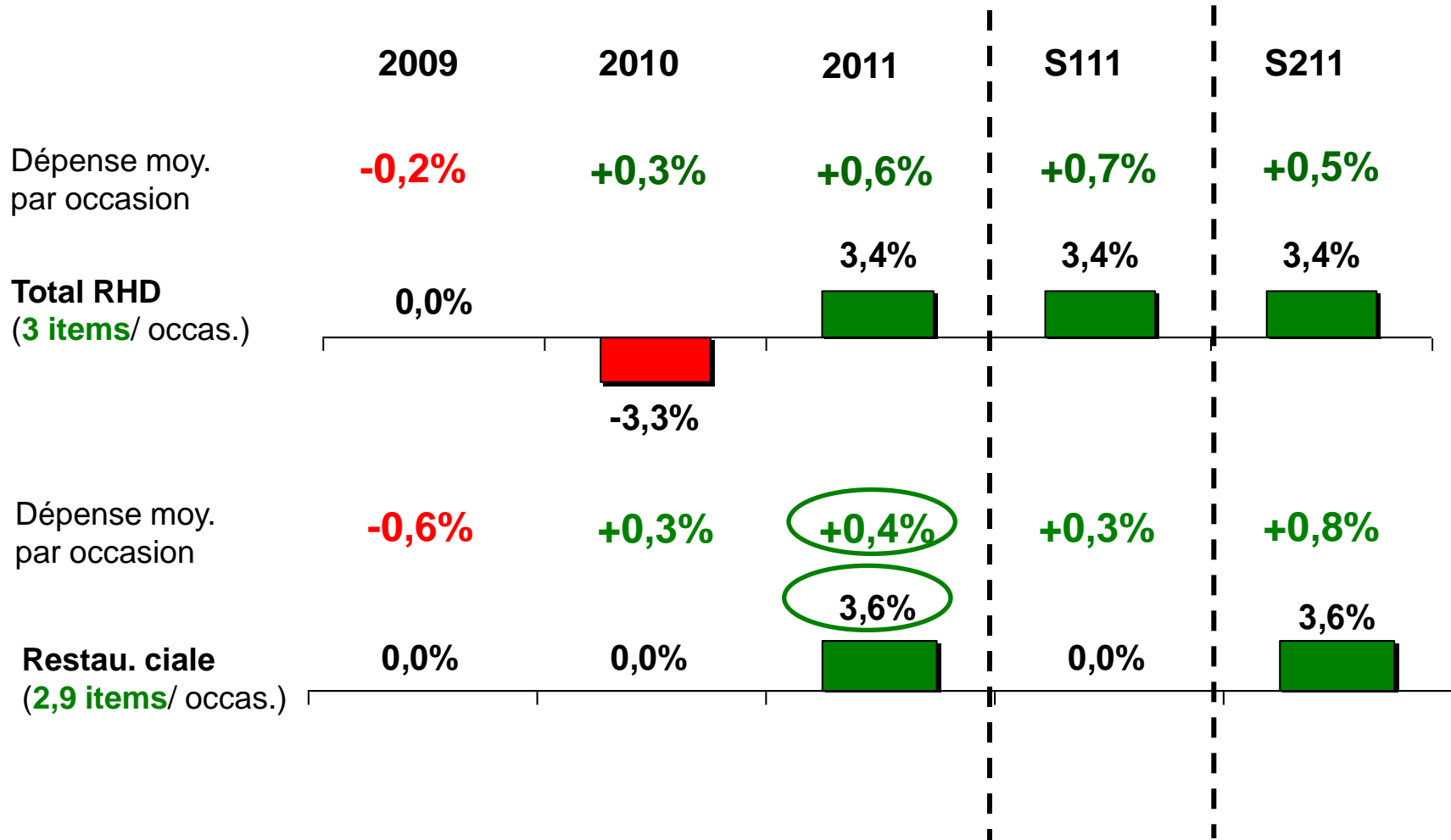


n 3
critère **PRIX**

La dépense moyenne est soutenue par des produits moins chers

