Marché RHD - bilan annuel

Panel CREST 2012

Présentation Géco 21 mars 2013

AUTOMOTIVE
BEAUTY
ENTERTAINMENT
FASHION
FOOD / FOODSERVICE
HOME
OFFICE SUPPLIES
SPORTS
TECHNOLOGY
TOYS
VIDEO GAMES
WIRELESS

NPD GROUP
Behind Every Business Decision

Cet après-midi

- NPD et panel CREST
- Potentiels RHD
- Bilan marché RHD et conso. nomade
- Arbitrages consommateurs
- Impacts sur nos catégories

NPD GROUP
Behind Every Business Decision

NPD : +40 ans de **panels** (en continu) spécialisés

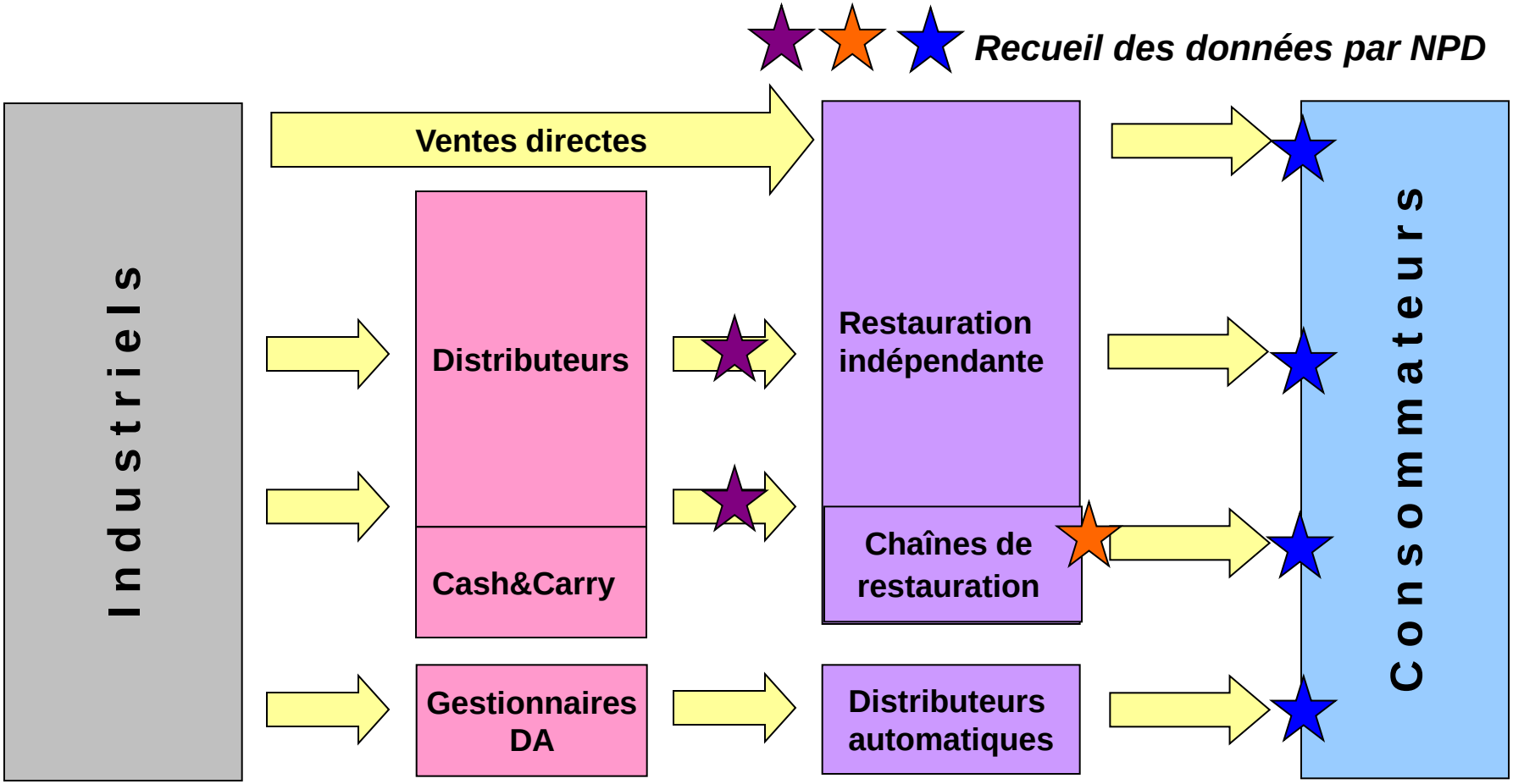
800 distributeurs partenaires + **55** panels consommateurs

AUTOMOTIVE | BEAUTY | COMMERCIAL TECHNOLOGY | CONSUMER TECHNOLOGY | ENTERTAINMENT | FASHION | FOOD & BEVERAGE

Consommation hors foyer

HOME | OFFICE SUPPLIES | SOFTWARE | SPORTS | TOYS | WIRELESS

NPD : expertise unique sur le marché RHF



Panel distributeurs Supplytrack (notre projet)

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,
- etc.

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

CREST

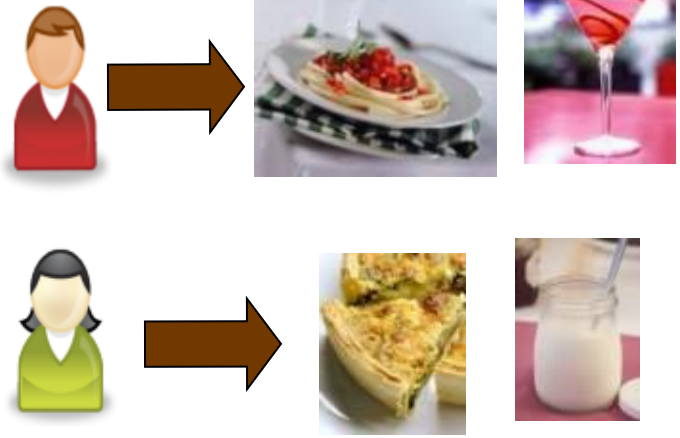
Méthodologie CREST

- ☑ **Panel consommateurs** ***online***
- ☑ **365 jours sur 365**
- ☑ **14 000 consommateurs par mois**
- ☑ **La veille**
- ☑ **Consommations solides + boissons**
- ☑ **12 pays**

