

Panel online Conso CHD - L'Hôtellerie Restauration Etat du Marché -> La consommation de cigarettes en CHR en 2008



Rapport Online CHD Expert



Méthodologie

Contexte de l'étude et de l'état du marché produit

Les résultats de cette enquête sont basés sur un relevé d'informations online sur une population de CHR membres de la communauté online Conso CHD / L'Hôtellerie Restauration.

La collecte d'information a été réalisée entre le 16 et le 25 Décembre. Un échantillon de 518 établissements a été redressé par rapport à la représentativité du marché par activité selon les données disponibles sur notre enquête nationale FACTS CHR 2007. Les données présentées sont une illustration des informations principales disponibles sur la base des questions indiquées ci-dessous.

Compte tenu de la taille de l'échantillon et du mode de collecte, les informations sont communiquées sous la forme de tendances, les extrapolations n'étant communiquées que dans un but de quantification numérique des réponses. Ces extrapolations sont limitées par la représentativité statistique de l'échantillon et de son mode de collecte. Ces données sont offertes à titre gracieux à l'attention des clients, contacts de CHD Expert France, elles ne sont donc pas cessibles, et la propriété des résultats restent exclusivement celle du département études de CHD Expert France : Conso CHD.

En aucune façon ces données ne peuvent être cédées ou communiquées à des tiers. En espérant que cette information exclusive pourra vous apporter des éclaircissements supplémentaires !

L'équipe de CHD Expert vous souhaite ses meilleurs vœux pour l'année 2008 !

Questionnaire Loi Anti-Tabac 1er Janvier 2008

Rappel du questionnaire administré

Q1. Avant de commencer, merci de noter de 1 à 10, votre niveau de confiance concernant les perspectives de développement de votre activité en 2008 (1 pour pas du tout confiant / 10 pour extrêmement confiant).

Q2. Etes-vous informé de la nouvelle réglementation Anti-Tabac qui débute en Janvier 2008 ?

Oui
Non

Q3. Avant cette loi, votre établissement était :

Entièrement non fumeur
Fumeur sans espace dédié
Fumeur avec un espace spécifique fumeur
Entièrement non fumeur à l'intérieur avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse)

Q4. A partir du 1er Janvier 2008, votre établissement sera :

Entièrement non fumeur
Non fumeur avec un espace fumeur aménagé selon la réglementation en vigueur
Non fumeur avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse non chauffée)
Non fumeur avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse chauffée)
Autre. Précisez svp :

Rappel du questionnaire administré

Q5. Pensez-vous que le niveau de fréquentation de votre établissement va baisser ?

- Certainement
- Probablement
- Probablement pas
- Certainement pas
- Je ne sais pas

Q6. Cette baisse portera sur :

- La consommation de boissons uniquement
- La restauration uniquement
- La consommation de boissons et la restauration

Q7. Quelles tranches de services seront les plus affectées par cette baisse ?

- Moins de 10h (Petit déjeuner,...)
- Entre 10h et 12h (Apéritif du matin)
- Entre 12h et 14h (Déjeuner)
- Entre 14h et 18h (Service complémentaire de l'après-midi)
- Entre 18h et 20h (Apéritif)
- Entre 20h et 23h (Dîner)
- Après 23h (Activité nocturne)

Rappel du questionnaire administré

Q8. Etes-vous revendeur de cigarettes ?

Oui
Non

Q9. Allez-vous continuer à vendre des cigarettes au sein de votre établissement ?

Oui
Non

Q10. Pensez-vous que cette loi va générer de réels changements au sein de votre activité ?

Oui, positivement
Oui, négativement
Non, je ne m'attends pas à de vraies mutations

Q11. D'après vous, quels sont les points positifs de l'application de la loi anti-tabac ?

Q12. D'après vous, quels sont les points négatifs de l'application de la loi anti-tabac ?

Rappel du questionnaire administré

Q13. Comment comptez-vous compenser les effets de cette nouvelle réglementation ?

Baisse de prix

Offres spéciales (happy hours prolongés, menu diversifié,...)