Total RHD

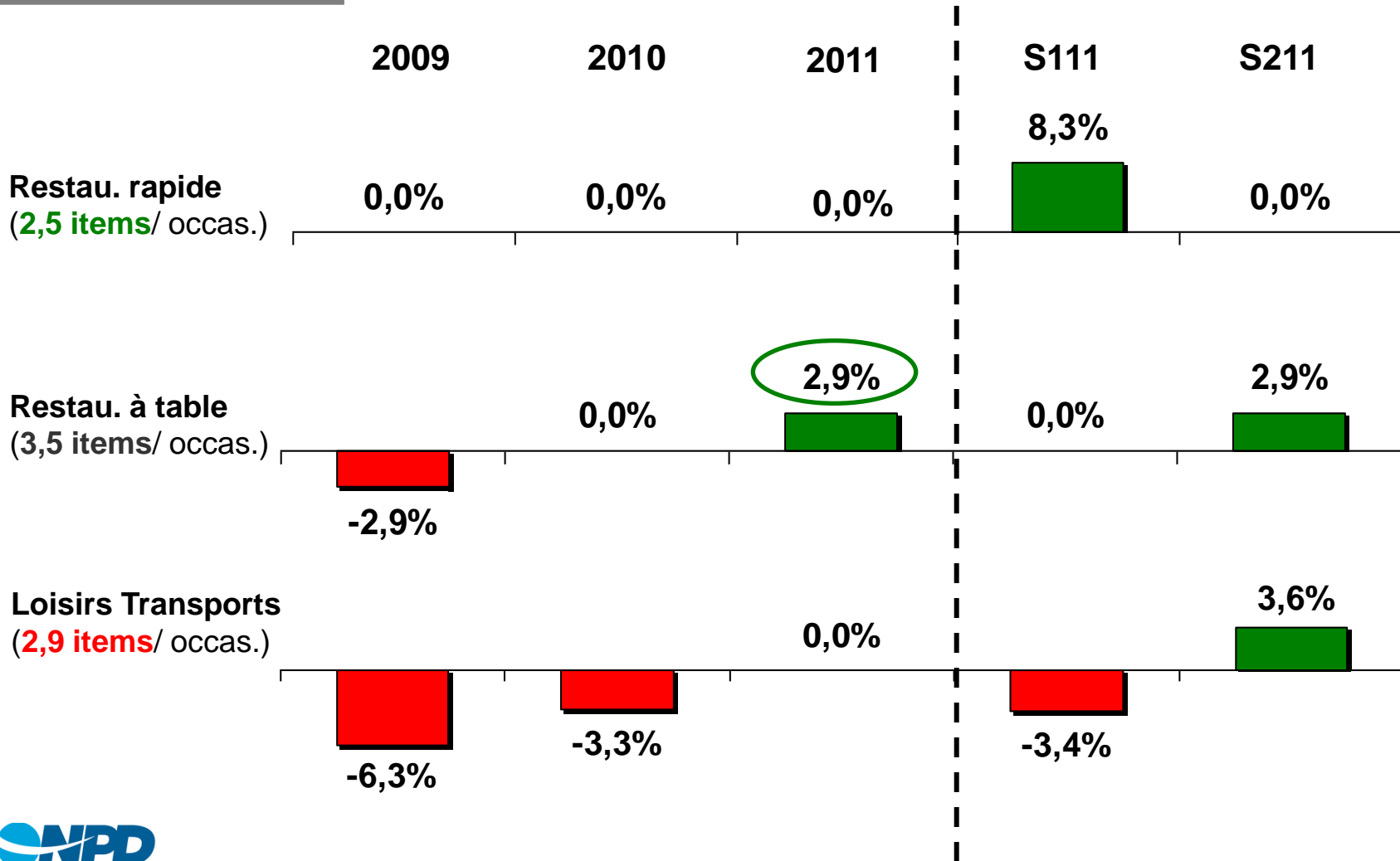
Evolution du nombre d'items vs même période N-1 (en %)



