

Résultats enquête restauration 2023



symbole



EN AUGMENTATION PAR RAPPORT À 2022

**Le pourcentage d'augmentation est calculé sur le cumul des
« Très satisfait & satisfait ».**

Taux de réponse & profil des répondants

Crous	E-mail envoyés	Nb de réponses 2023	Taux de réponse
Aix Marseille	41 487	2 207	5,32%
Amiens	25 915	1 052	4,06%
Antilles Guyane	8 734	426	4,88%
BFC	34 498	1 954	5,66%
Bordeaux	61 039	2 382	3,90%
Clermont	26 335	1 062	4,03%
Corte	1 797	93	5,18%
Créteil	47 268	1 809	3,83%
Grenoble	44 585	2 514	5,64%
Lille	75 380	3 530	4,68%
Limoges	10 835	874	8,07%
Lorraine	39 973	3 211	8,03%
Lyon	78 645	4 932	6,27%
Montpellier	52 301	3 165	6,05%
Nantes	75 946	5 382	7,09%
Nice	21 285	1 155	5,43%
Normandie	55 770	3 678	6,59%
Orléans	30 160	2 112	7,00%
Paris	85 018	5 137	6,04%
Poitiers	32 896	2 068	6,29%
Reims	17 430	1 059	6,08%
Rennes	53 767	5 578	10,37%
Réunion	11 616	730	6,28%
Strasbourg	45 385	2 787	6,14%
Toulouse	63 672	3 735	5,87%
Versailles	75 732	4 578	6,05%
TOTAL	1 117 469	67 210	6,01%

Ayant Droit qui ont activé un compte Izly cette année universitaire (septembre 2023)

Ou ayant utilisé au moins une fois Izly depuis la rentrée.



85,2% d'étudiants



62% de femmes



53,2% de boursiers



16,1% de résidents

A noté : une **baisse de 1 310 répondants**

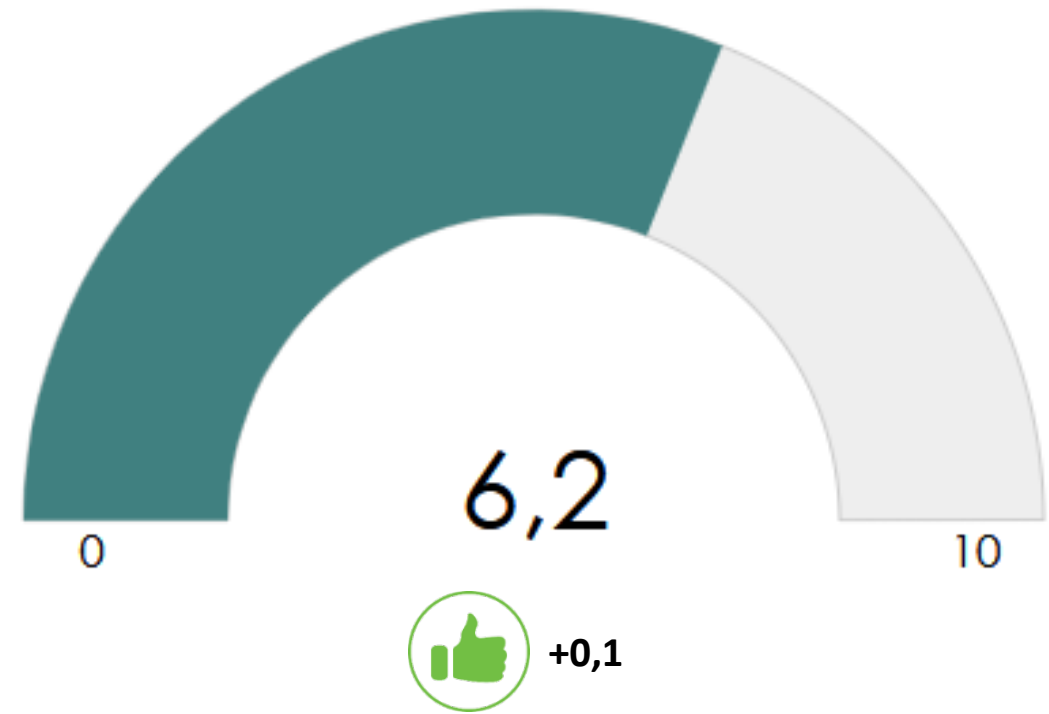
Le taux de réponse est en **baisse de -0,8%**

L'envoi comprend une augmentation de **111 192** destinataires

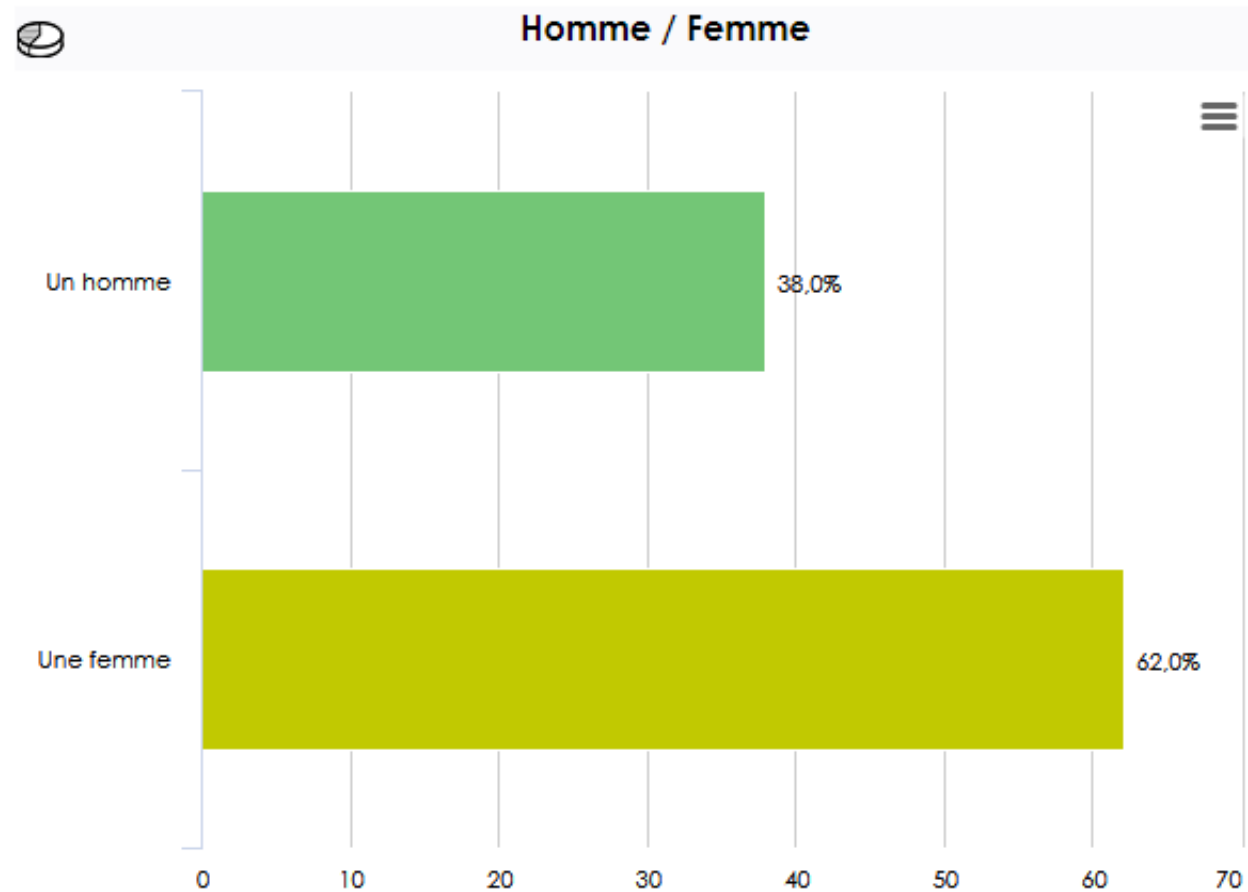
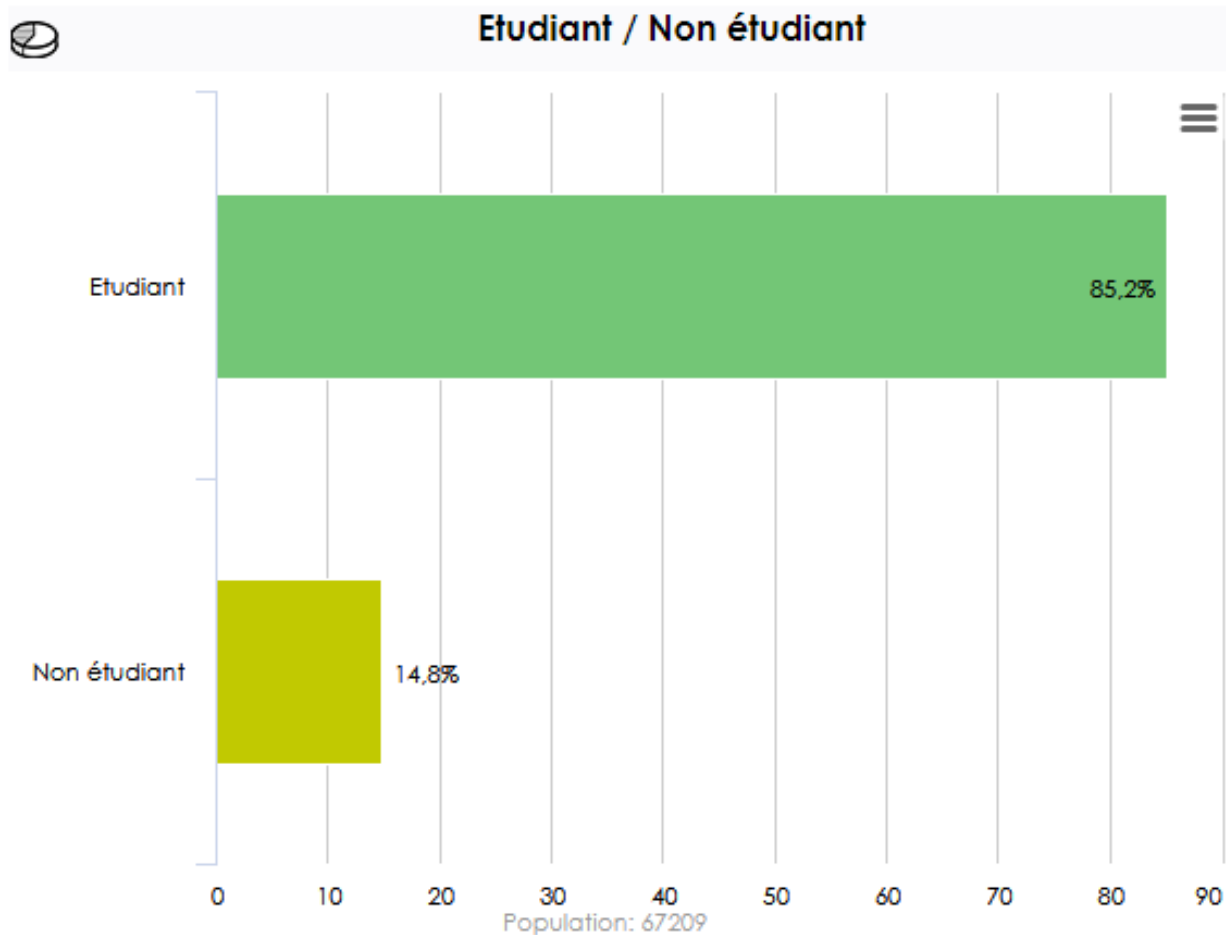
Envoi : du **9 novembre** au **4 Décembre 2023**