Carte de boissons et plats plus étoffée

Meilleure qualité de service

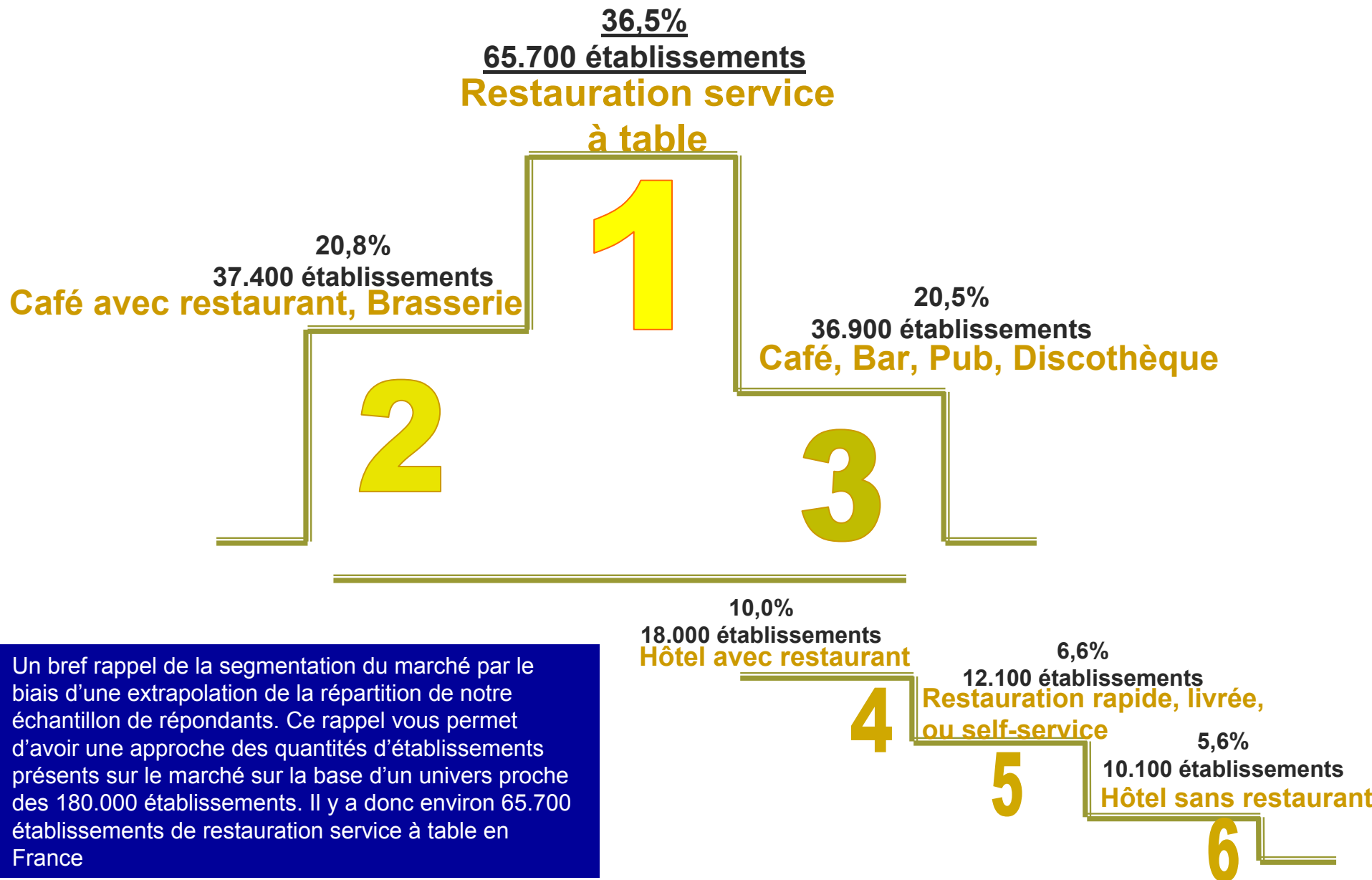
Divertissement (concert, spectacle, soirée à thème...)