La consommation revient enfin en restauration à table

Rest. commerciale

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



Dépense moyenne et consommations progressent dans de nombreux segments

Total RHD

Nombre moyen d'items / occas. 2011

Dépense moyenne par pers. par occasion en 2011

2011/2010

2011/2008

Nombre moyen d'items / occas. 2011	Segment	Dépense moyenne par pers. par occasion en 2011 (€)	2011/2010	2011/2008
4,6	Rest. non thématique	16,8 €	1,0%	4,3%
3,8	Rest. à thème	15,6 €	-0,1%	-0,4%
3,1	Loisirs	10,9 €	0,6%	3,0%
2,4	Pizza VAE/liv.	8,0 €	-0,5%	3,5%
2,5	Cafés Bars Brasseries	7,0 €	0,6%	-1,5%
3,4	Cafétérias	6,7 €	-1,5%	-5,2%
3,3	Burgers	6,4 €	1,9%	5,4%
2,3	Transports	5,6 €	2,2%	0,5%
2,4	Sandwicheries	5,4 €	1,9%	3,5%
3,3	Autres collectivités	4,8 €	-0,2%	-3,6%
2,5	Autres rapides	4,4 €	1,8%	1,1%
3,4	Travail	4,4 €	2,8%	7,0%
2,6	GMS/Traiteurs	3,5 €	0,9%	3,2%
1,9	Boulangeries	2,9 €	-1,4%	-0,7%

La hausse du ticket moyen conforte le retour des « indépendants » en dépenses (à relativiser vs 3 années de recul)

Total RHD		Dépenses incrémentales en 2011 (en millions)		2011/2010	2011/2008
PDM dépenses					
15,6%	Travail	579,2		7,7%	12,8%
10,0%	Burgers	189,8		3,8%	12,4%
8,2%	Loisirs	127,9		3,1%	4,5%
5,4%	GMS/traiteurs	97,0		3,5%	6,7%
5,2%	Autres rapides	81,1		3,1%	-2,6%
7,3%	Cafés bars bries	68,6		1,8%	-5,4%
4,7%	Sandwicheries	45,7		1,9%	2,1%
8,3%	Rest. non thématique	38,1		0,9%	-3,7%
19,5%	Rest. à thème	7,8		0,1%	-5,5%
1,0%	Pizza VAE/livrée	6,1		1,2%	6,3%
1,3%	Transports	-23,8		-3,4%	-6,7%
4,4%	Boulangeries	-39,1		-1,7%	-2,0%
3,6%	Cafétérias	-50,7		-2,7%	-8,7%
5,5%	Autres collectivités	-67,8		-2,3%	-16,4%



Ces ajustements et retours soutiennent un retour de la consommation nomade

Plusieurs approches du snacking ...



La consommation nomade en France : un potentiel de vente important et 1 occasion sur 2 en restauration commerciale

Rest. commerciale – nomade – 2011

15 milliards d'€

37%

sur 100% Restau.
commerciale

55%

plus de **3 milliards**
d'occasions



pour



4,70 €

2,5 items

Consommation nomade : 37% des dépenses et la dépense moyenne continue d'y croître en 2011 et à long-terme contrairement à la restauration assise

Rest. commerciale - nomade

Répartition des dépenses par lieu de consommation en 2011

Dépense moyenne par personne :
9,50 €

+0,6%

2011/2008 :

-3,4%

SUR PLACE

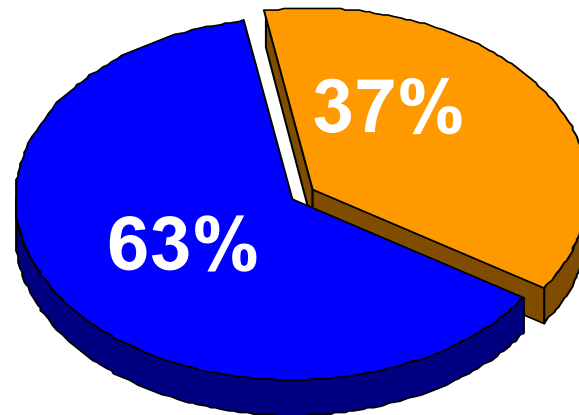
Dépense moyenne par personne :
4,70 €

+1,5%

2011/2008 :

+5,4%

NOMADE



Rest. commerciale – nomade – 2011

Evolution 2011/2010 (en %)