Note 2023

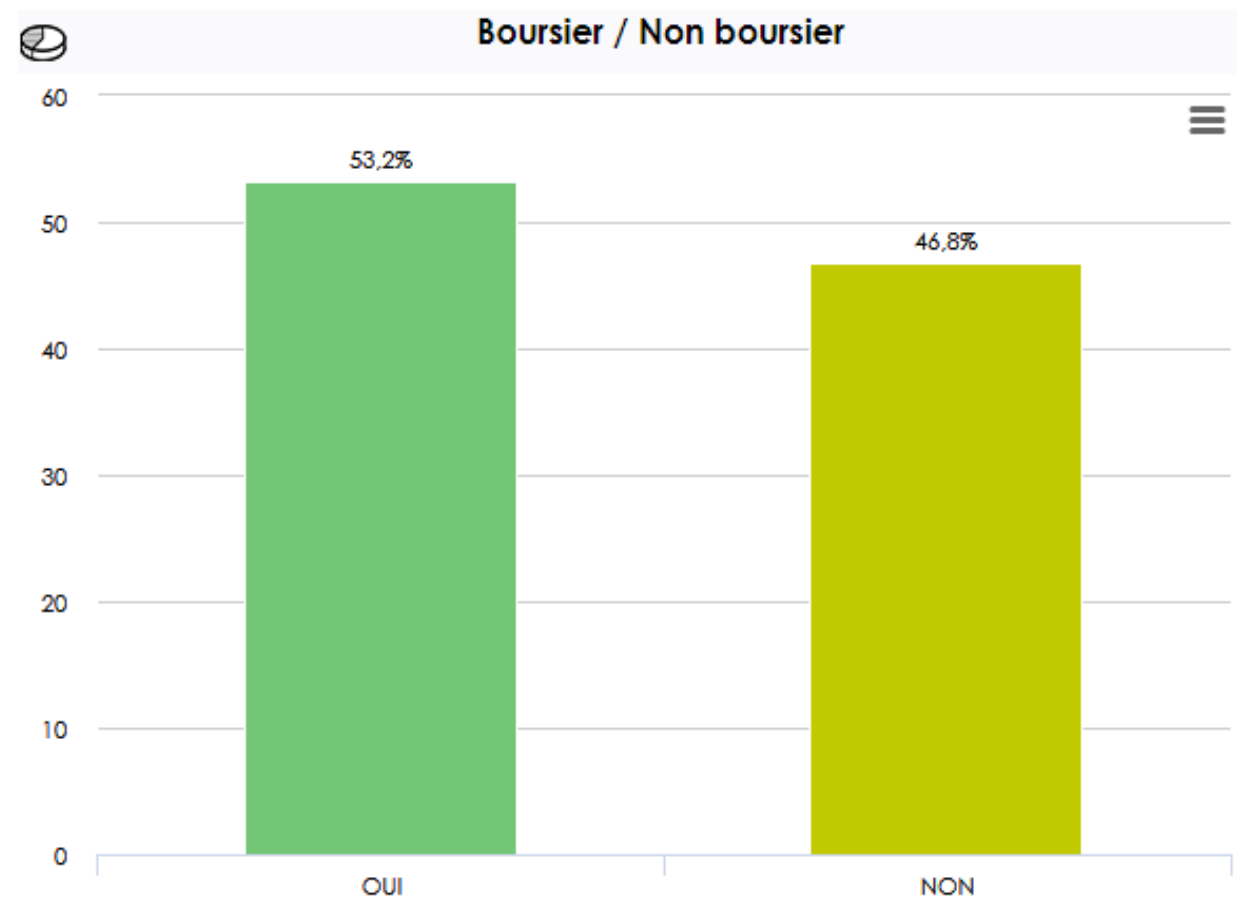
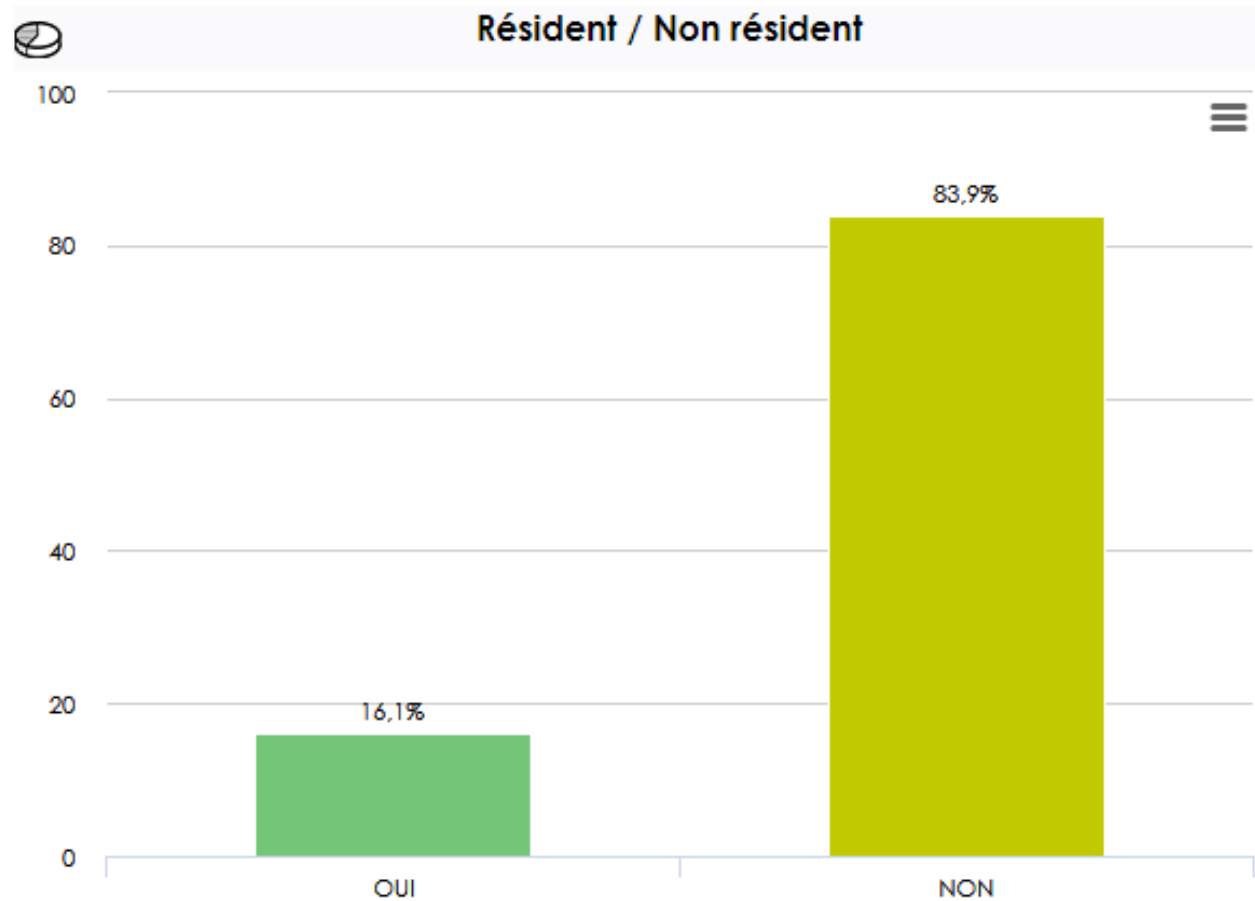
	NOTES 2023
CROUS	
AIX MARSEILLE	6,1
AMIENS	6,5
ANTILLES	5,9
BFC	6,7
BORDEAUX	6,4
CLERMONT-FERRAND	6,1
CORTE	6,9
CRETEIL	6,0
GRENOBLE	5,9
LILLE	6,4
LIMOGES	6,1
LORRAINE	6,5
LYON	6,2
MONTPELLIER	6,6
NANTES	6,4
NICE	5,5
NORMANDIE	6,7
ORLEANS-TOURS	6,0
PARIS	6,0
POITIERS	6,5
REIMS	6,1
RENNES	5,6
REUNION	6,2
STRASBOURG	6,4
TOULOUSE	6,5
VERSAILLES	5,7
Moyenne	6,2