USA Canada Great Britain Germany France Spain Italy Russia Japan China Australia Mexico

Les mesures CREST

Ex : Brigitte déjeune chez Rico pour 12 euros et Laetitia dans une cafétéria pour 8 euros



20 euros en dépenses

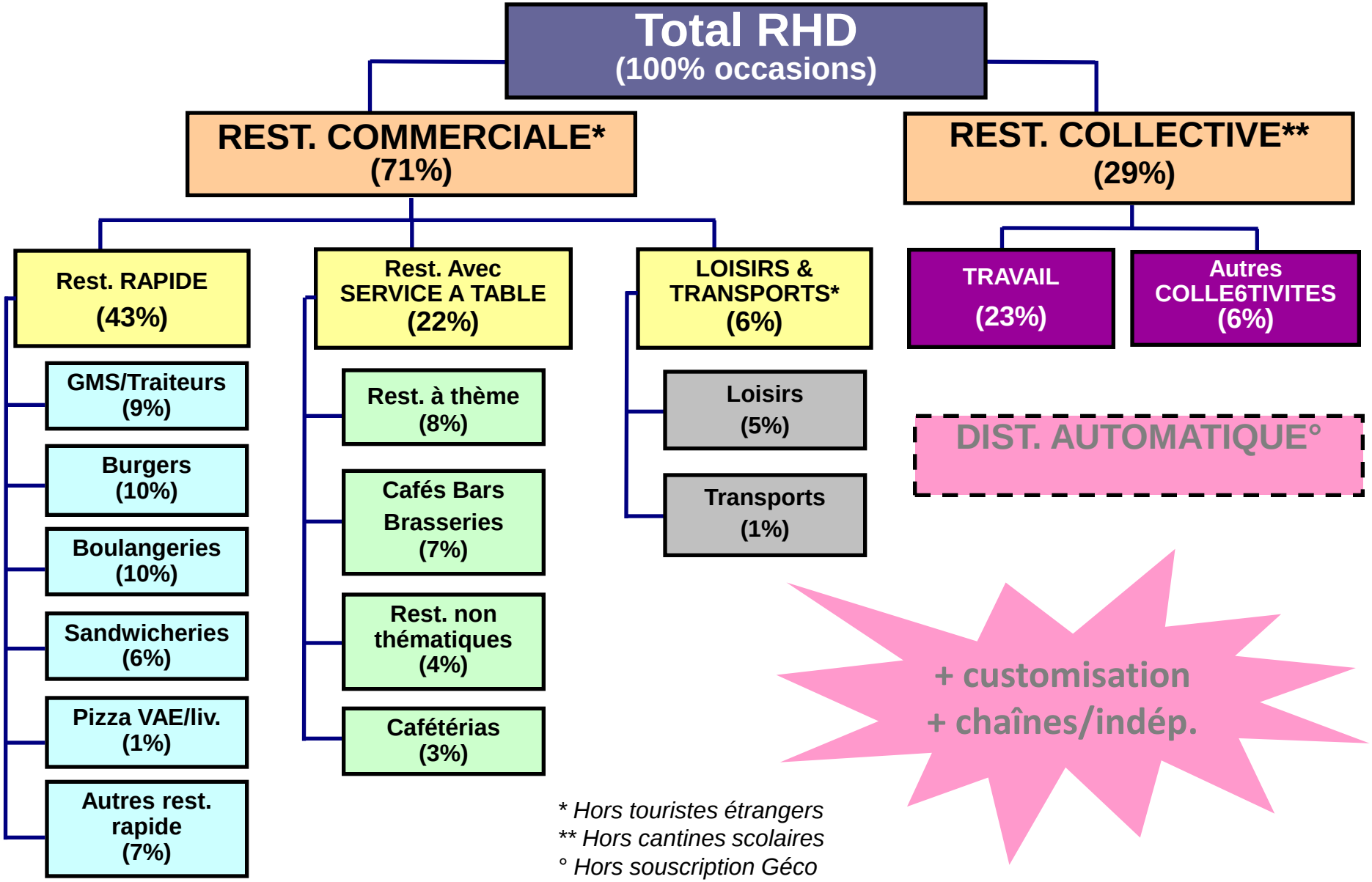
2 visites (occasions)

10 euros en dépense moyenne par pers. (ticket moyen)

4 items consommés (solides ou boissons)

2 items en moyenne par pers.

Structure du marché CREST 2012



** Hors touristes étrangers*
*** Hors cantines scolaires*
° Hors souscription Géco

LA CONSOMMATION HORS DOMICILE EN 2012

3 items par visite par personne

Soit près de 90 occasions par an par habitant en restauration commerciale

7 occasions par <u>mois</u>

Près de **2** occasions par <u>semaine</u>

2012 : retour de la crise

ses opportunités …

NPD GROUP

Behind Every Business Decision

2012 : TVA, élections, météo, chômage …

PIB en stagnation en Q1 et Q2 et ralenti en Q4 (-0,1).
Fin 2012 : le taux de chômage supérieur à 10%.