15 milliards d'€



+4,3%



+2,7%

plus de **3 milliards**
d'occasions



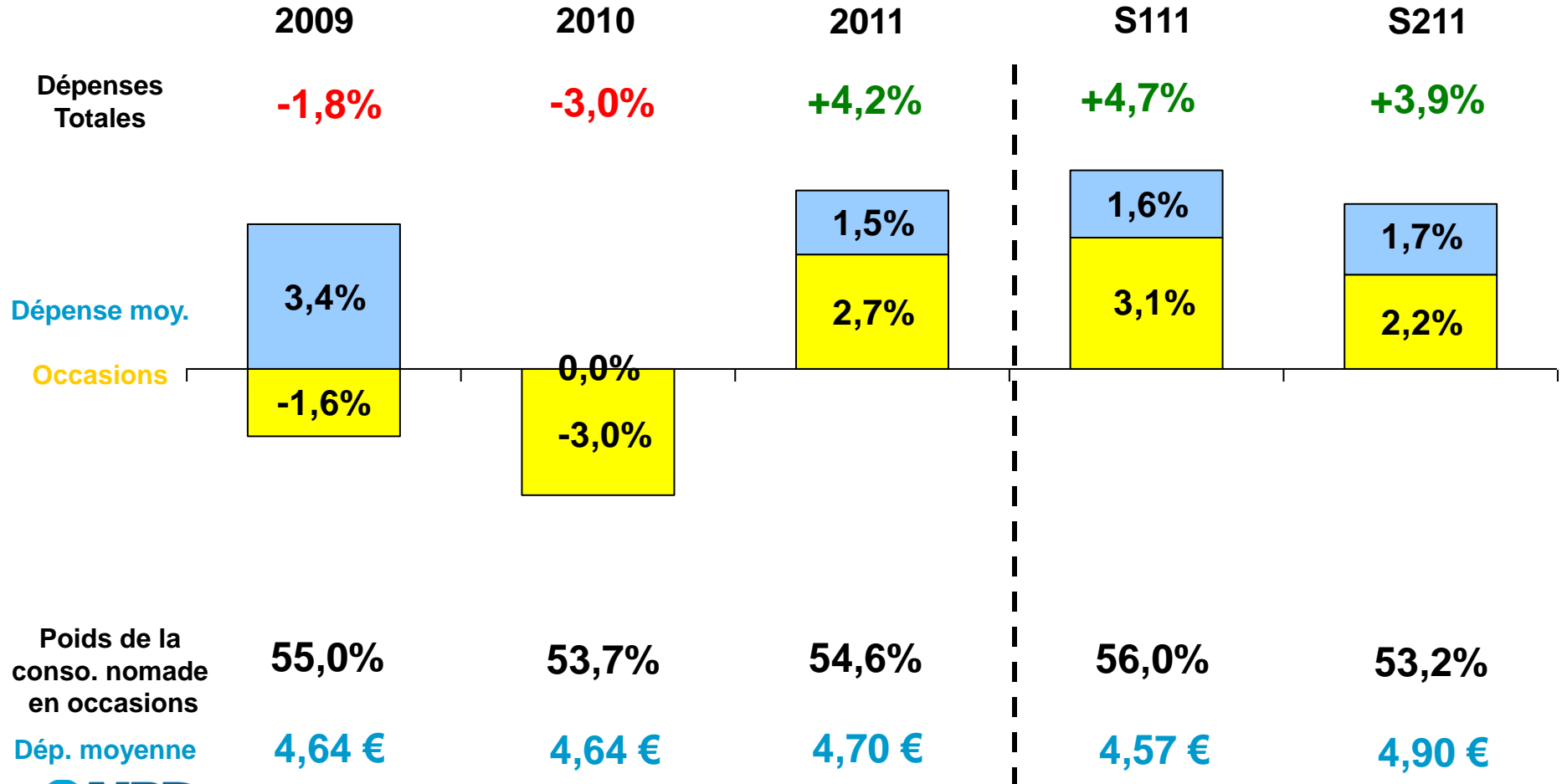
+1,5%

4,70 €

Reprise après 2 ans de recul des visites et dépenses “nomades”


Rest. commerciale - nomade

Evolution vs même période N-1 (en %)