Offre de produits pour arrêter de fumer au sein de votre établissement

Autre. Précisez svp :

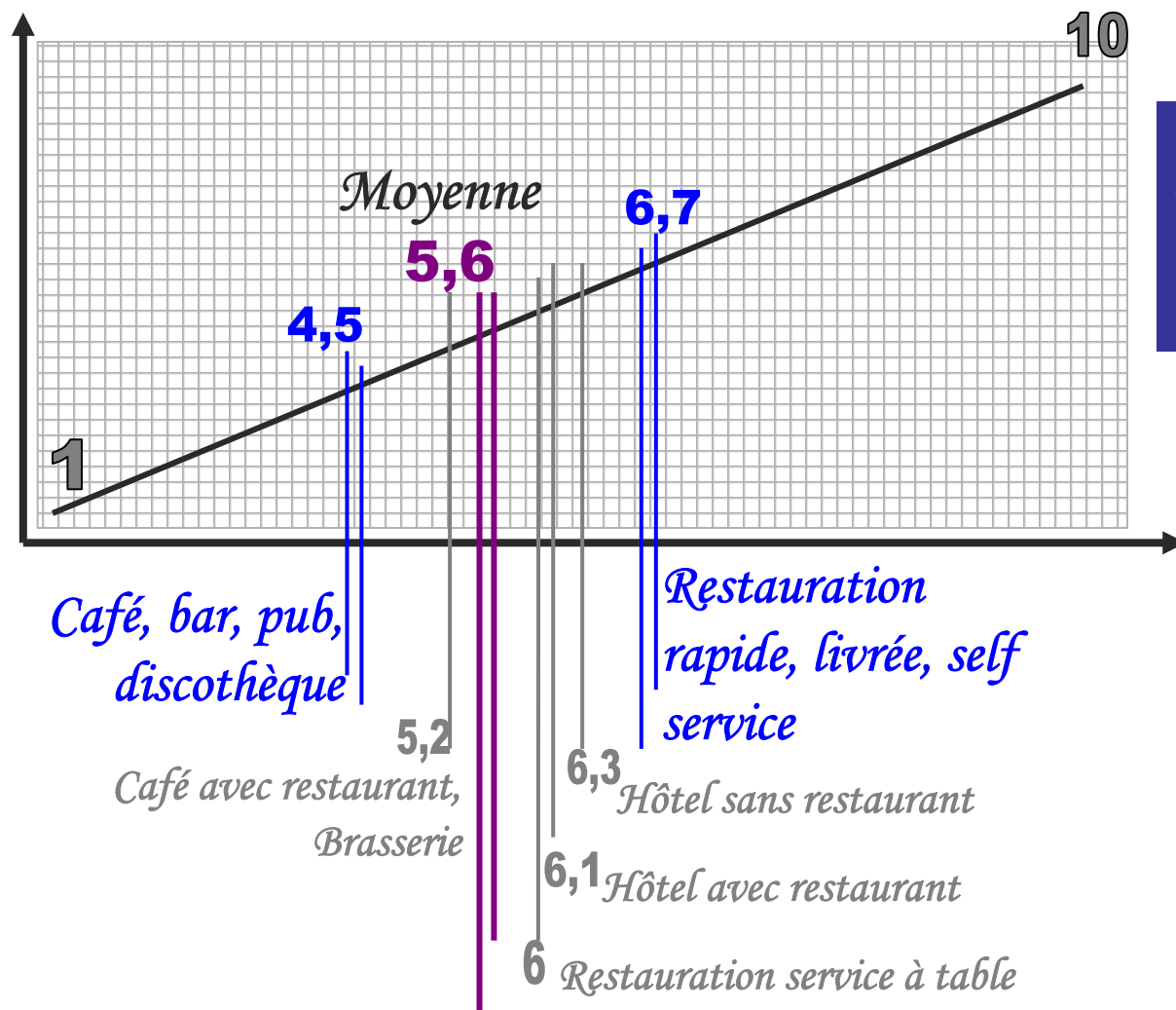
Q14. Avez-vous d'autres suggestions à apporter ?