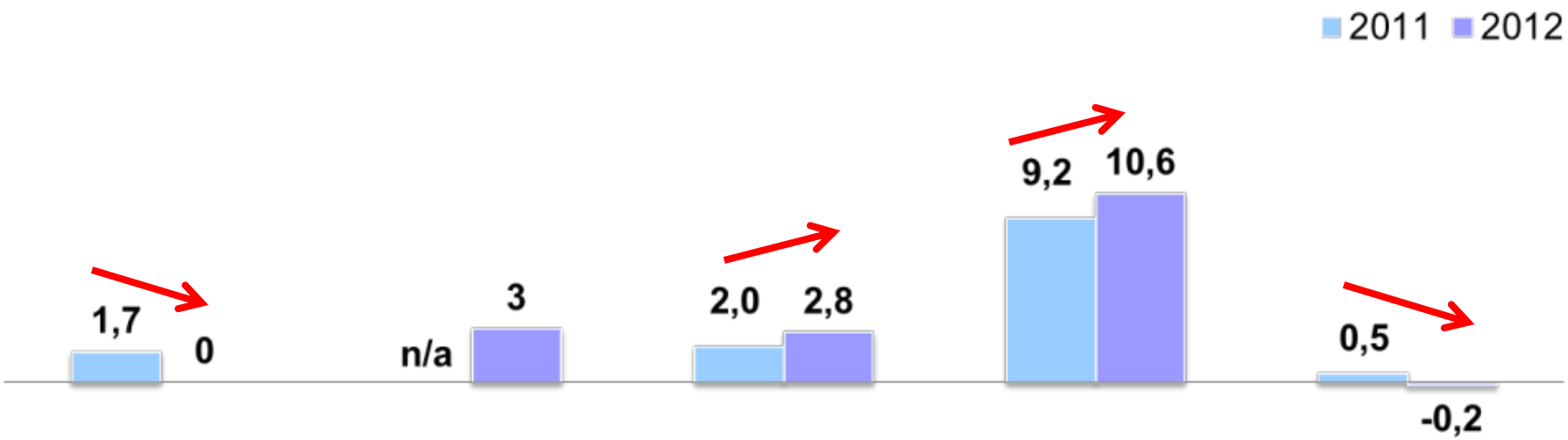
Confiance des ménages : après plusieurs mois de baisse, elle rebondit en décembre mais reste inférieur à sa moyenne de longue période.

Consommation des biens en recul de de 0,2% en 2012.
Indice des prix à la consommation : +2% en 2012 (+3% alimentaire)

Météo : une saison estivale tardive suivi par un automne 2012 et début d'hiver particulièrement doux (avec des températures supérieures à la normale de saison) mais marqué par un temps très agité.

Les Elections Présidentielles 2012 (une consommation atone, une attente des changements…).

Inquiétudes consommateurs 2012 : croissance nulle, chômage et pouvoir d'achat



Croissance PIB, %	Inflation des prix de produits alimentaires	Inflation des prix aux restaurants	Chômage	Pouvoir d'achat de ménages
Evol. vs n-1	*Evol. vs n-1*	*Evol. vs n-1*	*En % de la population active*	*Evol. vs n-1*
PIB: au point mort en 2012.	***Les produits alimentaires sont devenus plus chers, notamment les alcools.***	***Les prix en hors domicile progressent surtout à cause de la hausse des prix des matières premières.***	***Le chômage affiche les taux record en 2012. L'Insee prévoit une poursuite de la dégradation du marché de travail en 2013.***	***Le pouvoir d'achat des ménages baisse (impacté par la dégradation du marché de travail et la hausse des impôts).***

Source : INSEE

Le moral des Français en baisse sur le long terme…

CREST

Fin 2012 :

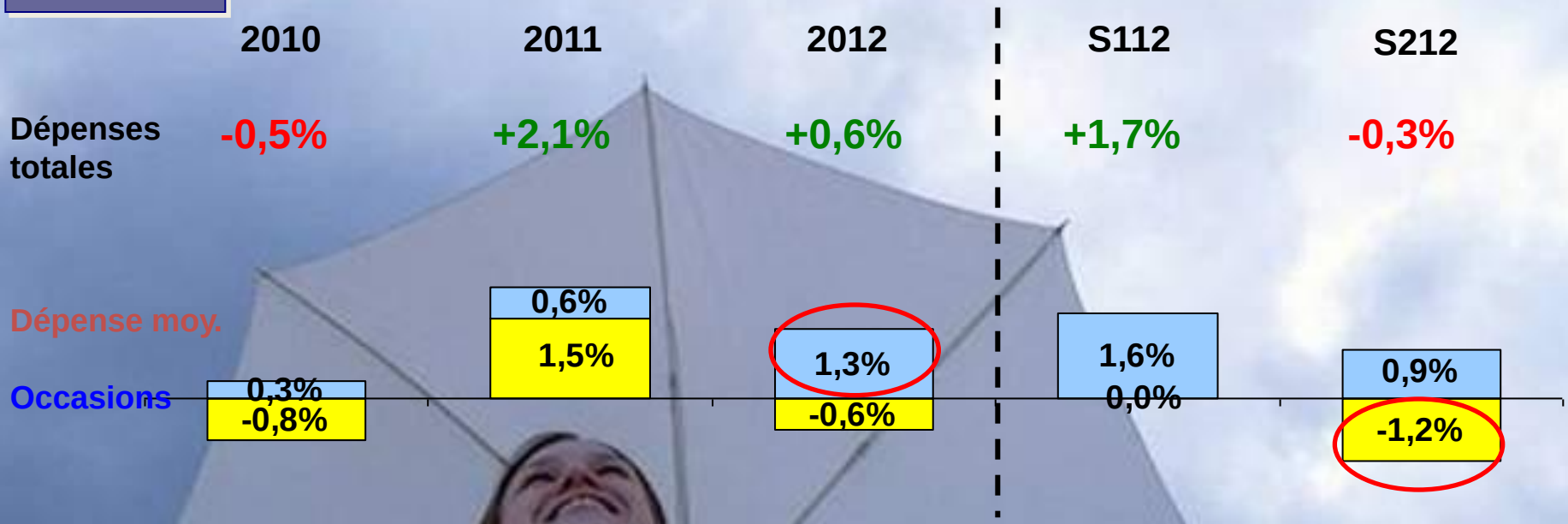
la reprise fragile fin 2011

ne s'est pas consolidée

Un marché RHD soutenu uniquement par le ticket moyen, dégradé au 2e semestre.