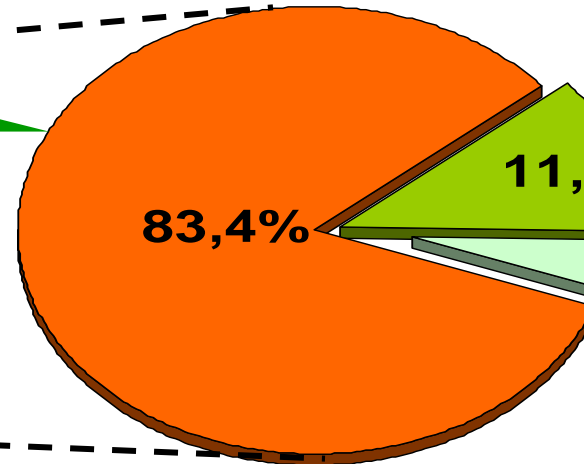
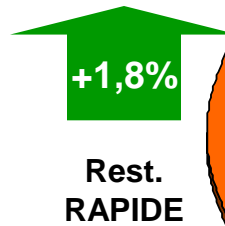
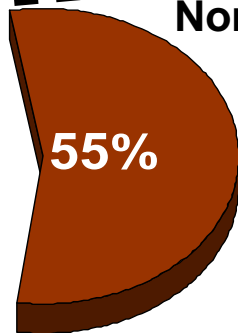
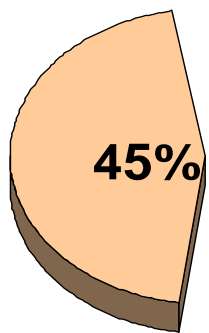
Reprise soutenue par tous les circuits en 2011

Rest. commerciale - nomade

2011/2010 (en %) 

Part de la conso. nomade
(100% occasions)

PDM en 2011
(100% occasions nomades)



Rest. avec
SERVICE
A TABLE

11,3%

5,3%



LOISIRS &
TRANSPORTS

Sur place

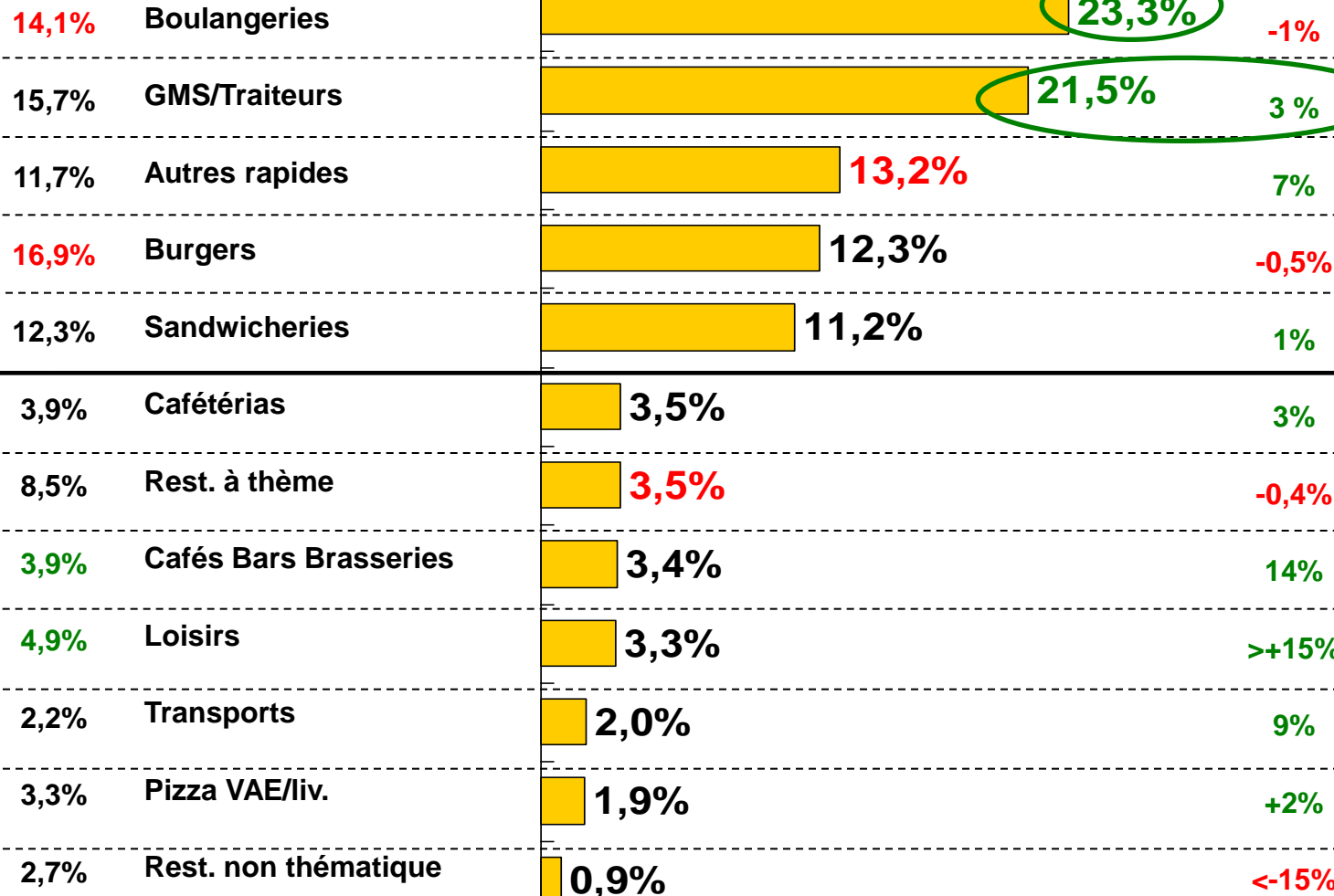
GMS/traiteurs : les grands gagnants en 2011