STRUCTURE DU MARCHÉ (Poids en nbre d'ets)



PERSPECTIVES POUR 2008

Niveau de confiance en perspective pour 2008 Vs Activité



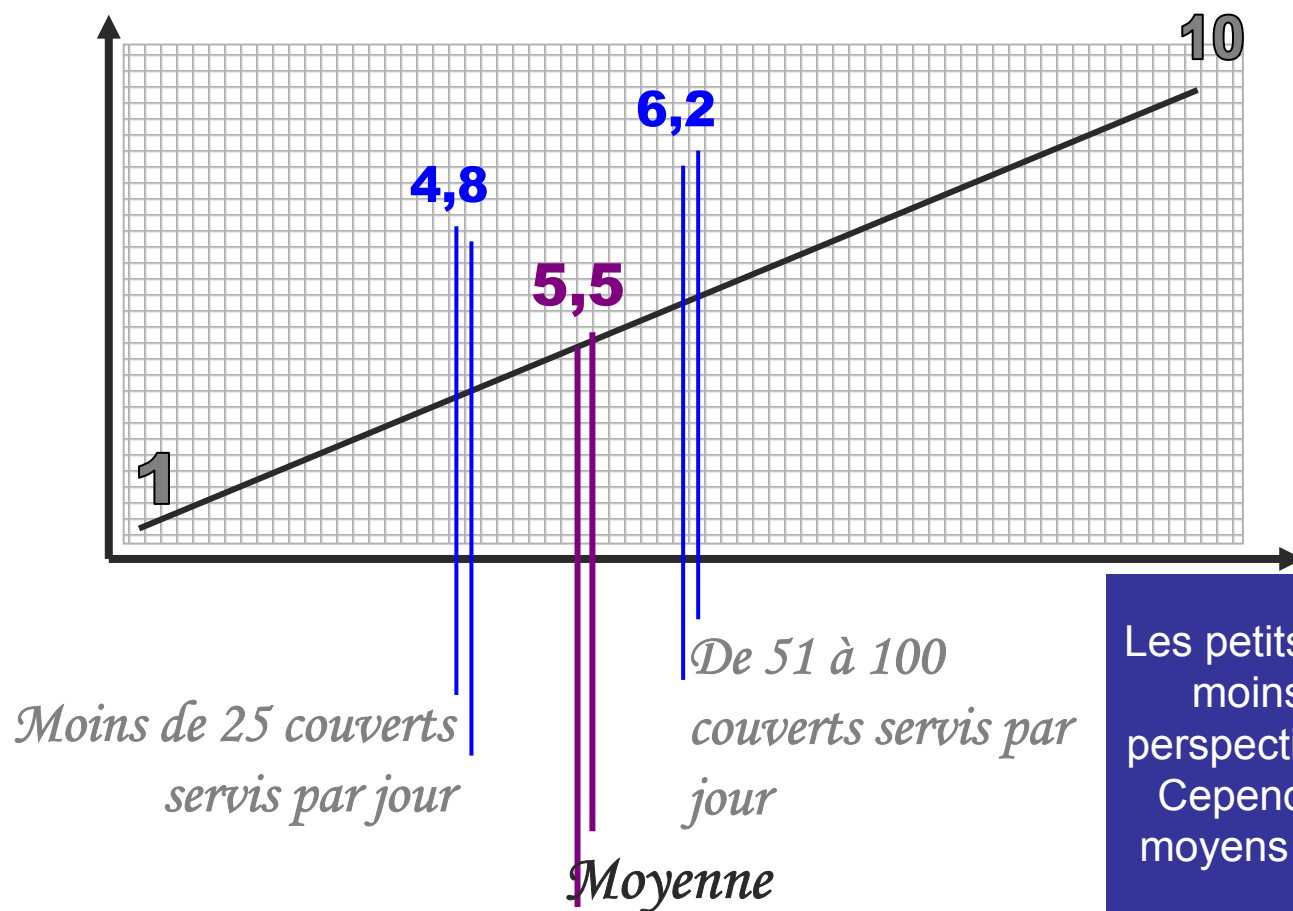
Note de 1 à 10 

Il a été demandé aux répondants de noter de 1 à 10 leur niveau de confiance sur les perspectives de croissance d'activité pour l'année 2008 (10 étant la meilleure note)