Profil des répondants

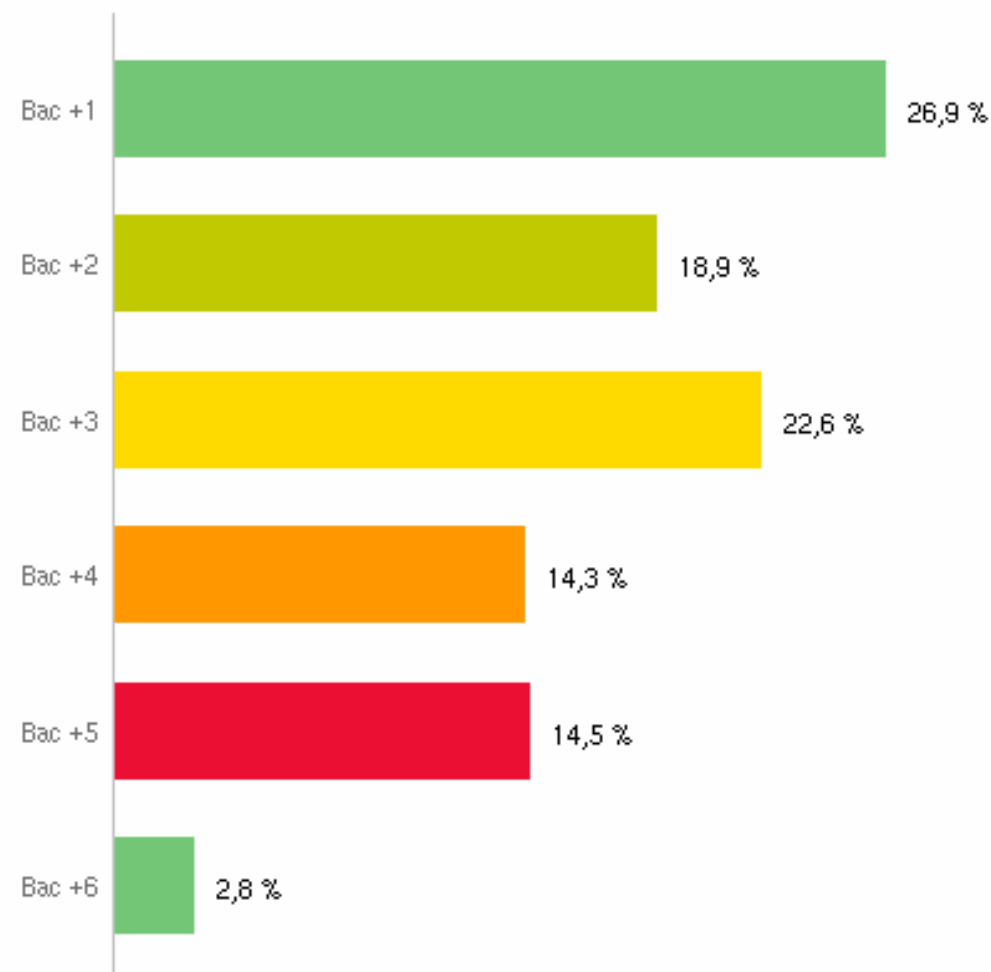


Profil des répondants

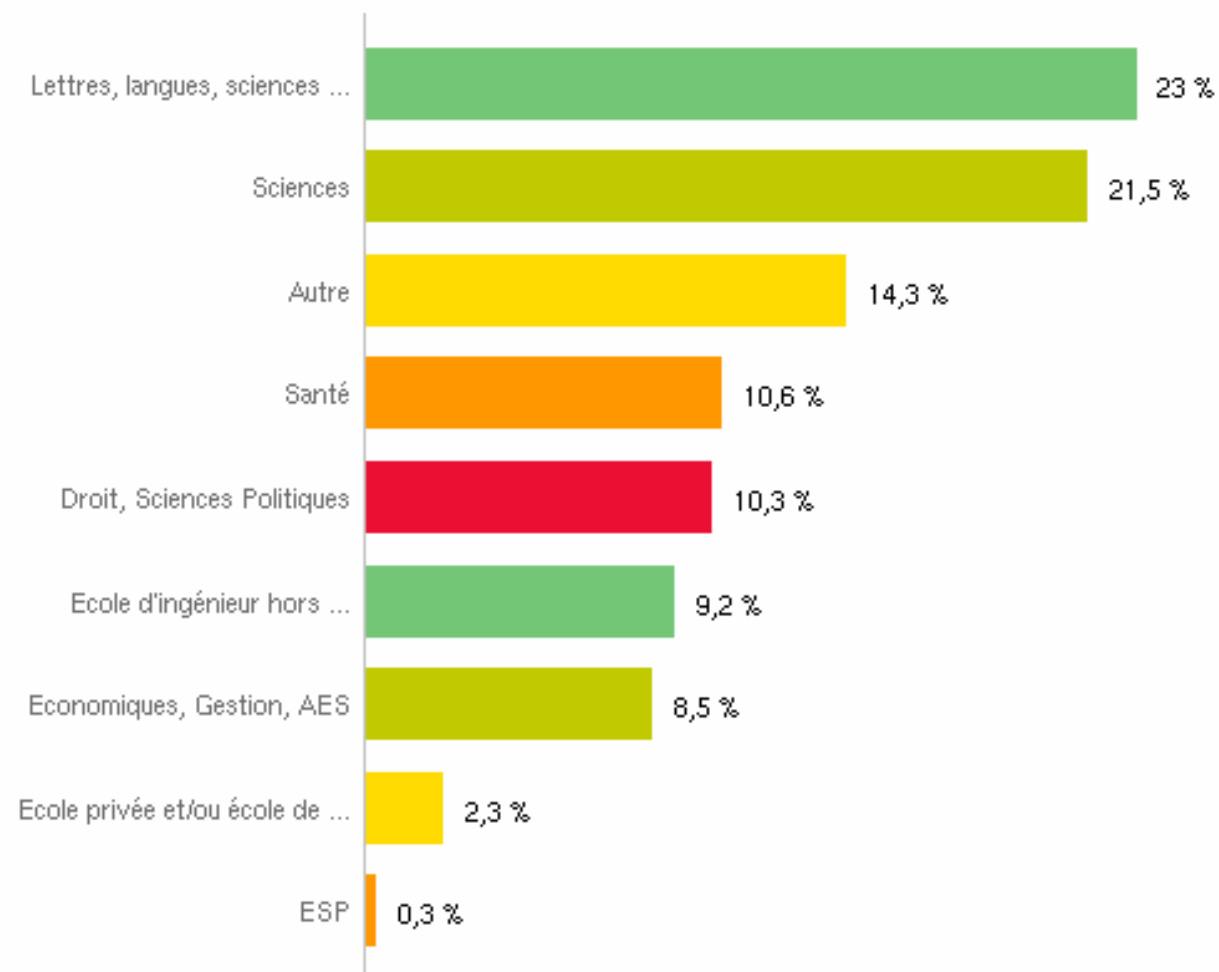


Profil des répondants

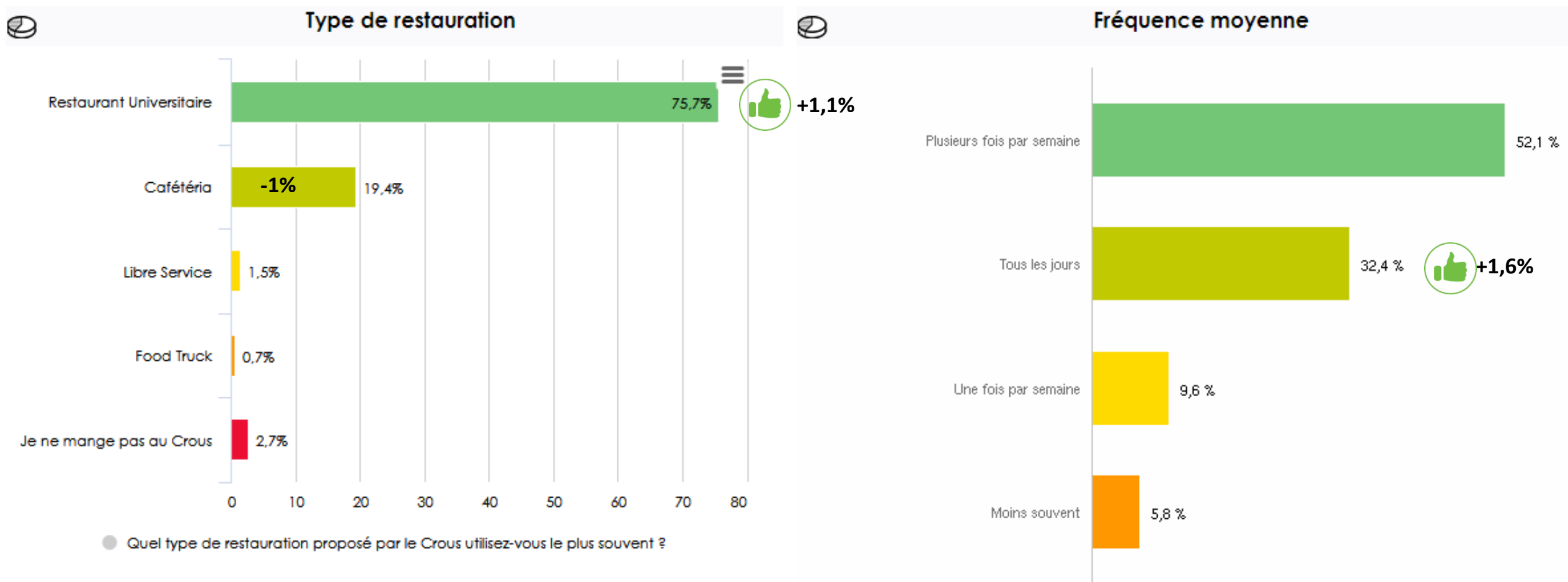
Cursus



Filière



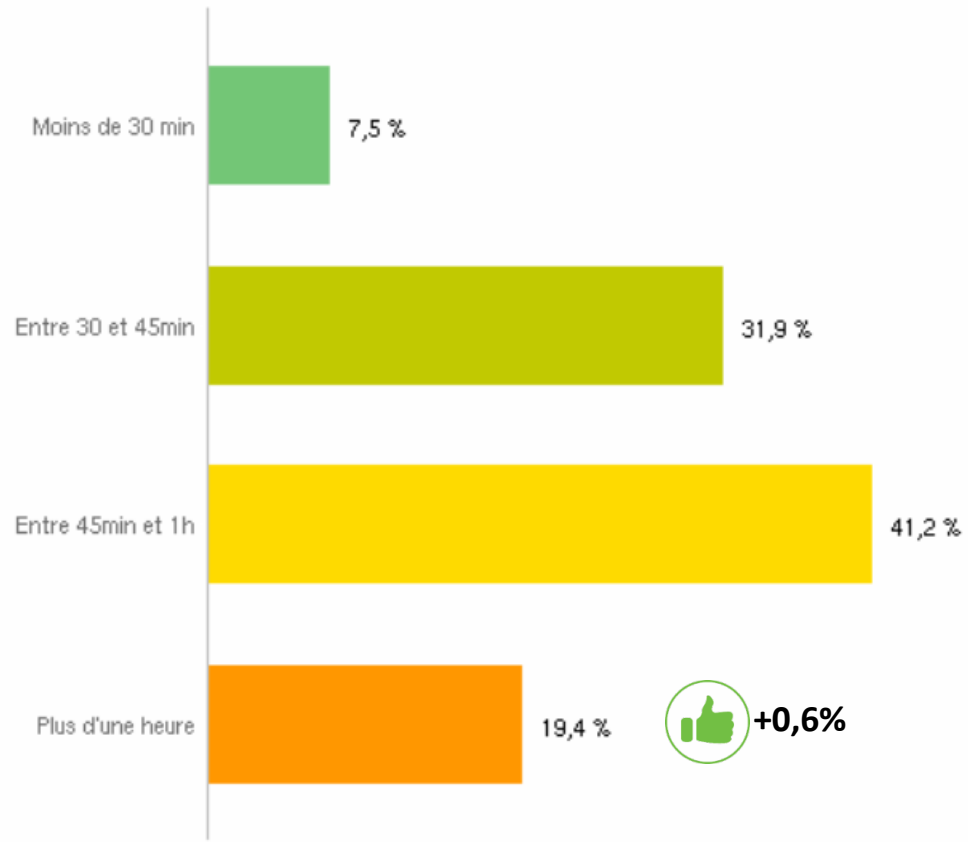
Type de restauration & fréquentation



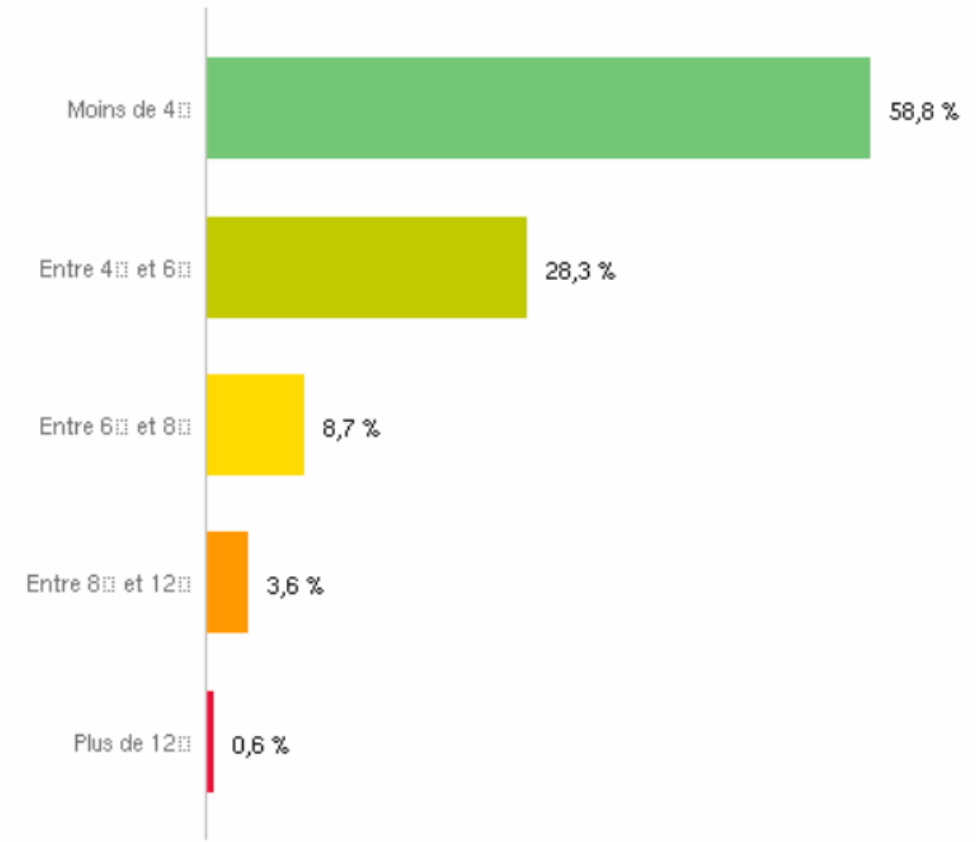