Rest. commerciale - nomade

PDM des segments en 2011
(100 % occasions nomades)

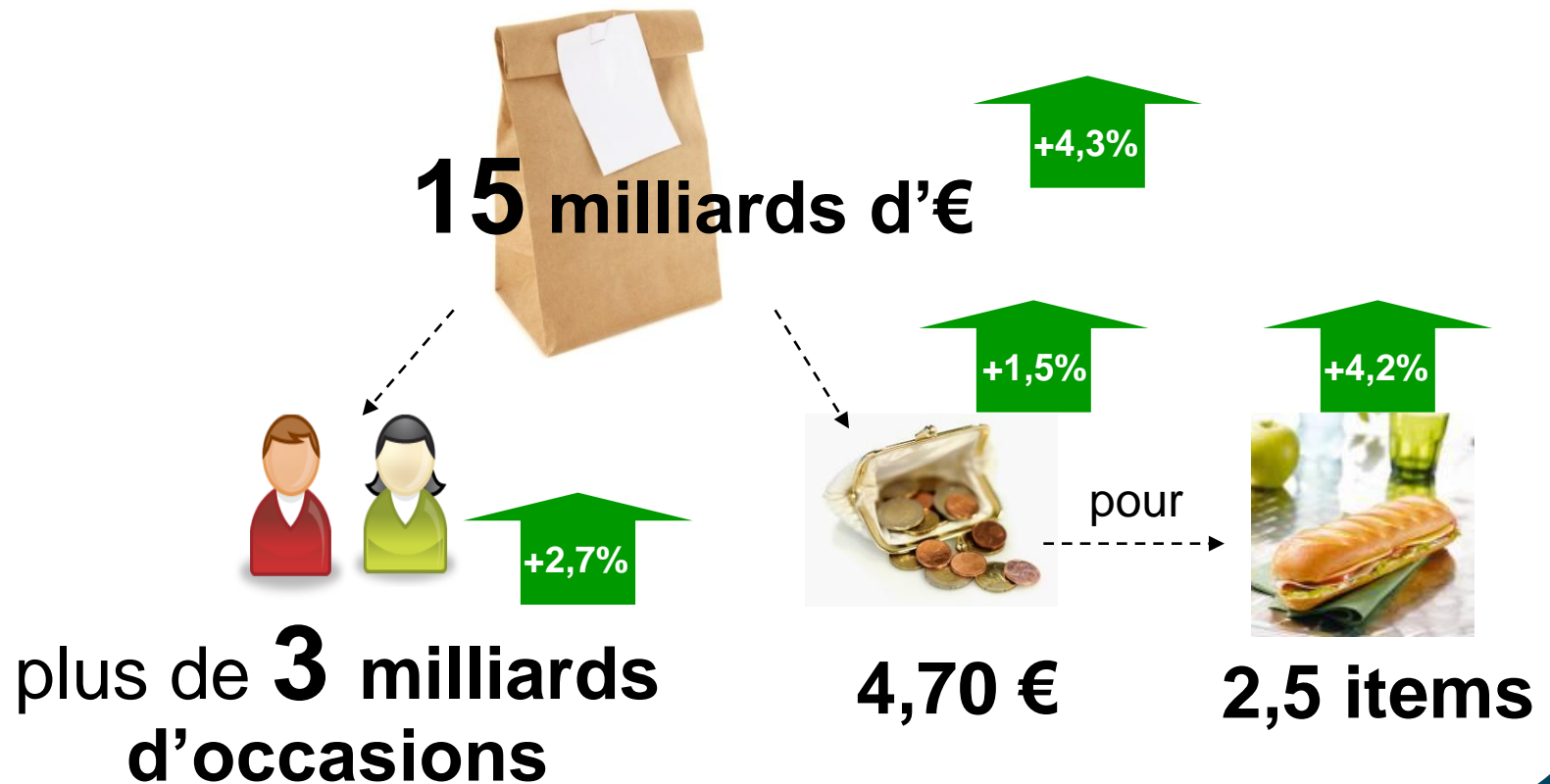
2011/2010

PDM dépenses



Le nombre d'items en hausse et ... progresse plus vite que la dépense moyenne

Rest. commerciale – nomade – 2011





Zooms : Travail - Ecoles/Universités

La restauration du travail en France - 2011

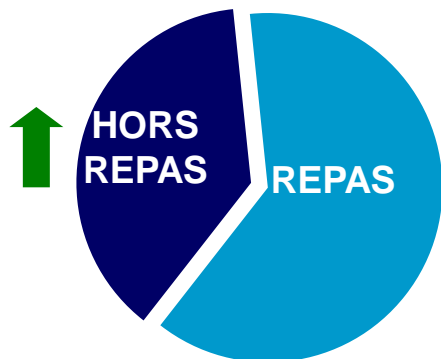
Travail

Progression 2011/2010 en %



Dépenses totales	8,1 milliards d'euros	+7,7%
Nombre d'occasions	1,8 milliards d'occasions	+4,8%
Dépense moyenne par pers. par occasion	4,40 €	+2,8%
Nombre moyen d'items par occasion	3,4 items	+3%
Fréquence de visite moyenne	13 occasions par mois	-5%
Poids du nomade	9% des occasions	+2pt

Répartition des occasions par moments



***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 de l'enseignement supérieur en France - 2011

Données BONUS

Ecoles/Universités**

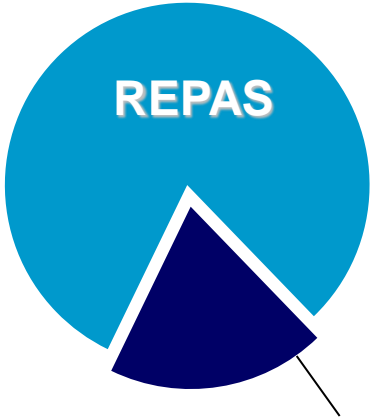


Progression 2011/2010 en %



Répartition des occasions par moments de consommation

Dépenses totales	758 millions d'euros	+1%
Nombre d'occasions	223 millions d'occasions	+1%
Dépense moyenne par pers. par occasion	3,40 €	