PERSPECTIVES POUR 2008

Niveau de confiance en perspective pour 2008 Vs Nombre de couverts/jour

Note de 1 à 10

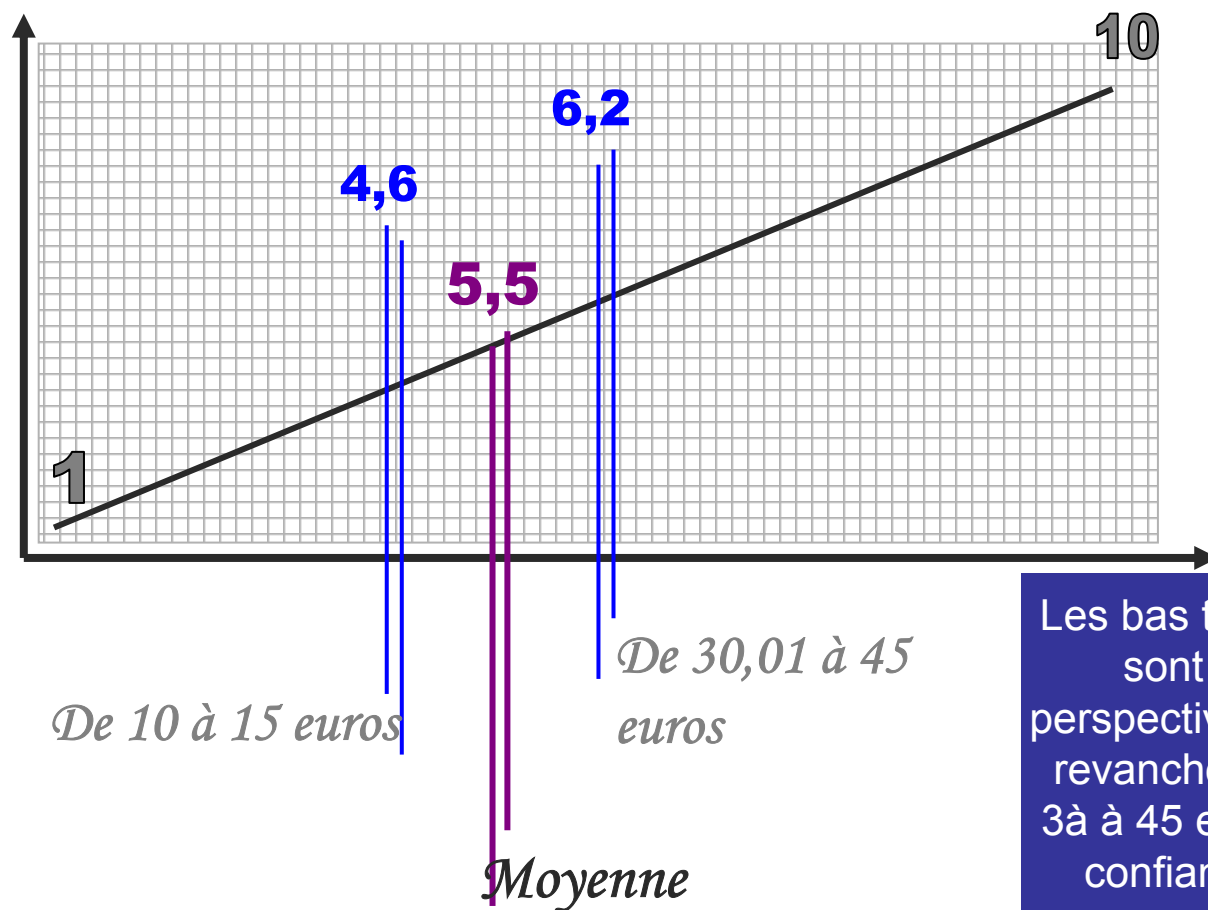


Les petits établissements sont les moins confiants envers les perspectives d'activité pour 2008. Cependant les établissements moyens sont plus optimistes sur l'avenir.

PERSPECTIVES POUR 2008

Niveau de confiance en perspective pour 2008 Vs Ticket Moyen Repas

Note de 1 à 10



Les bas tickets moyens par repas sont pessimistes sur leur perspective de développement. En revanche, les établissements de 30 à 45 euros de TMR sont plutôt confiants pour l'année 2008 !