Pause méridienne



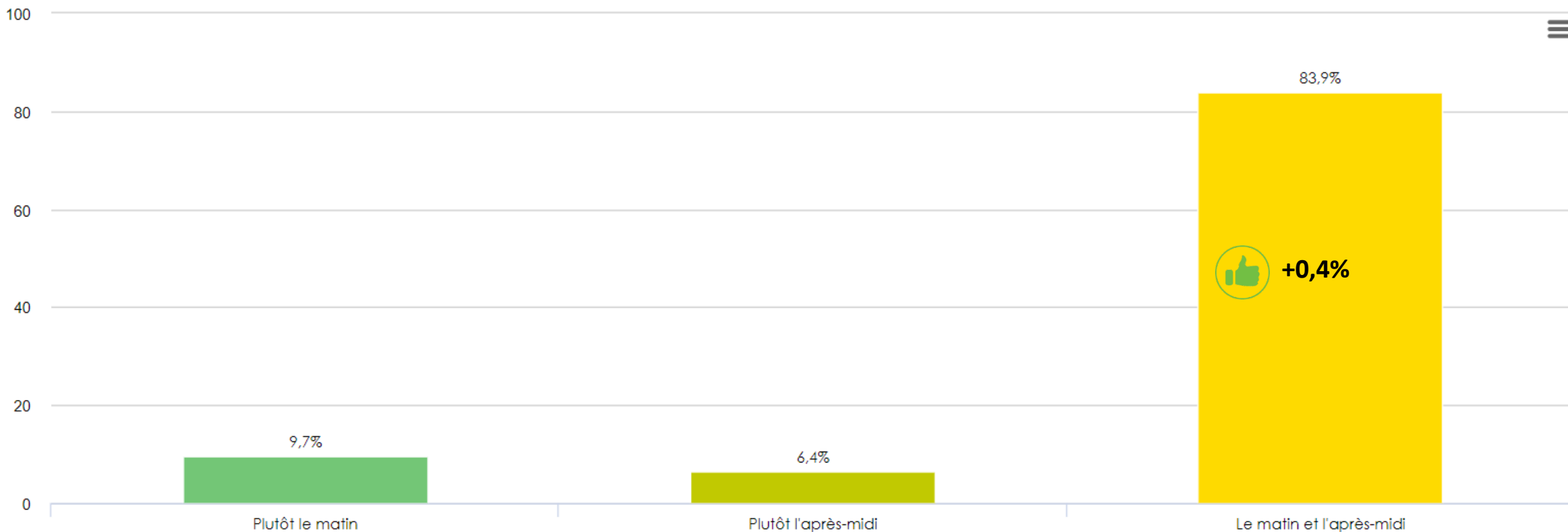
Durée de la pause méridienne



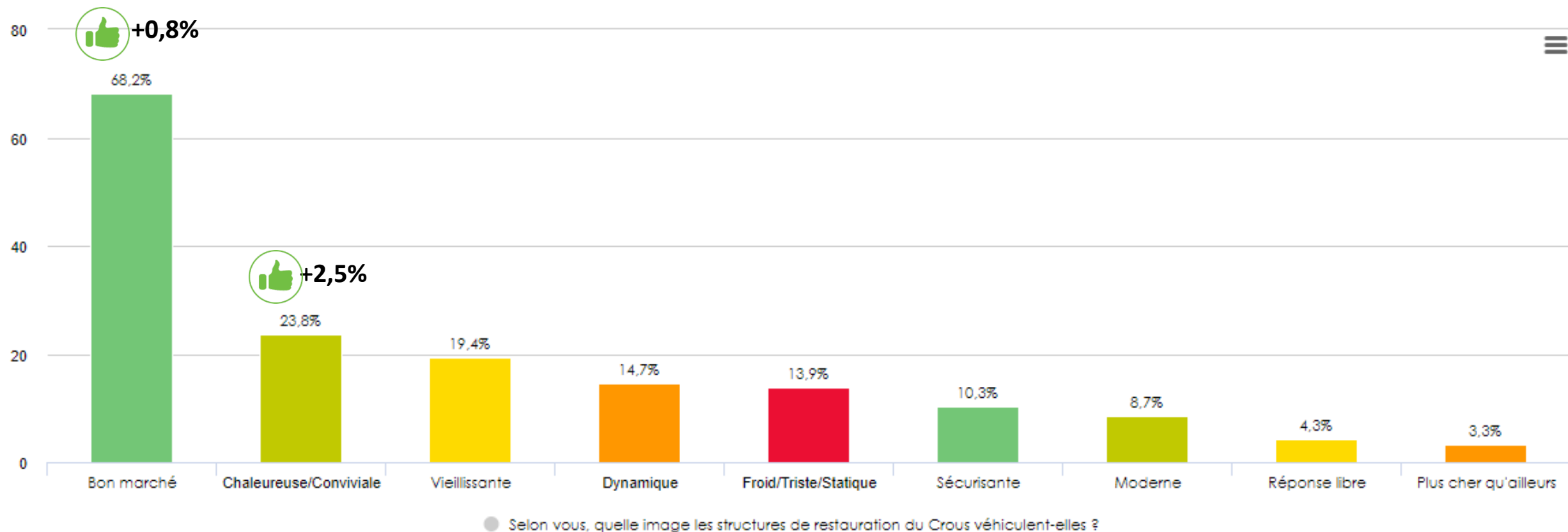
Budget moyen



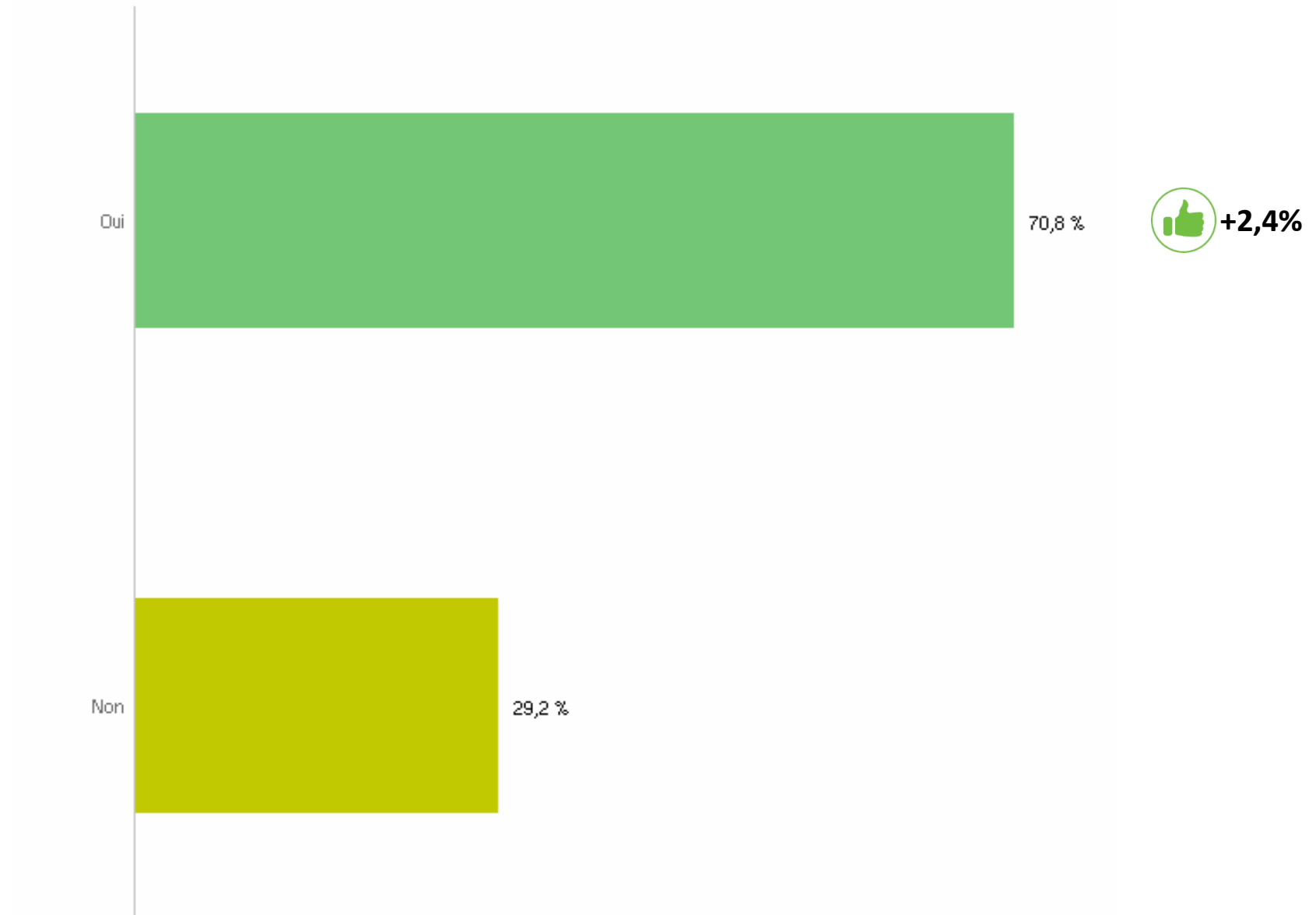
En général, vous avez cours ?



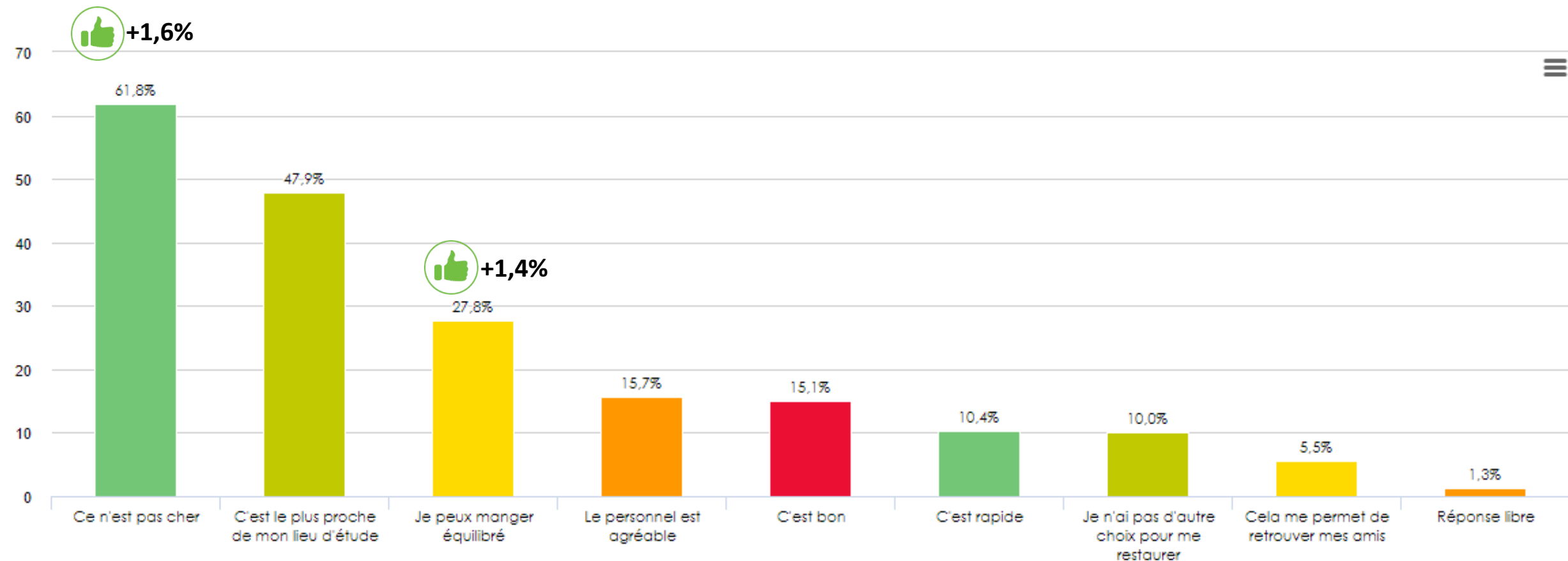
Quelle image les structures de restauration véhiculent-elles ?