Nombre moyen d'items par occasion	4,2 items	
Fréquence de visite moyenne	11 occasions par mois	-9%
Poids du nomade	22% des occasions	-2pt



HORS REPAS

** 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

2011 : Que retenir ?



Reprise du marché mais prudence !

- ★ Reprise qui s'est confirmée au 2^e semestre 2011
- ★ Restauration rapide : croissance **consolidée** mais **ralentie**
- ★ Restauration à table : **retour convives** sans retrouver niveau 2008
- ★ Visites **fonctionnelles** sacrifiées en restauration commerciale et un retour aux RIE
- ★ Marché RHD réagit en général **en décalé** aux aléas socio-économiques ...



→ *Implications 2012*

- ★ Soutenir le **déjeuner** et
la **diversification** des moments
- ★ Re-séduire la clientèle des **actifs**
- ★ Consolider les **jeunes** et **familles**
- ★ Travailler l'**attractivité prix/ menus**
- ★ Produits : **diversifier / adapter l'offre**
- ★ **Benchmarks** mutuels chaînes- indépendants



Vos contacts :

Christine TARTANSON

Director Foodservice France

☎ 01.41.97.26.20

☎ 06.17.09.29.11

christine.tartanson@npd.com

Uriell NOBLET

Business Development Manager

☎ 01.41.97.26.22

☎ 06.32.77.07.01

uriell.noblet@npd.com