

Communiqué de presse

- Baromètre NPD CREST -

Bilan des tendances 2009 de la restauration commerciale⁽¹⁾ en France : La restauration à table⁽²⁾ en recul pour la deuxième année consécutive

Paris, le 9 février 2010 - NPD Group, société internationale d'études marketing, communique le **bilan 2009 de la restauration commerciale en France** (en cumul annuel à fin décembre 2009).

Le marché de la restauration commerciale continue à se dégrader en 2009

Le ralentissement économique de 2009 a impacté les performances de la restauration commerciale.

-1,2%

La **fréquentation des établissements de la restauration commerciale termine en recul de -1,2%** par rapport à 2008, impactée surtout par le premier semestre.

Pour Christine Tartanson, directrice Foodservice chez NPD Group : « *Ce constat est d'autant plus négatif que 2008 n'a pas été très dynamique (visites +0,3% vs 2007). En 2009, les français ont continué sur la même lancée qu'en 2008 en diminuant encore leurs visites en restauration commerciale.* »

- 0,6%

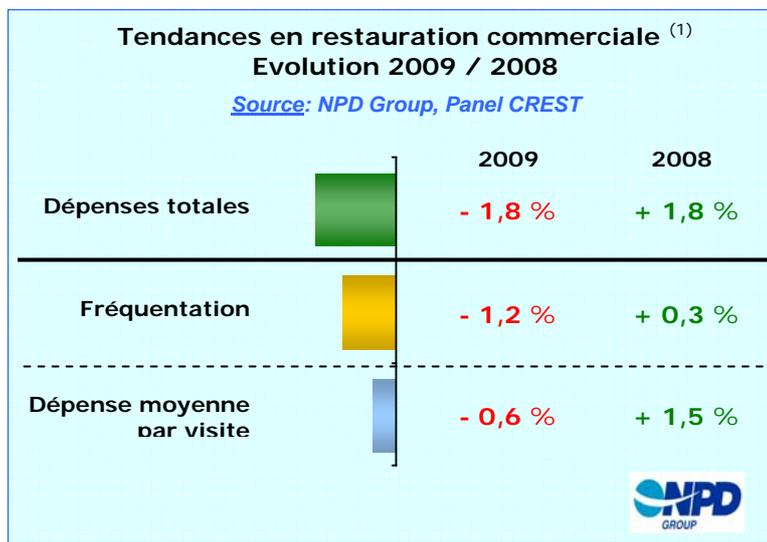
Dans le même temps, la **dépense moyenne par personne** a diminué de **-0,6%** pour atteindre **6,43€**.

Ce recul a été constaté dès le 2^e trimestre 2009, soit avant la baisse de la TVA de 19,6% à 5,5% pour la restauration assise, en vigueur depuis le 1^{er} juillet dernier.

Sur le 2^e semestre, ce recul de la dépense moyenne se renforce : **-1% par rapport au 2^e semestre 2008**, mais il est en partie lié à une baisse du nombre de produits consommés.

-1,8%

Au final, le marché subit une **diminution de -1,8% des dépenses totales** pour atteindre une valeur de **33,5 milliards d'euros (TTC)**.



(1) La restauration commerciale inclut ici deux circuits :

(2) La **restauration avec service à table** (cafés/bars/brasseries, restauration à thème et non thématique)

(3) La **restauration rapide** (fastfoods, vente à emporter/livraison, sandwicheries, boulangeries, traiteurs, GMS, cafétérias)

La restauration à table principalement touchée

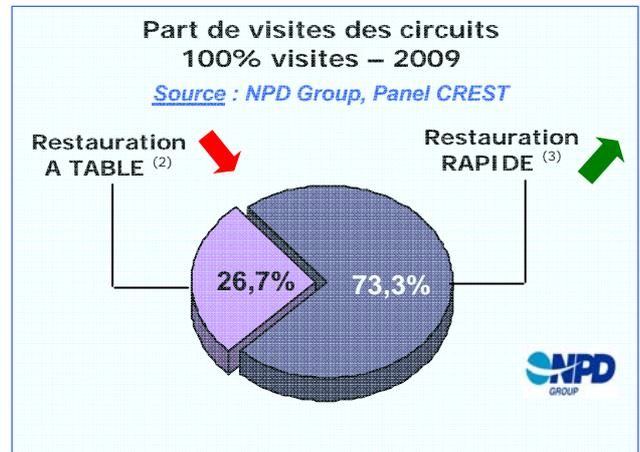
- 4,2%
de visites

La fréquentation en **restauration avec service à table** accuse un net recul : **-4,2% de visites**.

- 0,1%
de visites

En revanche, la **restauration rapide** parvient à maintenir sa clientèle et termine à **-0,1% de visites** avec des dynamiques segments ralenties par rapport à 2008.

Ainsi les français continuent de plébisciter les offres de restauration rapide : ce circuit gagne encore près d'un point de part de marché visites par rapport à 2008, soit **plus de 7 visites sur 10**.



La consommation est restée atone en 2009

En 2009, les français ont pris **en moyenne 3 produits** (accompagnement et boisson compris) **par personne et par visite** au restaurant. Ce « plateau moyen » s'avère stable par rapport à 2008.

Pour Christine Tartanson, « *cette tendance masque une consommation à 2 vitesses sur 2009. Grâce au panel CREST, nous observons que le plateau moyen par client baisse dans la plupart des segments de la restauration à table, et inversement, celui-ci se développe en restauration rapide pour atteindre 2,8 produits en moyenne. Les français consomment ainsi plus en restauration rapide que leurs voisins européens, et ont donc définitivement adopté ce mode de restauration en tant que formule-repas* ».

A propos du service CREST

Le panel CREST de NPD permet de suivre les comportements des consommateurs dans les établissements de restauration commerciale et collective 365 jours sur 365 : type d'établissement et enseigne visités, moment et mode de consommation, dépense moyenne et produits consommés. CREST offre ainsi une vision dynamique du marché de la Consommation Hors Foyer et des catégories aliments et boissons. CREST est disponible en Europe, Amérique du Nord et Asie. Le panel est représentatif de la population du pays.

A propos de NPD Group

Depuis 1967, NPD Group fournit des informations fiables et exhaustives sur les ventes et des analyses marketing approfondies pour un grand nombre de secteurs. Une connaissance précise des ventes, des lieux d'achat, des consommateurs et leurs raisons d'achat pour tous les produits analysés constitue la base de cette prestation. Aujourd'hui plus de 1600 Fabricants et Distributeurs font confiance à NPD pour les aider à mieux connaître leurs clients, leurs catégories, les canaux de distribution ainsi que les actions de leurs concurrents. Ceci leur permet de prendre les meilleures décisions permettant d'influencer positivement leur activité. Le Groupe NPD fournit des informations sur les secteurs suivants : habillement, appareils ménagers, automobile, beauté, téléphonie, électronique grand public, alimentation et boissons, restauration hors foyer, chaussures de sport, musique, bricolage, articles ménagers, photo-vidéo, logiciels, technologie de l'information, voyages, jouets, jeux vidéo, sans fil. Pour plus d'informations, vous pouvez vous rendre sur www.npd.com.

Contact presse

Fleishman-Hillard
Julien Vuidard
Tél : 01 47 42 91 17
Email : vuidardj@fleishman.com