AVANT LA LOI 1er JANVIER 2008

Position du marché avant la Loi sur la répartition des établissements fumeurs ou non

38,1% des établissements tous confondus étaient **fumeurs avec un espace spécifique fumeur**

Majoritairement la Restauration service à table (42,1%)



ETABLISSEMENTS FUMEURS
REGROUPES : 68,2%,
soit 123.400 ets environ

30,1% des établissements étaient **fumeurs sans espace dédié**

Majoritairement les Café, bar, pub et discothèque (39,7%)



ETABLISSEMENTS NON FUMEURS
REGROUPES : 16 % soit 29.000 ets environ



16% des établissements tous confondus étaient **entièrement non fumeurs**

Principalement la Restauration service à table (42,6%)

ETABLISSEMENTS NON FUMEURS
MAIS AVEC TERRASSE
FUMEUR: 15,9% soit
28.700 ets environ

15,9% des établissements étaient **entièrement non fumeurs à l'intérieur avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse)**

Majoritairement les restaurants service à table (50,5%)



APRES LA LOI 1er JANVIER 2008

Position du marché à compter du
1er Janvier 2007

44,6% des établissements tous confondus sont **non fumeurs avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse non chauffée)**

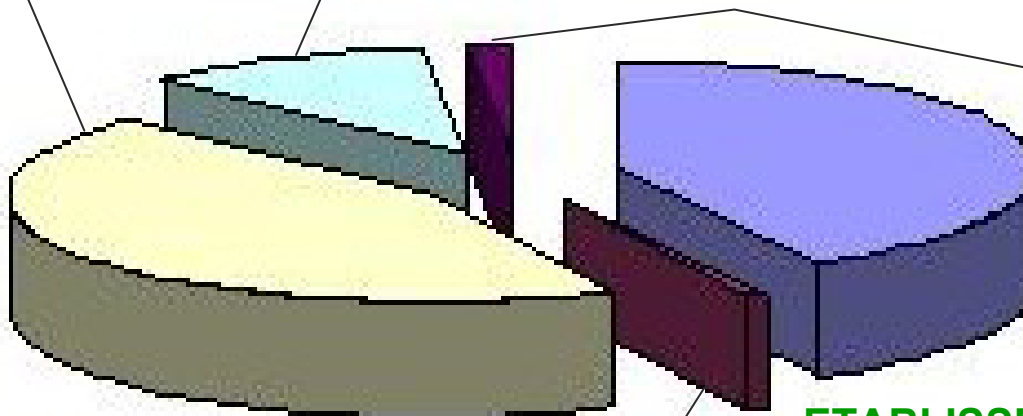
Majoritairement la Restauration service à table (35,5%)



11% des établissements tous confondus sont **non fumeurs avec possibilité de fumer à l'extérieur (terrasse chauffée)**

Majoritairement les cafés, bar, pub et discothèques (38,8%)

**ETABLISSEMENTS
NON FUMEURS
REGROUPES : 55,6%
soit 100.600 ets
environ**



1,8% des établissements tous confondus appliqueront une **autre solution** que celle proposées