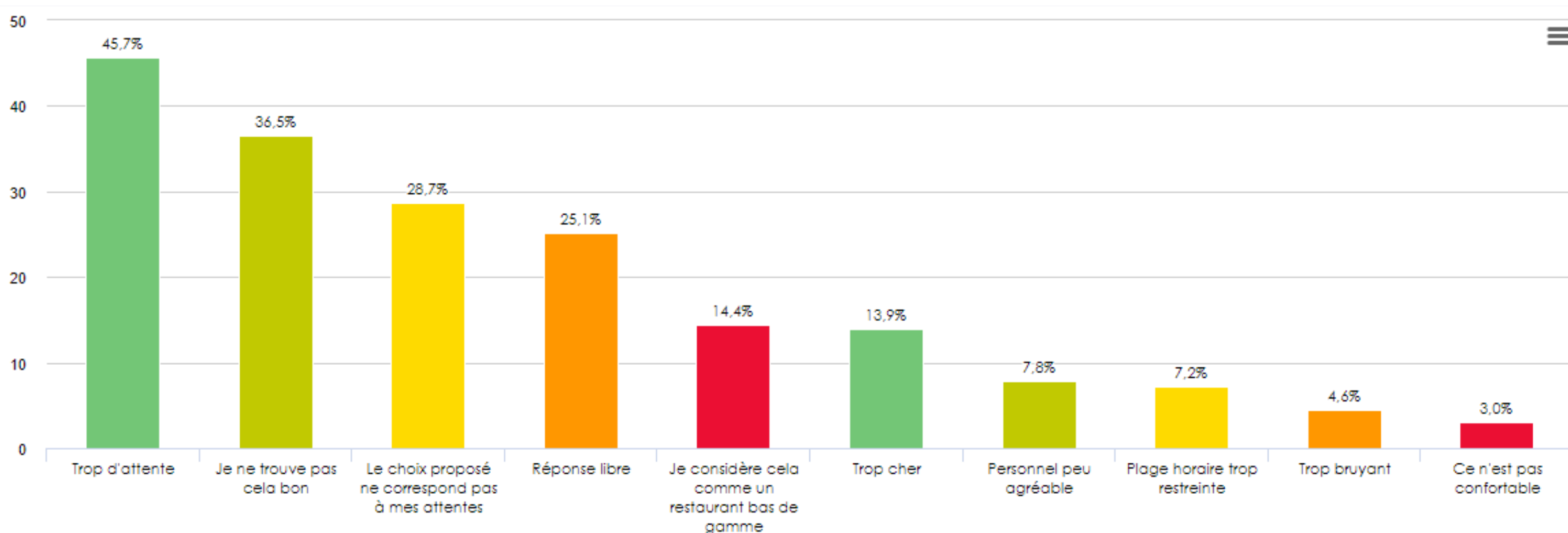
Recommanderiez vous nos restaurants ?



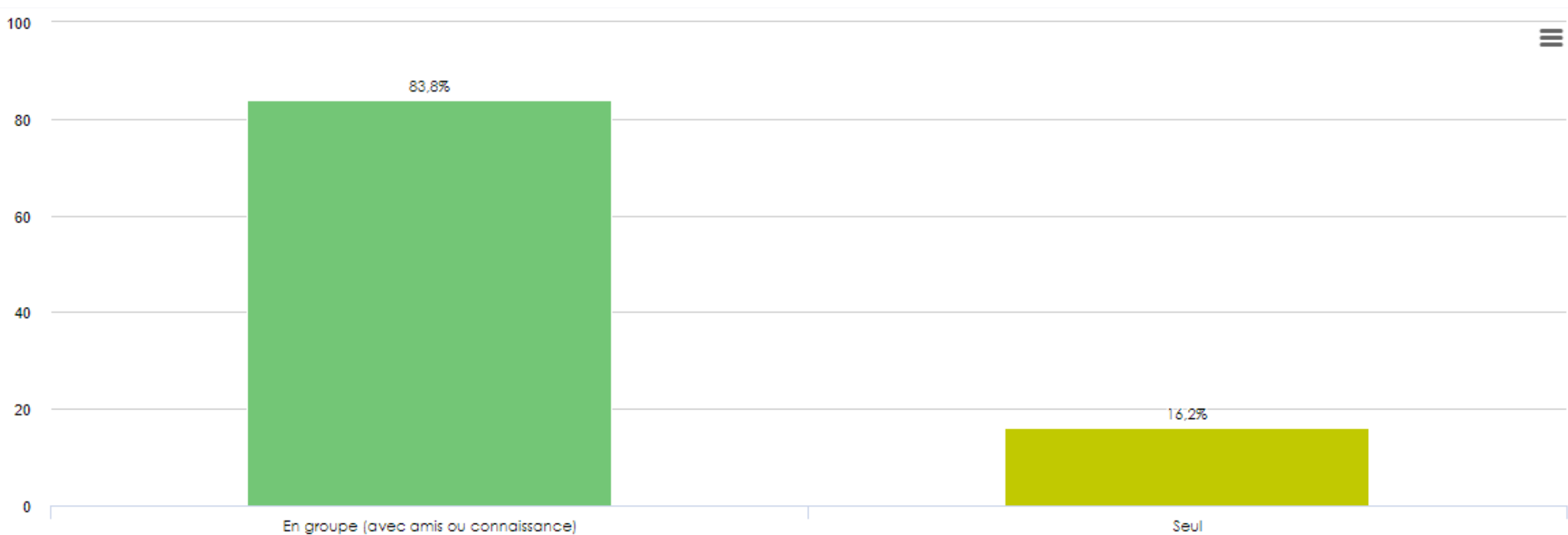
Oui : Pour quelles raisons ?



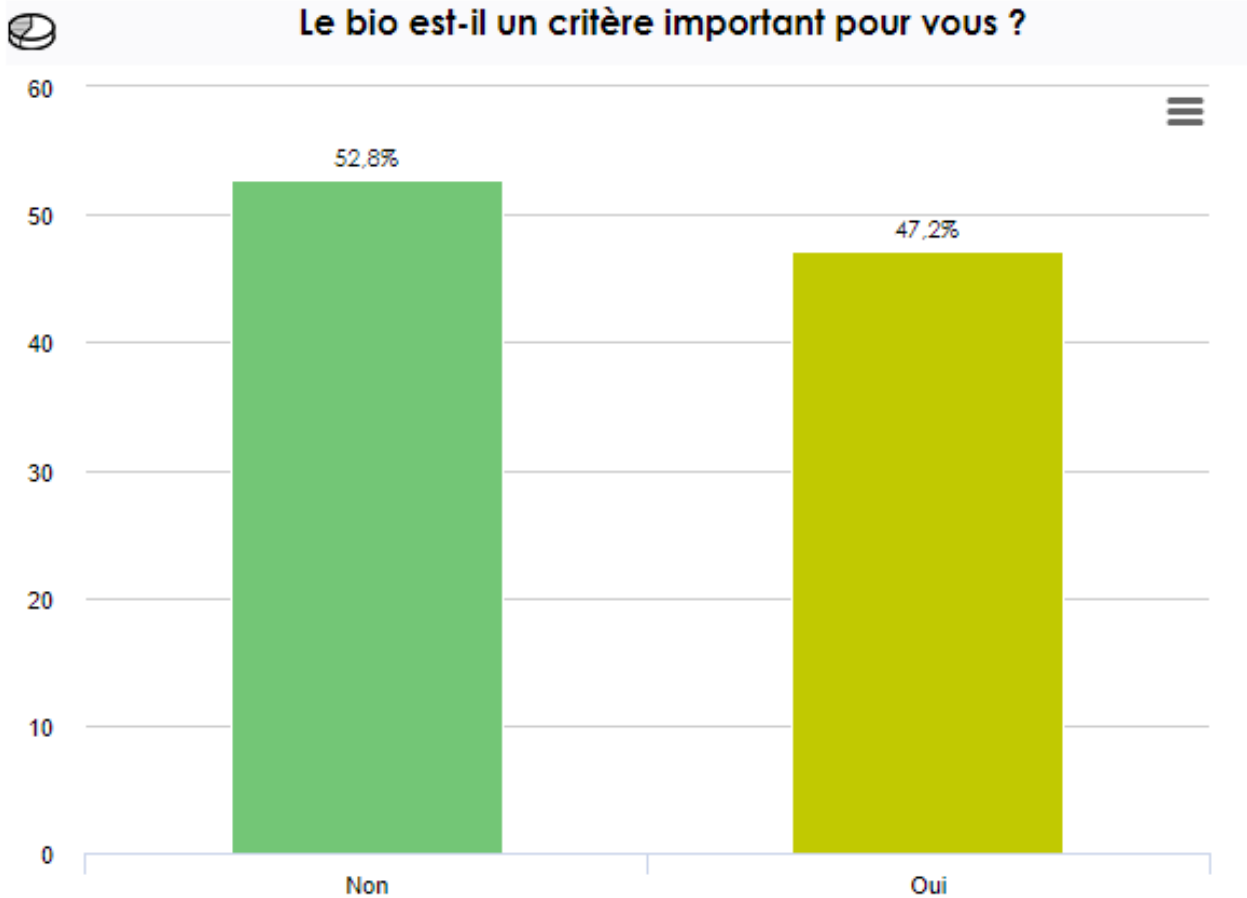
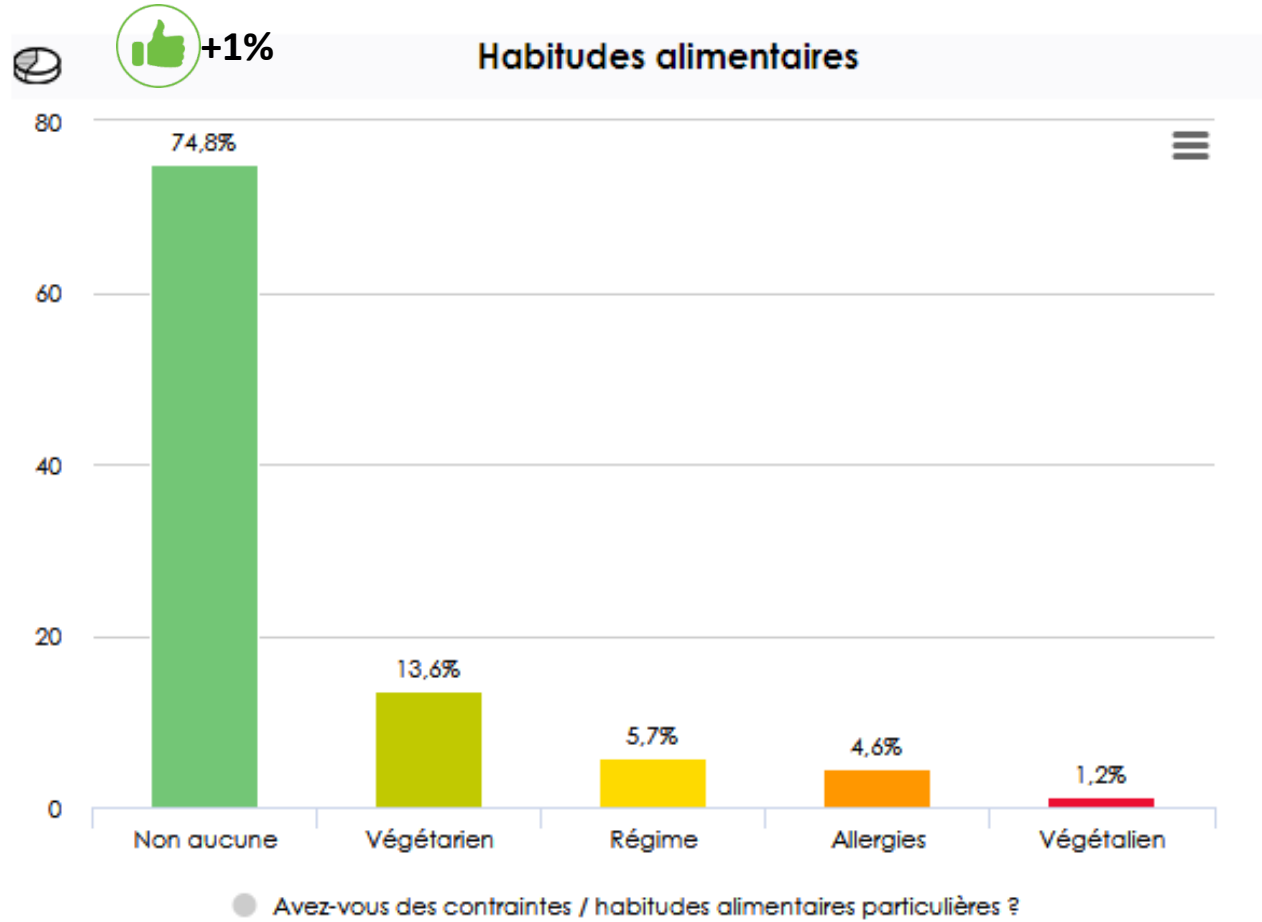
Non : Pour quelles raisons ?