Total RHD

Evolution vs même période N-1 (en %)



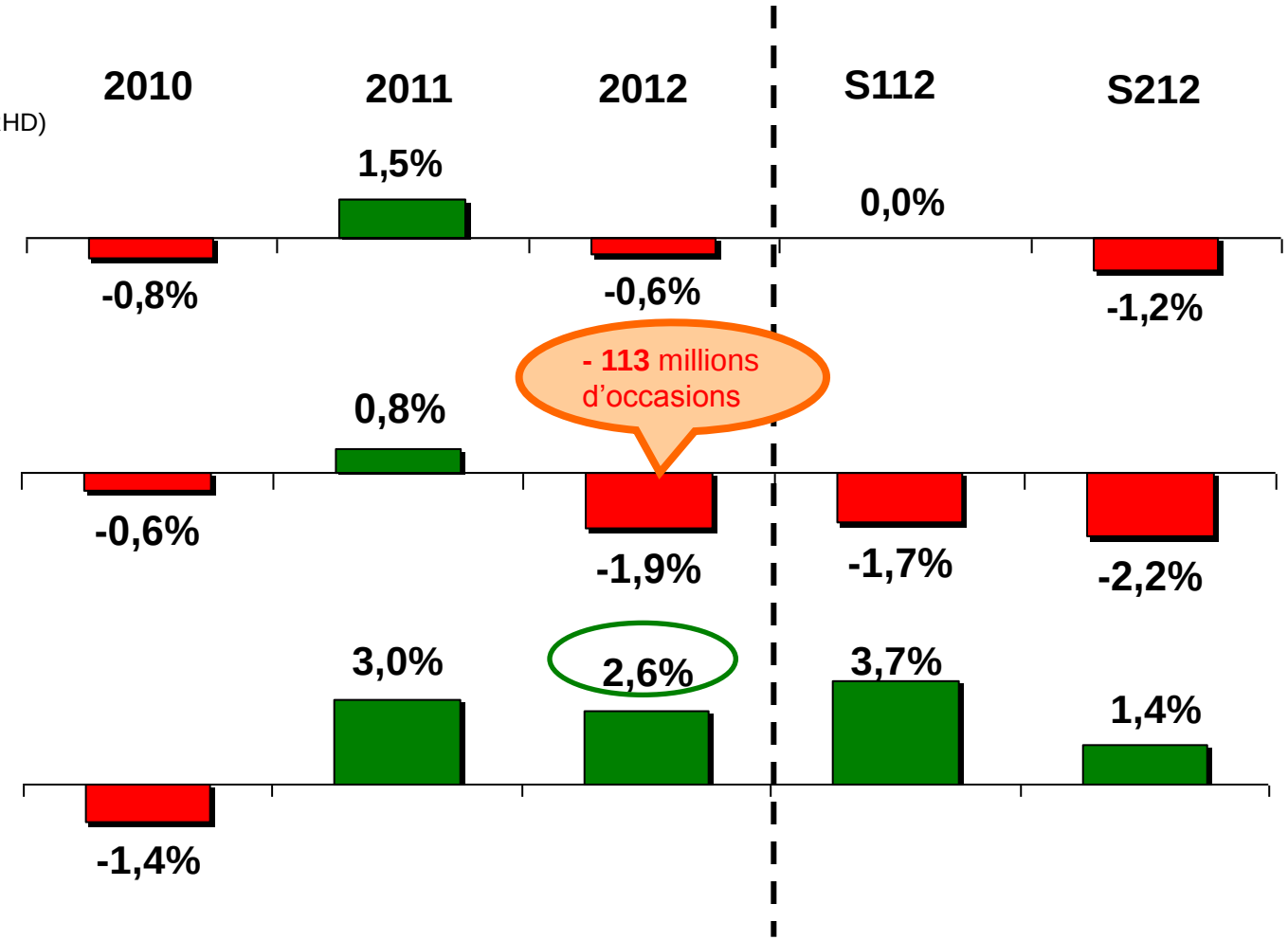
Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

La Commerciale perd 113 millions d'occasions

Total RHD

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

(PDM sur 100% occasions RHD)