**ETABLISSEMENTS NON FUMEURS
REGROUPES : 42,1% % soit 76.200
ets environ**

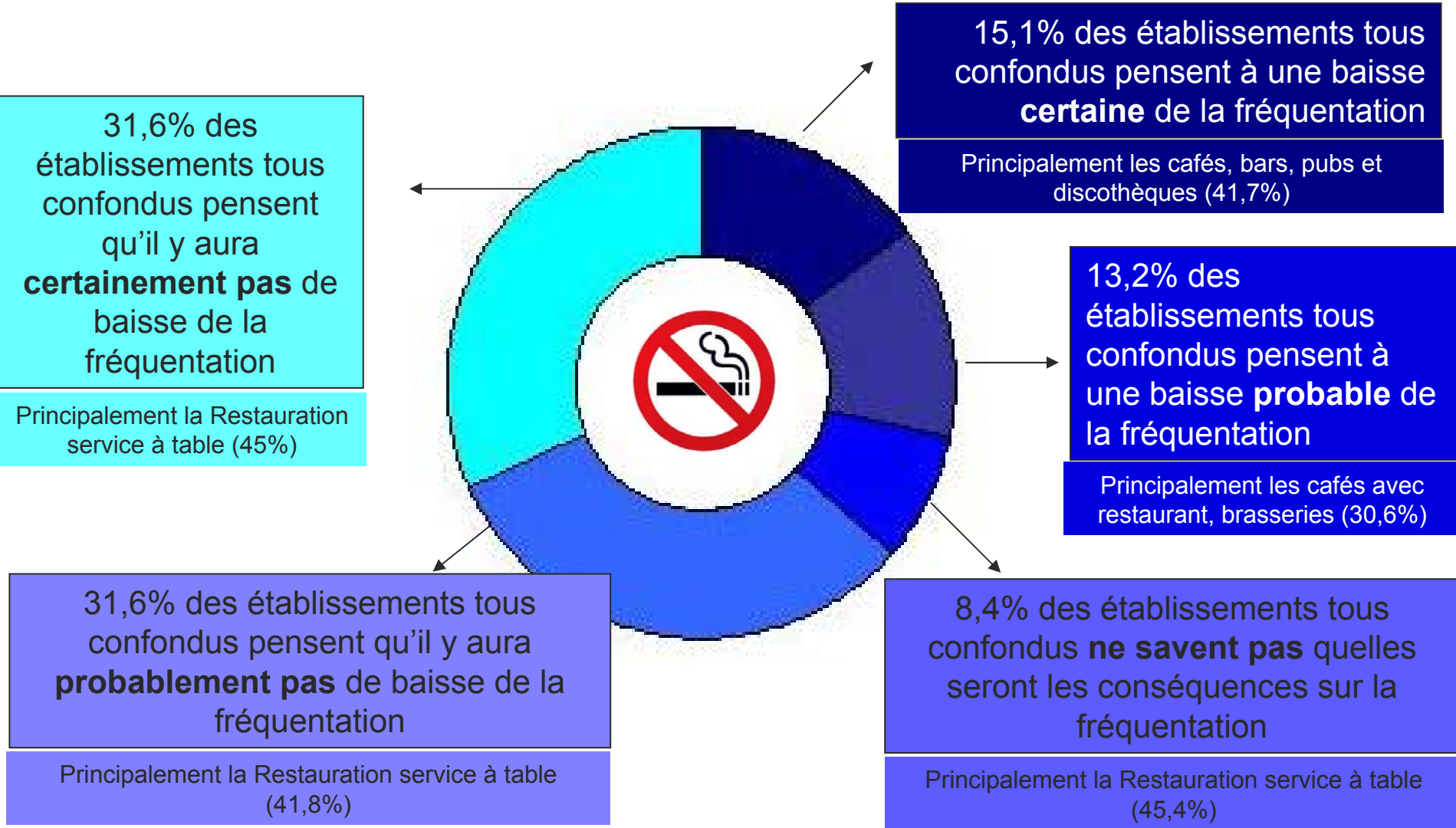
0,6% des établissements tous confondus sont **fumeurs avec un espace aménagé selon la réglementation, soit 10.000 ets environ**

Principalement les cafés avec restaurants, brasseries (49,1%)

42,1% des établissements tous confondus sont désormais **entièrement non fumeurs**

Ce sont majoritairement les restaurants service à table (42,9%)