Mangez-vous seul ou accompagné ?



Contraintes alimentaires

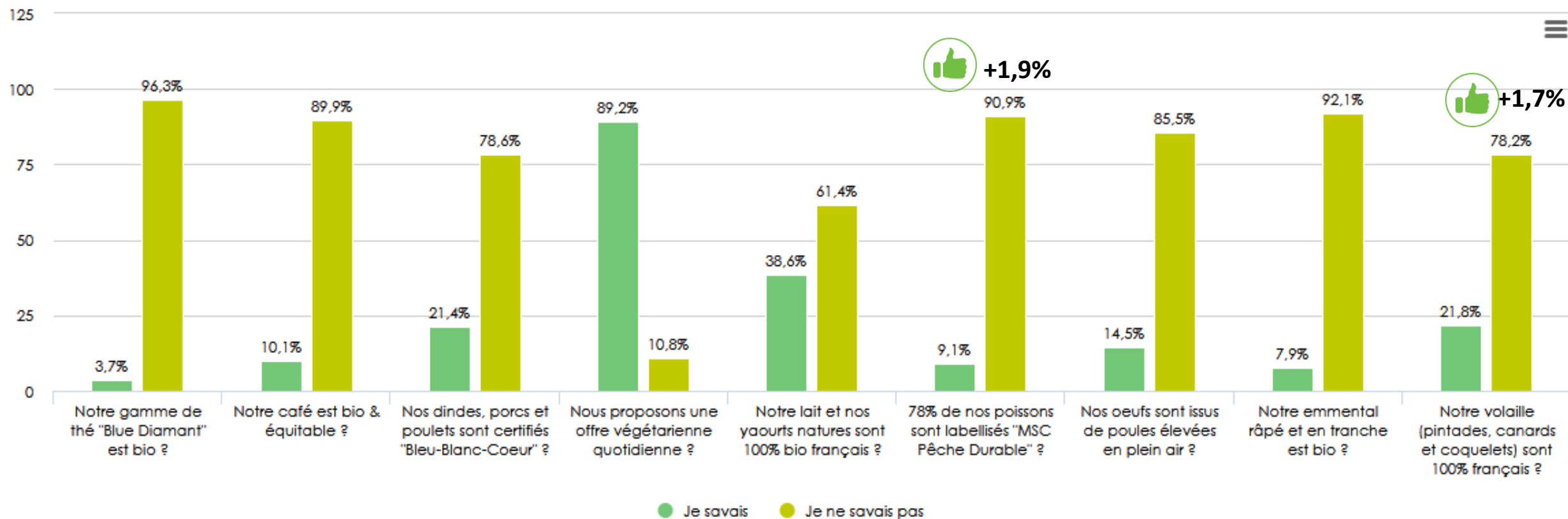


La satisfaction

	Très satisfait	Satisfait	Evolution vs 2022	Peu satisfait	Pas satisfait
L'accueil	35,9%	51,9 %	-0,9	9,6 %	2,5 %
L'amabilité / courtoisie	44,3 %	43 %	-1,7	9,9 %	2,7 %
La bienveillance	42,3 %	45,4 %	-0,8	9,9 %	2,4 %
Professionnalisme	43,5 %	47,1 %	+2,6	7,5 %	2 %
Des horaires	24,9 %	51,4 %	+1,7	18,7 %	4,9 %
Du temps d'attente	6,6 %	32,8 %	-2,7	32,2 %	28,4 %
De l'affichage / signalétique	15,1 %	47,8 %	+1,5	26,5 %	10,5 %
De la présentation des produits	23,8 %	58,4 %	+1,5	13,6 %	4,2 %
Des formules	16,3 %	47,6 %	+3,8	24,2 %	11,9 %
Du choix	15,9 %	39,8 %	+3,3	28,3 %	16,1 %
De la qualité des produits	14,5 %	51,9 %	+3,9	22,7 %	10,9 %
Des prix	44,6 %	36,9 %	+2,3	12 %	6,5 %
Du confort immobilier	21,2 %	60,5 %	-1,1	15,2 %	3,1 %
De la propreté	34,7 %	57 %	-0,6	6,8 %	1,5 %
De l'ambiance	24,3 %	61,4 %	-0,7	12,2 %	2,1 %
De la décoration	17,2 %	57,5 %	=	20,4 %	4,8 %

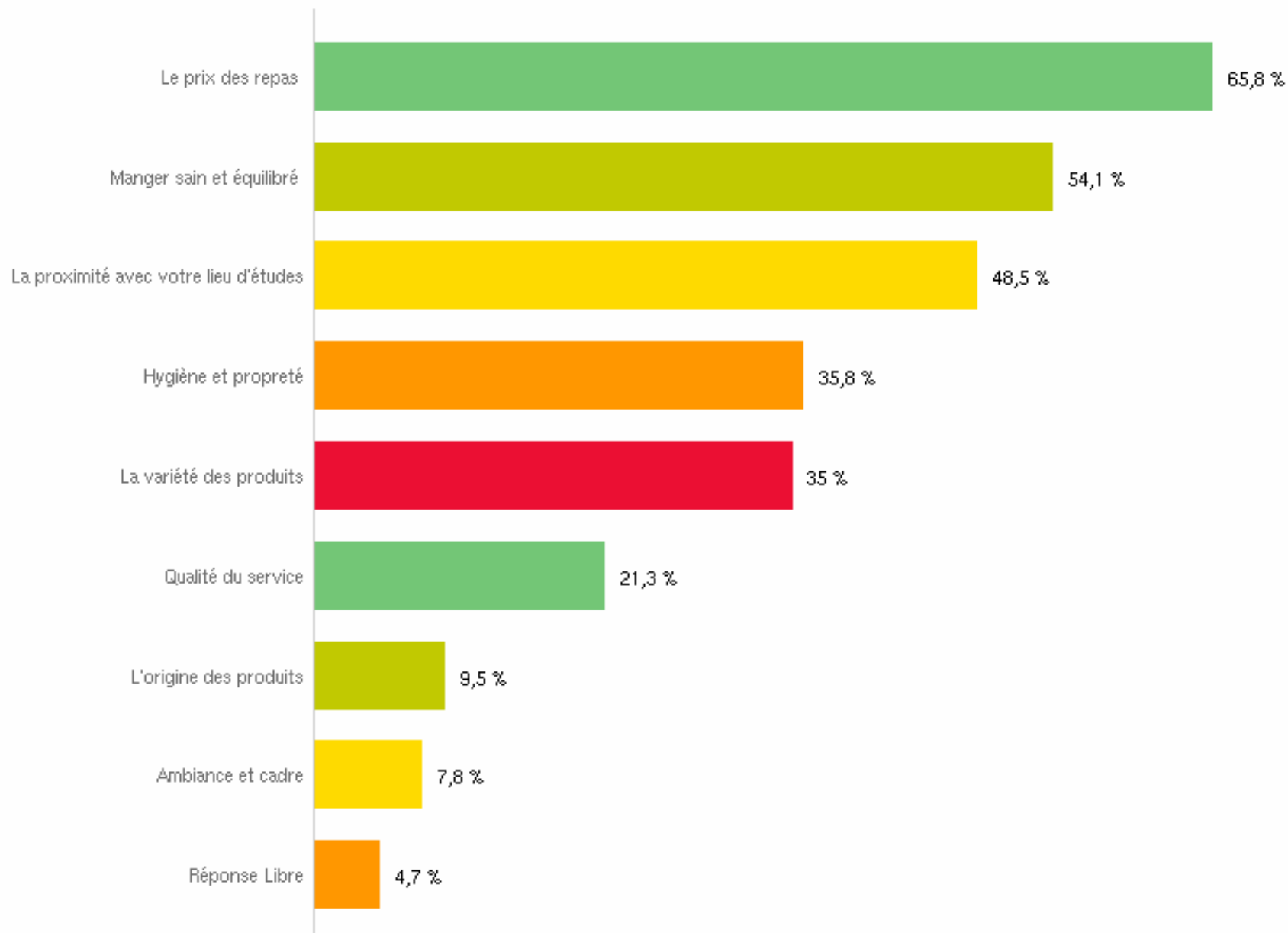
**LES VARIATIONS PAR RAPPORT À 2022 SONT CALCULEES SUR LA SATISFACTION GLOBAL
(SATISFAIT + TRÈS SATISFAIT)**

Le saviez-vous ?