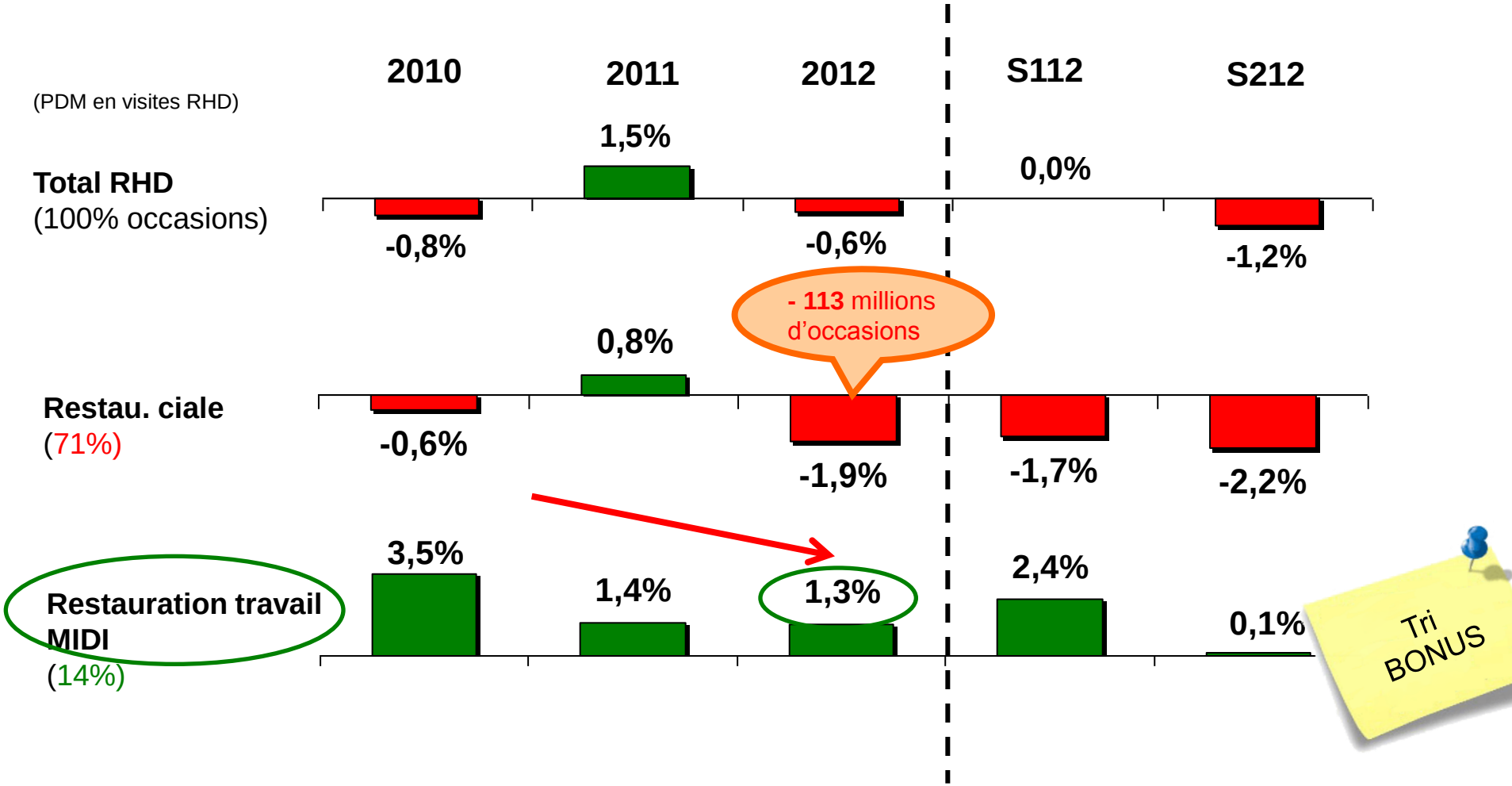


*** Employés, visiterurs, hors cantines scolaires*

La Commerciale perd 113 millions d'occasions et les RIE ralentissent

Total RHD

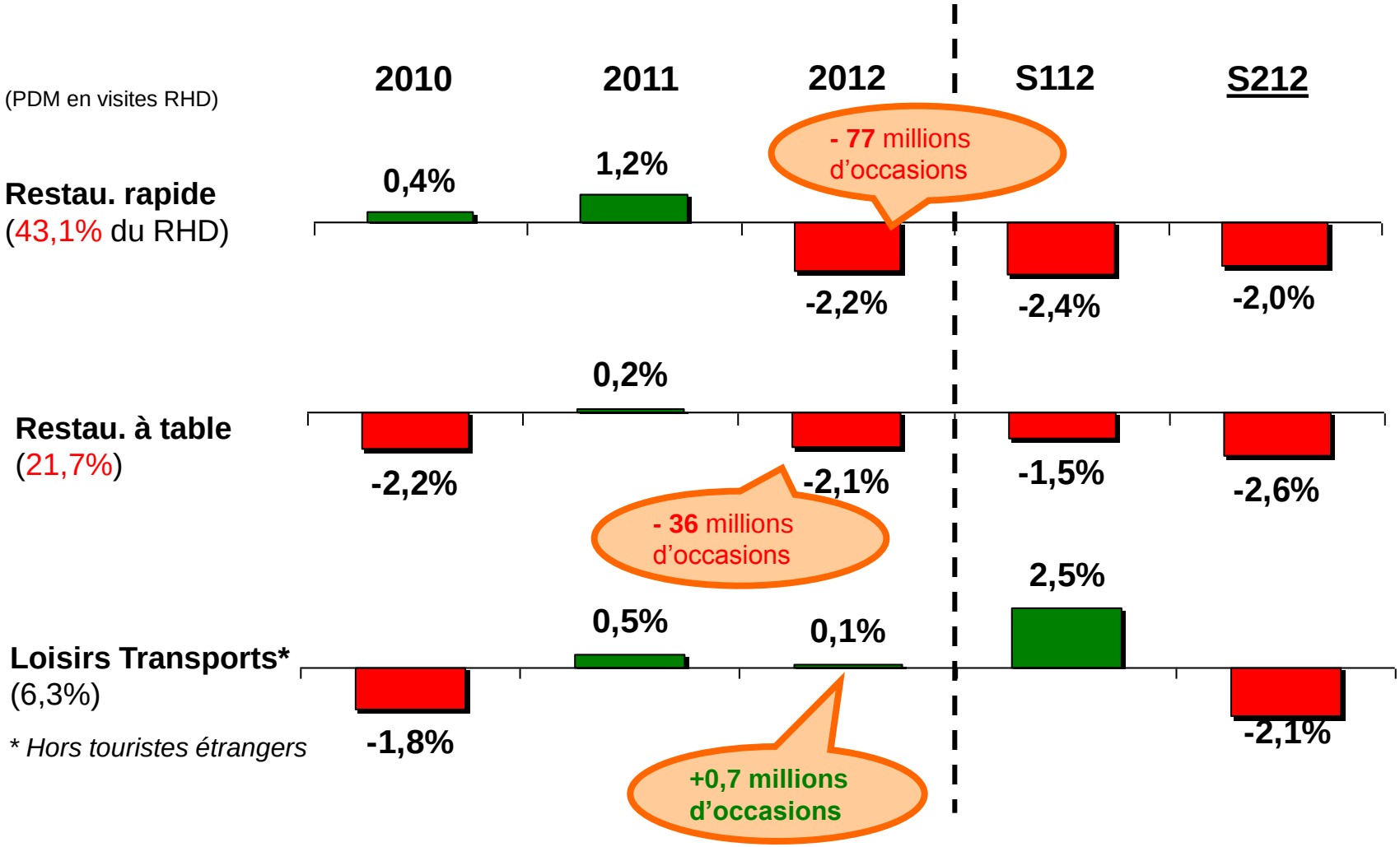
Evolution des occasions vs même période N-1 (en %)



La restauration rapide en chute pour la 1ère fois, la restauration à table négative à long-terme

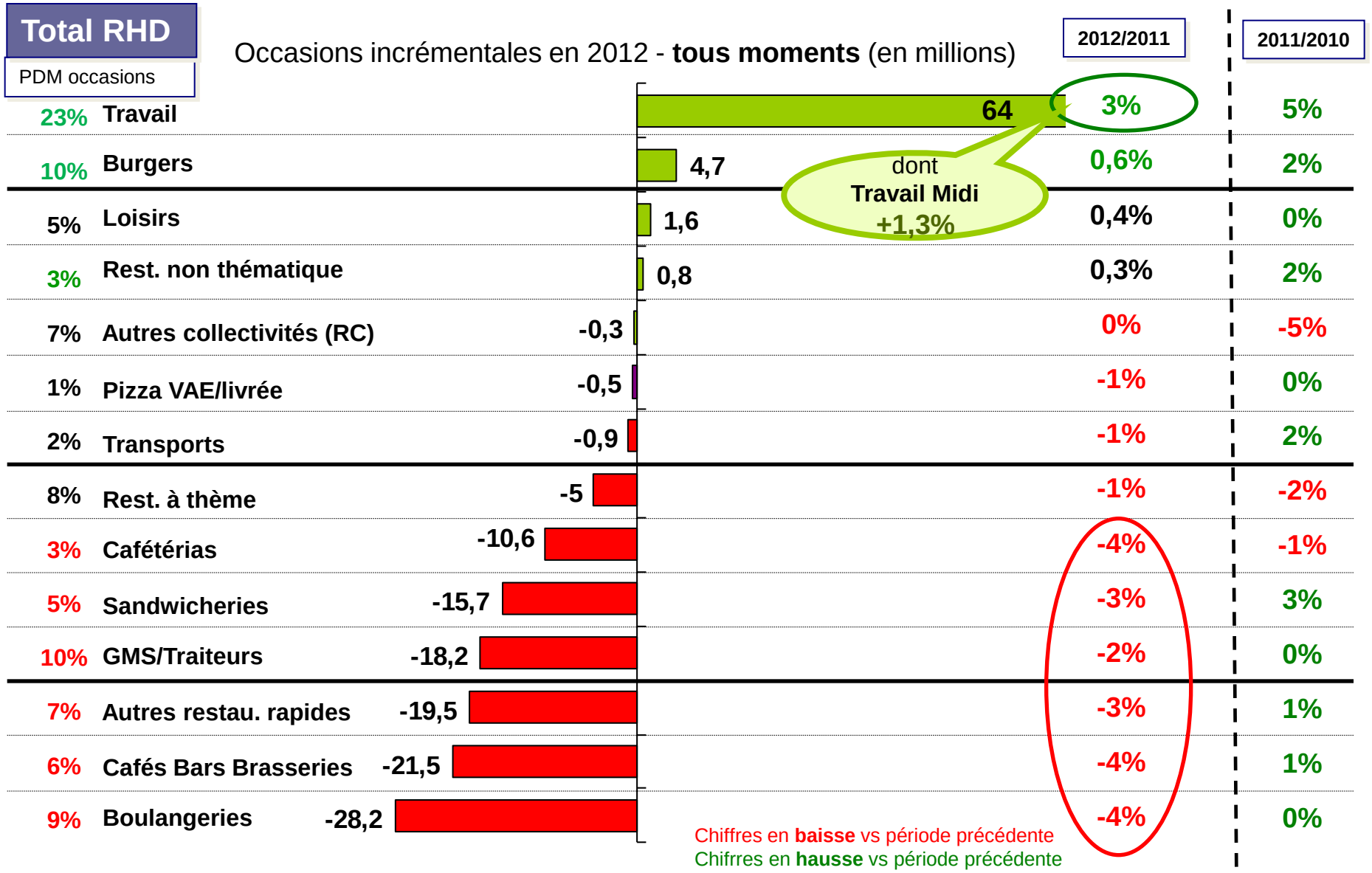
Rest. commerciale

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



** Hors touristes étrangers*

Travail et Loisirs profitent des tensions du marché. Les non-thématiques résistent (à relativiser vs 3 années de recul). Tous les segments « rapides » souffrent.



Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

La consommation nomade subit la crise et la mutation des acteurs du marché

Rappel : plusieurs approches du snacking …

selon

produit :

sandwich, viennoiserie, petit gâteau, barre, chips, yaourt à boire, glace cornet …

selon

moment :

pauses en dehors des repas

consommation

nomade :

aliments/boissons ***emportés*** pour consommer à l'extérieur, bureau …

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

Rest. commerciale – nomade – 2012

14,4 milliards d'€

sur 100% Restau. commerciale

37%

sur 100% Restau. commerciale

54%

près de **3 milliards d'occasions**

4,80 €

pour

2,4 items

Soit près de 50 occasions par an par habitant en restauration commerciale/ nomade

Rest. commerciale – nomade – 2012

4 occasions par <u>mois</u>

1 visite par <u>semaine</u>

Consommation nomade : 38% des dépenses et la dépense moyenne continue d'y croître en 2012

Rest. commerciale - nomade

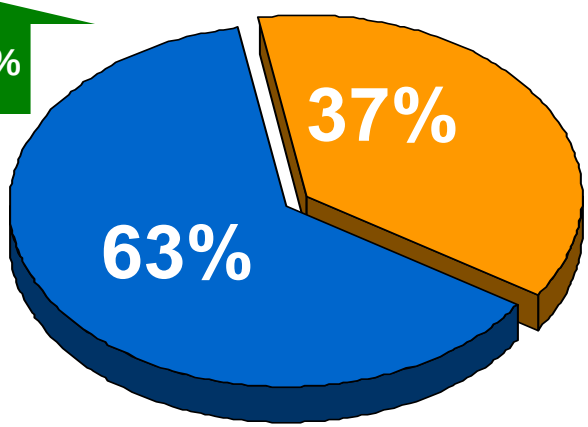
Répartition des dépenses
par lieu de consommation en 2012

Dépense moyenne par personne :
9,62 €

+1%

2012/2011 : +0,6%

SUR PLACE



Dépense moyenne par personne :
4,81 €

+2%

2012/2011 : +1,5%

NOMADE

Reprise des visites “nomades” de 2011 vite perdue

Rest. commerciale - nomade

Evolution vs même période N-1 (en %)

	2010	2011	2012	S112	S212
Dépenses Totales	-3,0%	+4,2%	-1,5%	-1,1%	-2,1%
Dépense moy.	0,0%	1,5%	2,1%	2,6%	1,4%
Occasions	-3,0%	2,7%	-3,6%	-3,7%	-3,5%
Poids de la conso. nomade en occasions	53,7%	54,6%	53,7%	55%	51,5%
Dép. moyenne	4,64 €	4,70 €	4,81 €	4,70 €	4,93 €