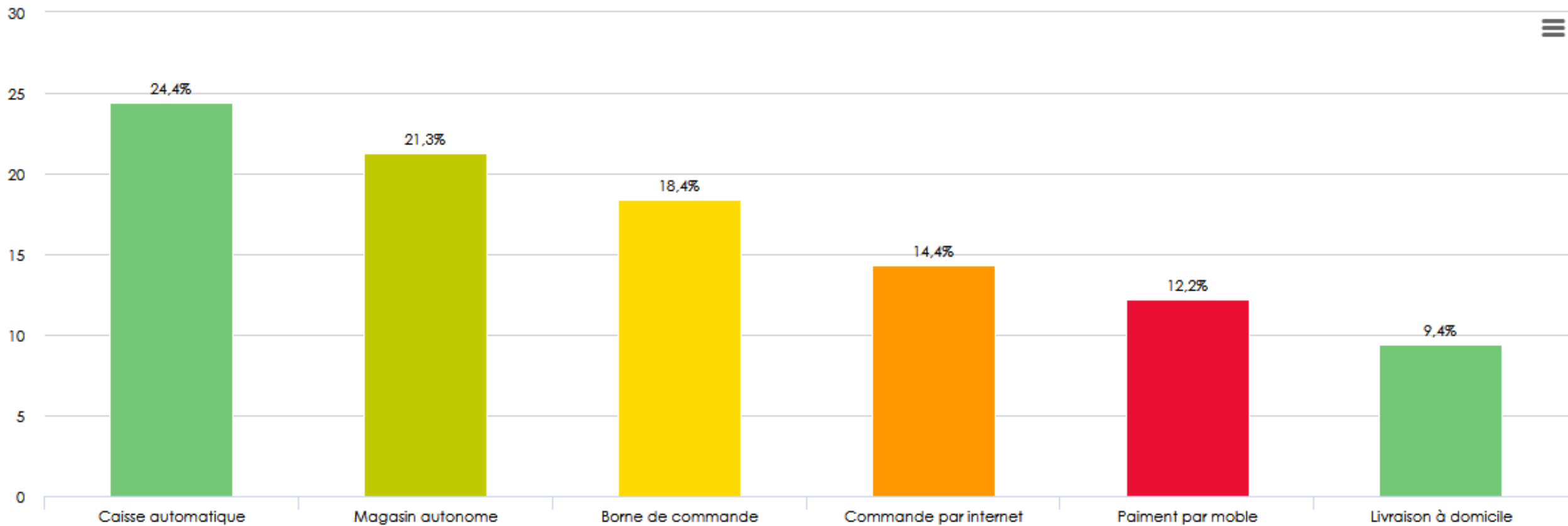


Pas de comparaison avec 2022 pour certains items, car nouvelles questions.

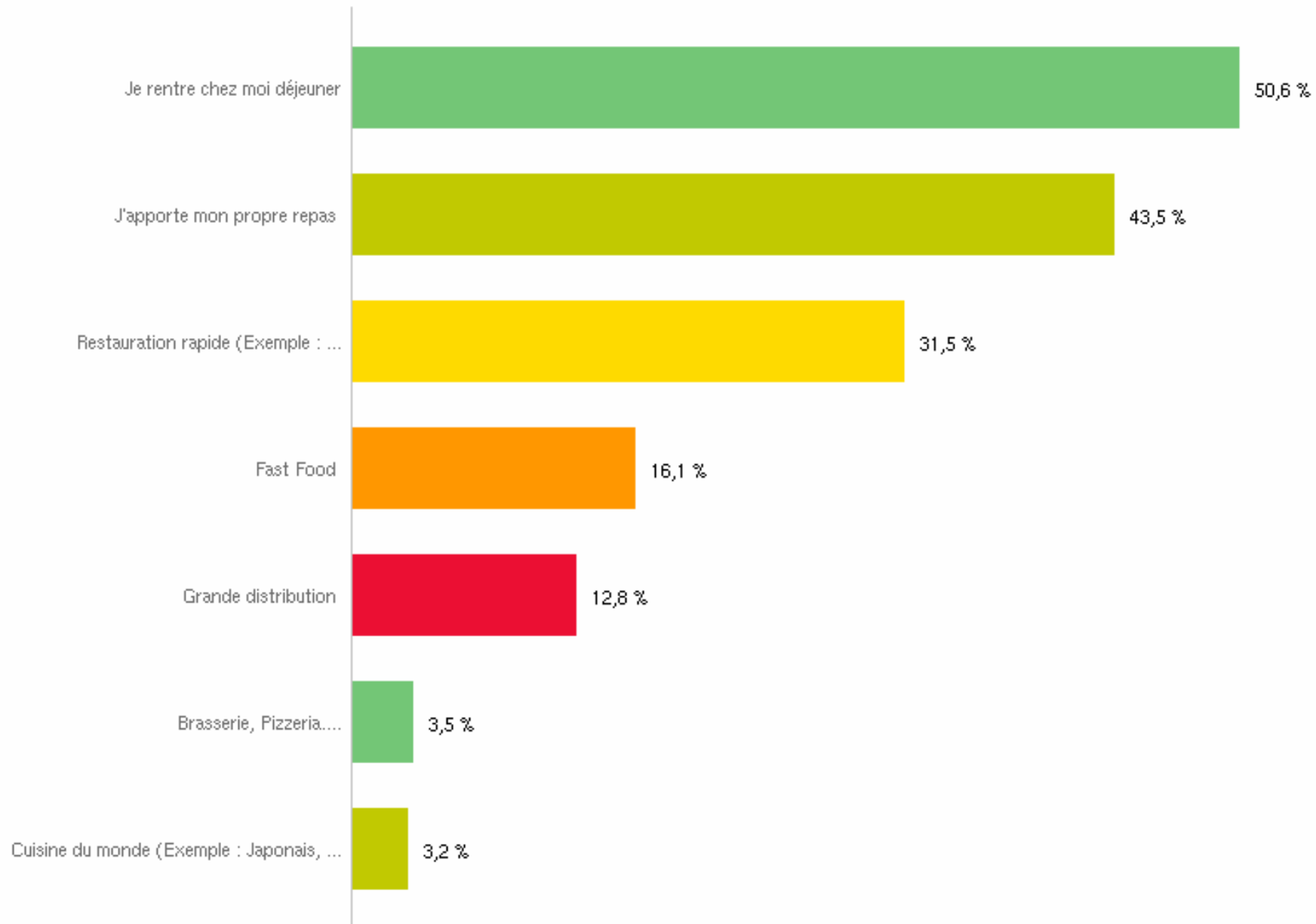
Critères importants



Innovations attendues

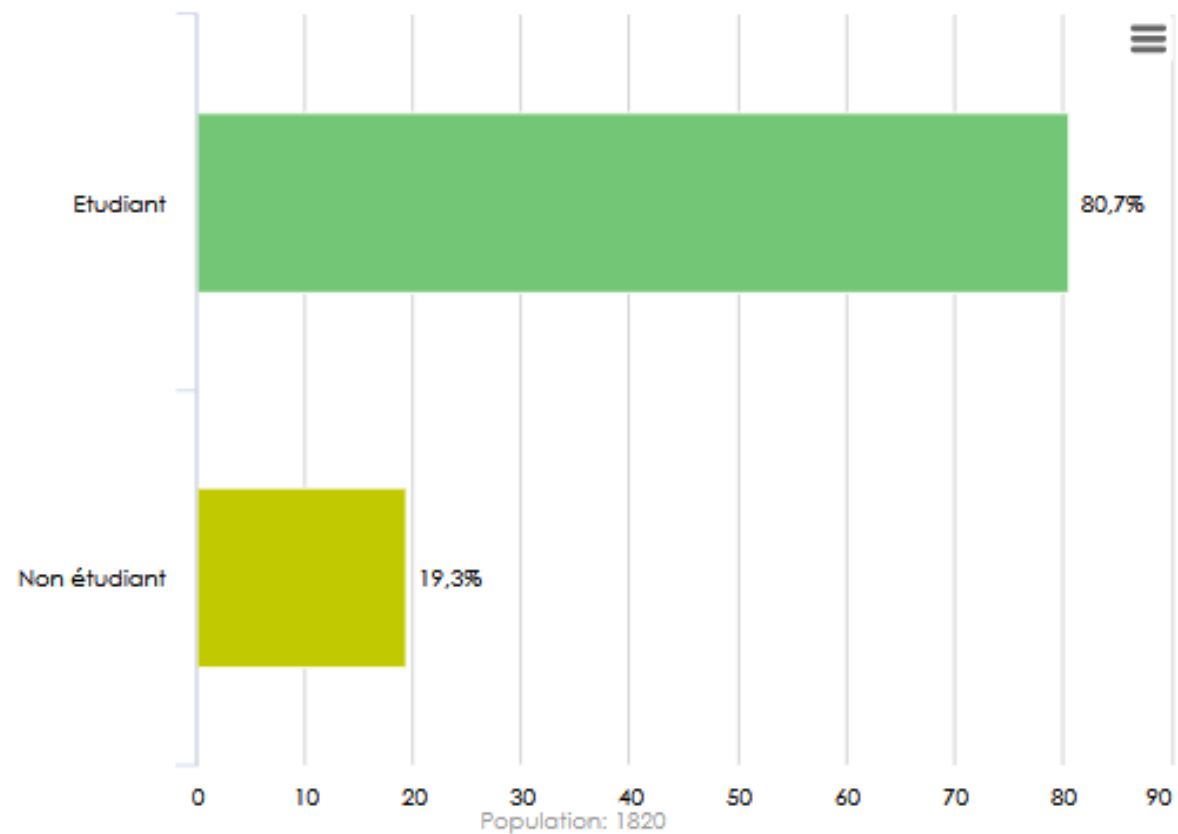


Où manger vous en dehors du Crous ?