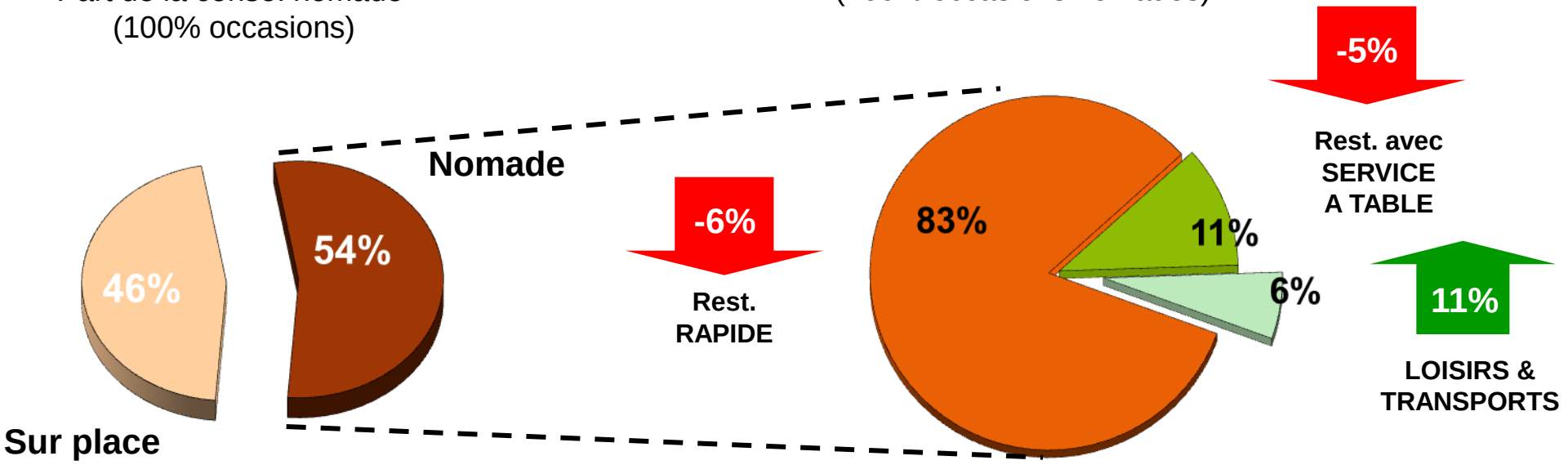
Seuls les Loisirs et Transports résistent

Rest. commerciale - nomade

2012/2011 (en %)

Part de la conso. nomade
(100% occasions)

PDM en 2012
(100% occasions nomades)



Tous les segments piliers « nomades » souffrent.

Rest. commerciale - nomade

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

PDM des segments en 2012
(100 % occasions nomades)

PDM dépenses		PDM 2012	2012/2011	2011/2010
14%	Boulangeries	23,3%	-4,2%	-1%
15%	GMS/Traiteurs	21,5%	-3,2%	3 %
11%	Autres rest. rapide	13,2%	-7,6%	7%
17%	Burgers	12,7%	-1%	-0,5%
12%	Sandwicheries	10,8%	-7,5%	1%
7%	Loisirs	4,3%	14,6%	>+15%
8%	Rest. à thème	3,5%	0,5%	-0,4%
4%	Cafétérias	3,5%	-3,5%	3%
3%	Cafés Bars Brasseries	3,1%	-14,1%	14%
3%	Transports	2,1%	5,1%	+2%
3%	Pizza VAE/livrée	2,0%	-1,7%	9%
3%	Rest. non thématique	1,0%	5,3%	<-15%

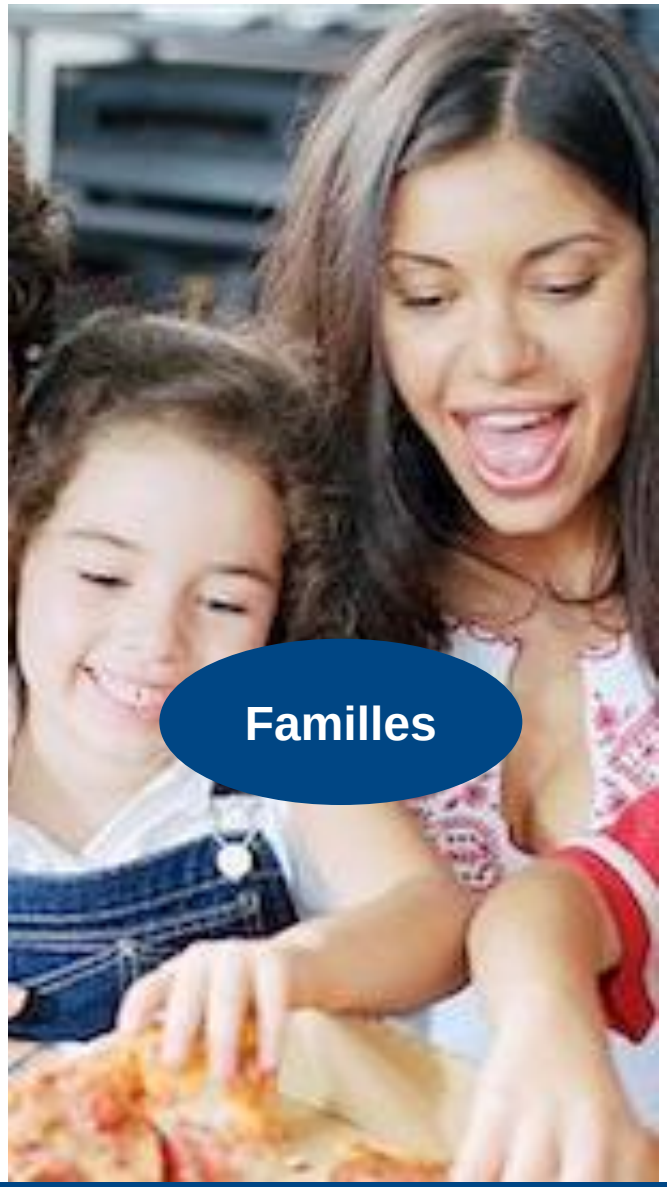
Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

CREST

Des arbitrages consommateurs

qui ont pénalisé la restauration rapide ... comme le service à table

3 clientèles-clés en restauration



Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

3 moments-clés en restauration

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

3 usages de la VAE

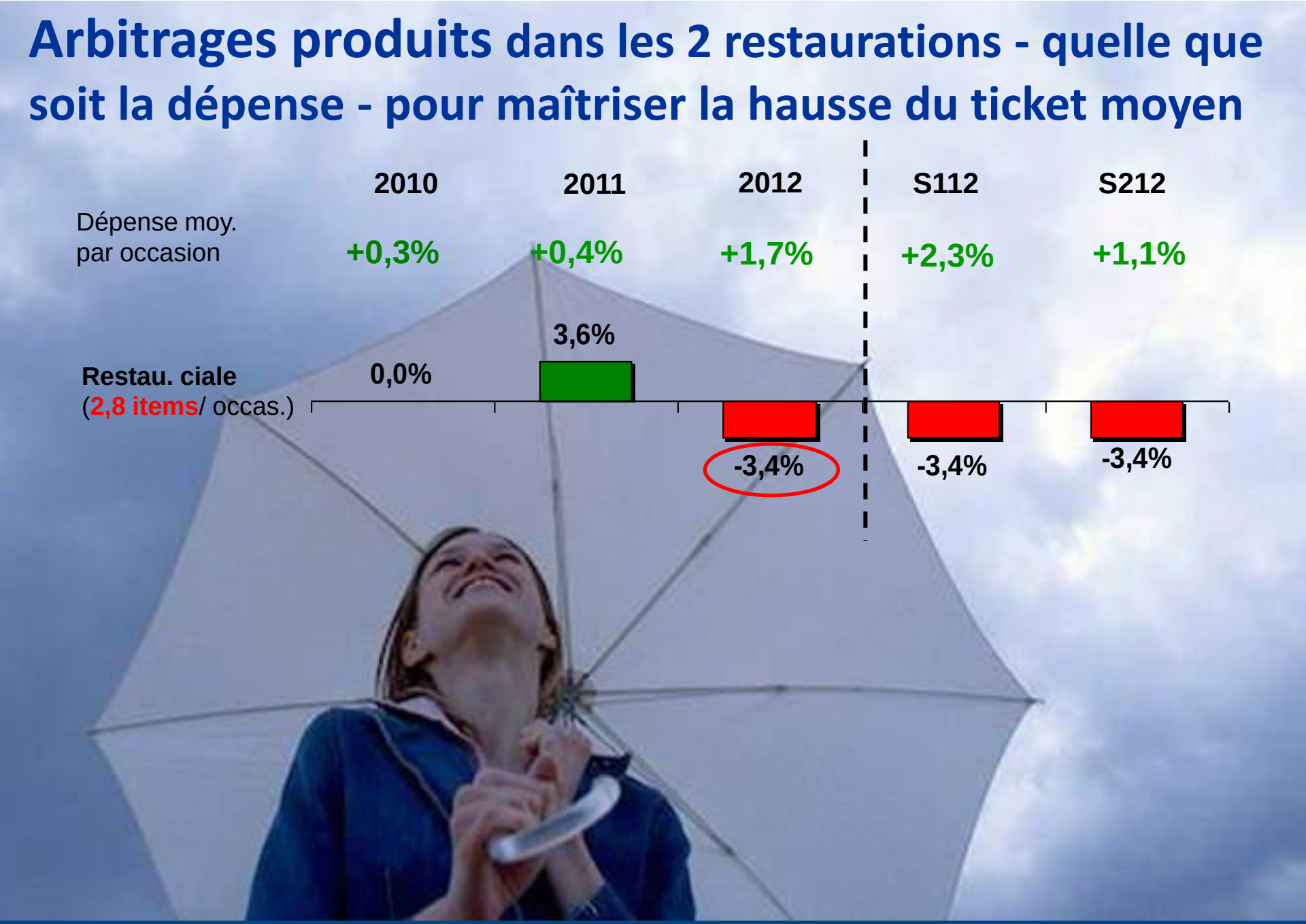
Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

Des ajustements aussi dans l'assiette

Critère prix → chez nos consommateurs

3e critère
+ 1 pt
vs 2011

Arbitrages produits dans les 2 restaurations - quelle que soit la dépense - pour maîtriser la hausse du ticket moyen



Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

En restauration rapide,
baisse des « extras »
moins soutenus par les menus.

En restauration à table,
tous les extras impactés.

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

2012 : plus d'arbitrages vs crise 2009

- ★ Familles et province touchées
- ★ Sorties conviviales et "plaisir" sacrifiées
- ★ Fonction HMR recule
- ★ Segments rapides ne bénéficient plus de crise/ transferts
- ★ Et moins de dépenses et produits consommés

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

Les piliers résistent mais ne suffisent pas à soutenir le marché en 2012

- ★ *Clientèle adultes/actifs*
- ★ *Déjeuner*
- ★ *Conso. nomade pour bureau*
- ★ *Segments Entreprise et Burgers résistent*

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

➔ Implications 2013

★ Maintenir l'attractivité du **déjeuner chez nos clients**

★ Optimiser offres et visibilité des **menus et promotions**

★ Accompagner la **diversification moments et la vente à emporter**

★ Continuer à innover pour accompagner la **diversification des offres produits**

Source : NPD, panel CREST France 2012 - confidentiel - usage interne client

Merci pour votre écoute !

Industries
Automotive
Beauty
Entertainment
Fashion
Food / Foodservice
Home
Office Supplies
Sports
Technology
Toys
Video Games
Wireless

Countries
Australia
Austria
Belgium
Brazil
Canada
China
France
Germany
Italy
Japan
Mexico
Netherlands
New Zealand
Poland
Portugal
Russia
Spain
Sweden
United Kingdom
United States

Christine TARTANSON - Foodservice France Director
+33.6.17.09.29.11
christine.tartanson@npd.com

Uriell NOBLET – Business Development Manager
+33 6 32 77 07 01
uriell.noblet@npd.com

Follow us

NPD Companies

LGINetwork
solarbuzz
DisplaySearch