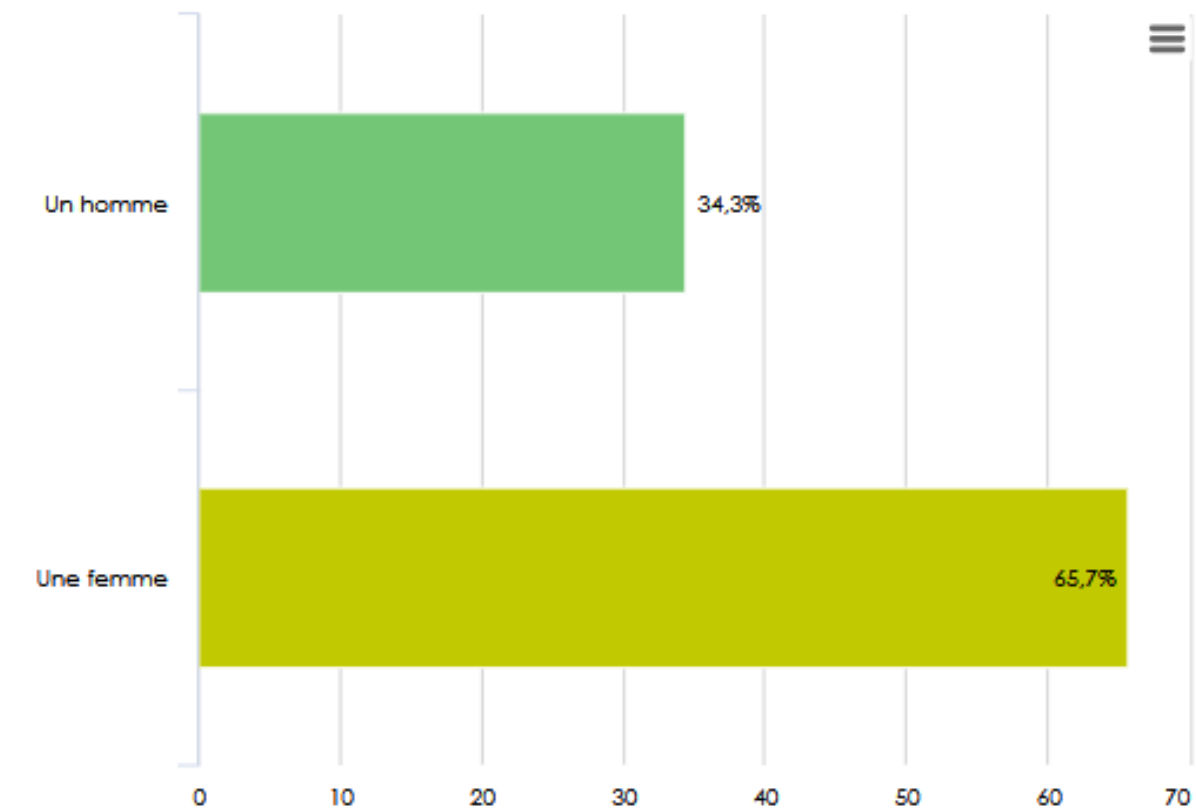


Profil des non-clients

Etudiant / Non étudiant

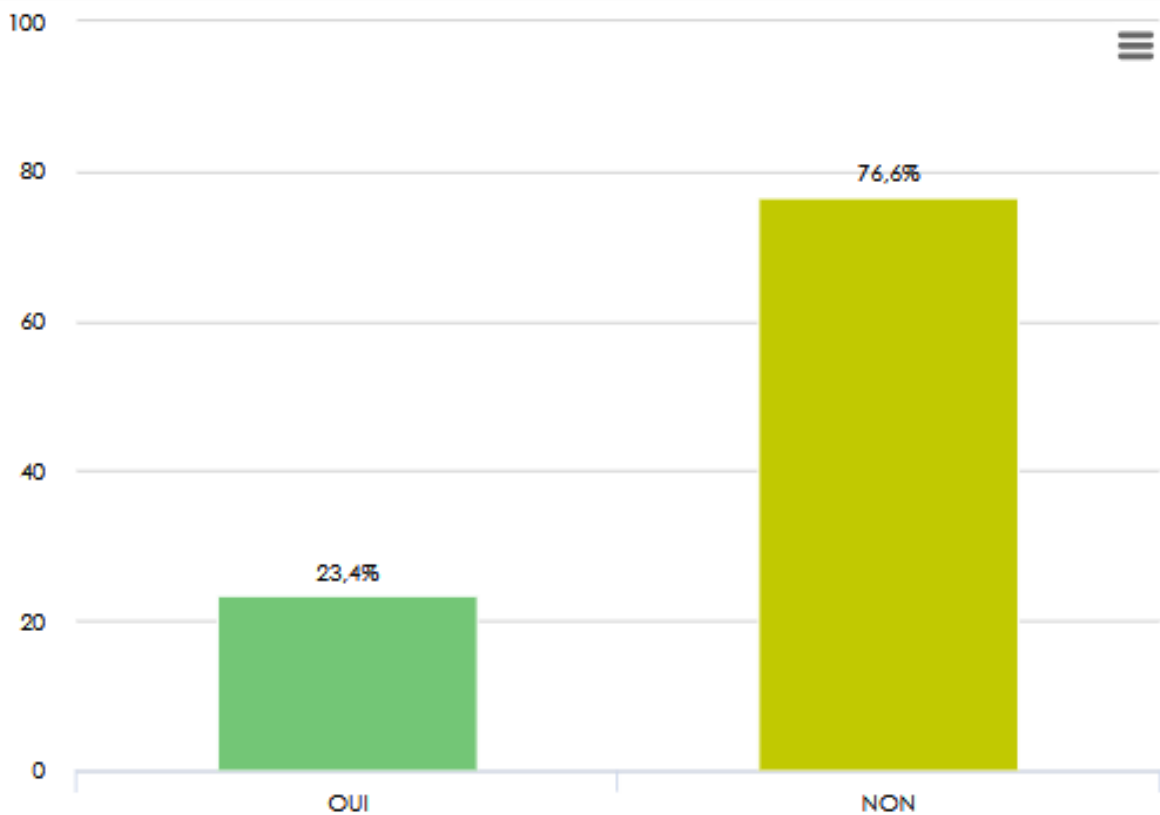


Homme / Femme

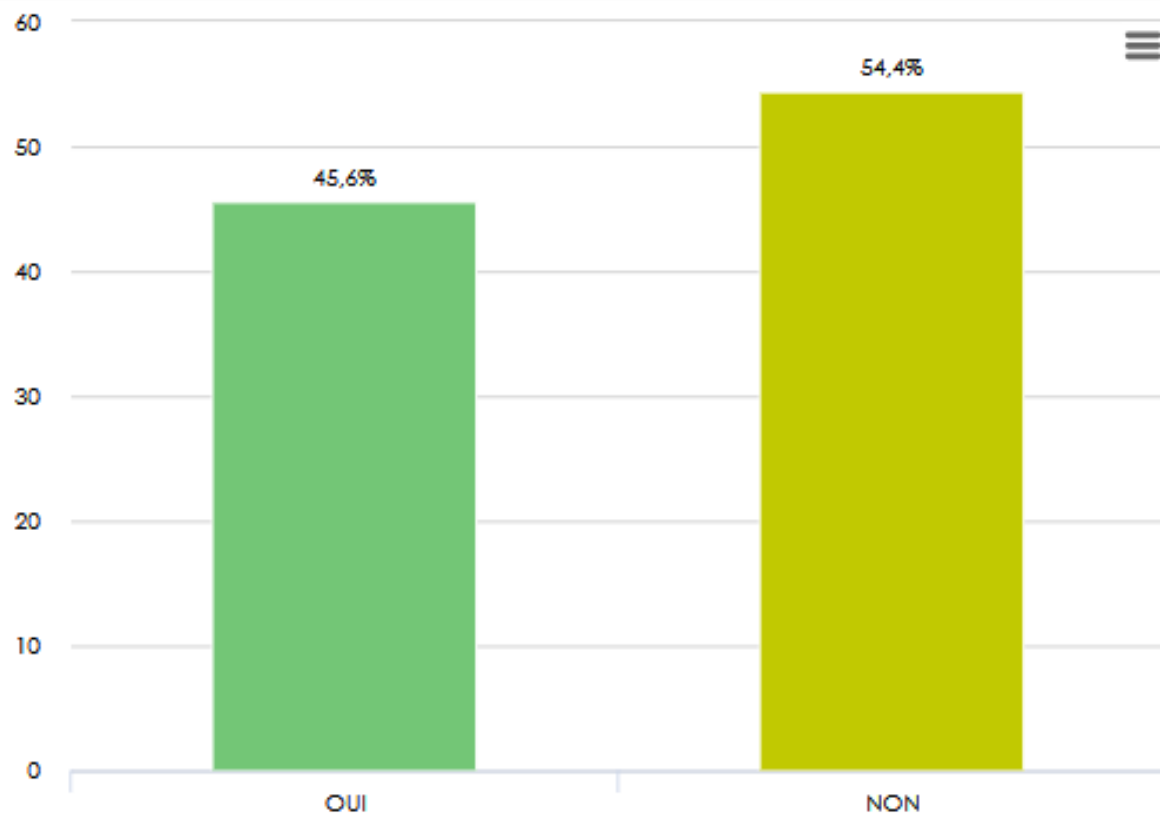


Profil des non-clients

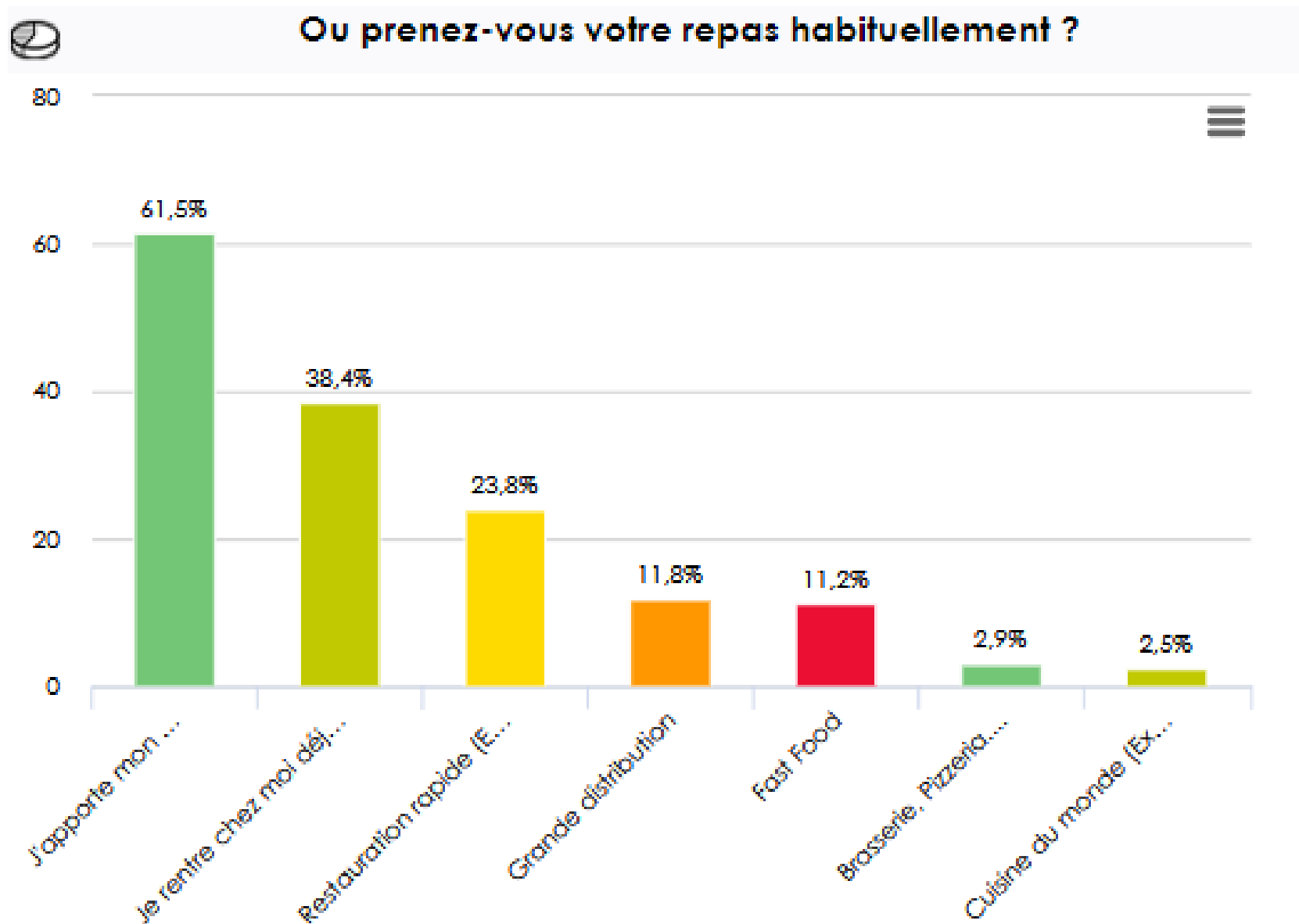
Résident / Non résident



Boursier / Non boursier



Profil des non-clients



Profil des non-clients



Raisons non fréquentation