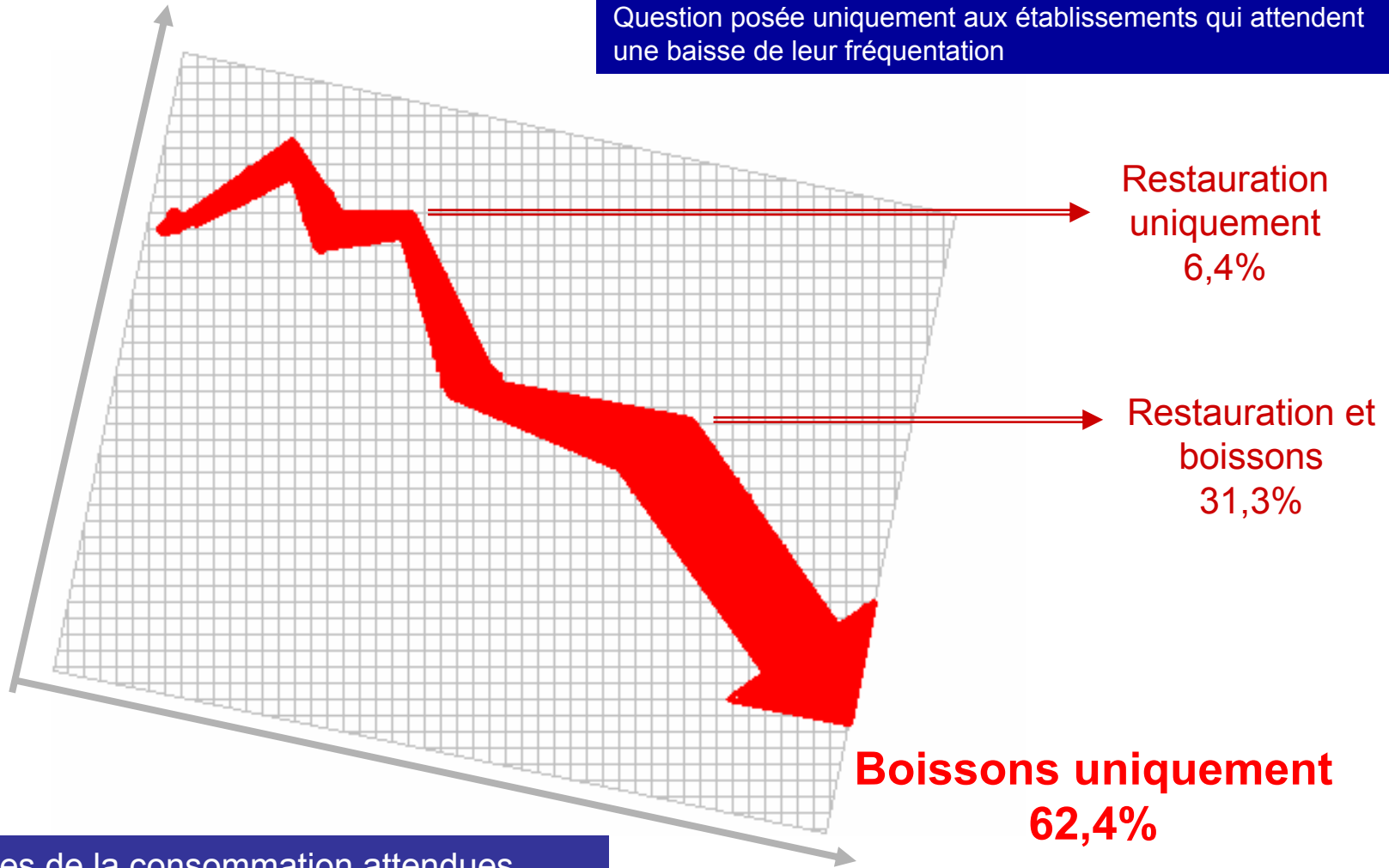
NIVEAU DE FREQUENTATION APRES LA LOI



La restauration service à table est l'activité principale qui est la moins effrayée par les restrictions de cette nouvelle loi. Les cafés craignent fortement une baisse de la fréquentation de leur clientèle par cette application de la nouvelle loi.

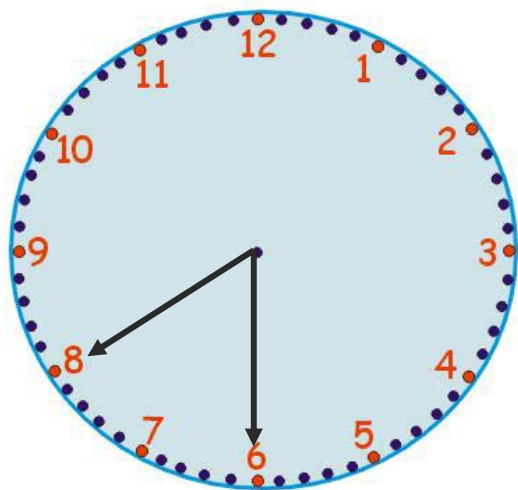
BAISSE DE LA CONSOMMATION ATTENDUE

Question posée uniquement aux établissements qui attendent une baisse de leur fréquentation



Les baisses de la consommation attendues concernent principalement des craintes vis-à-vis de la consommation de boissons. Les établissements sont davantage confiants dans leur proposition repas.

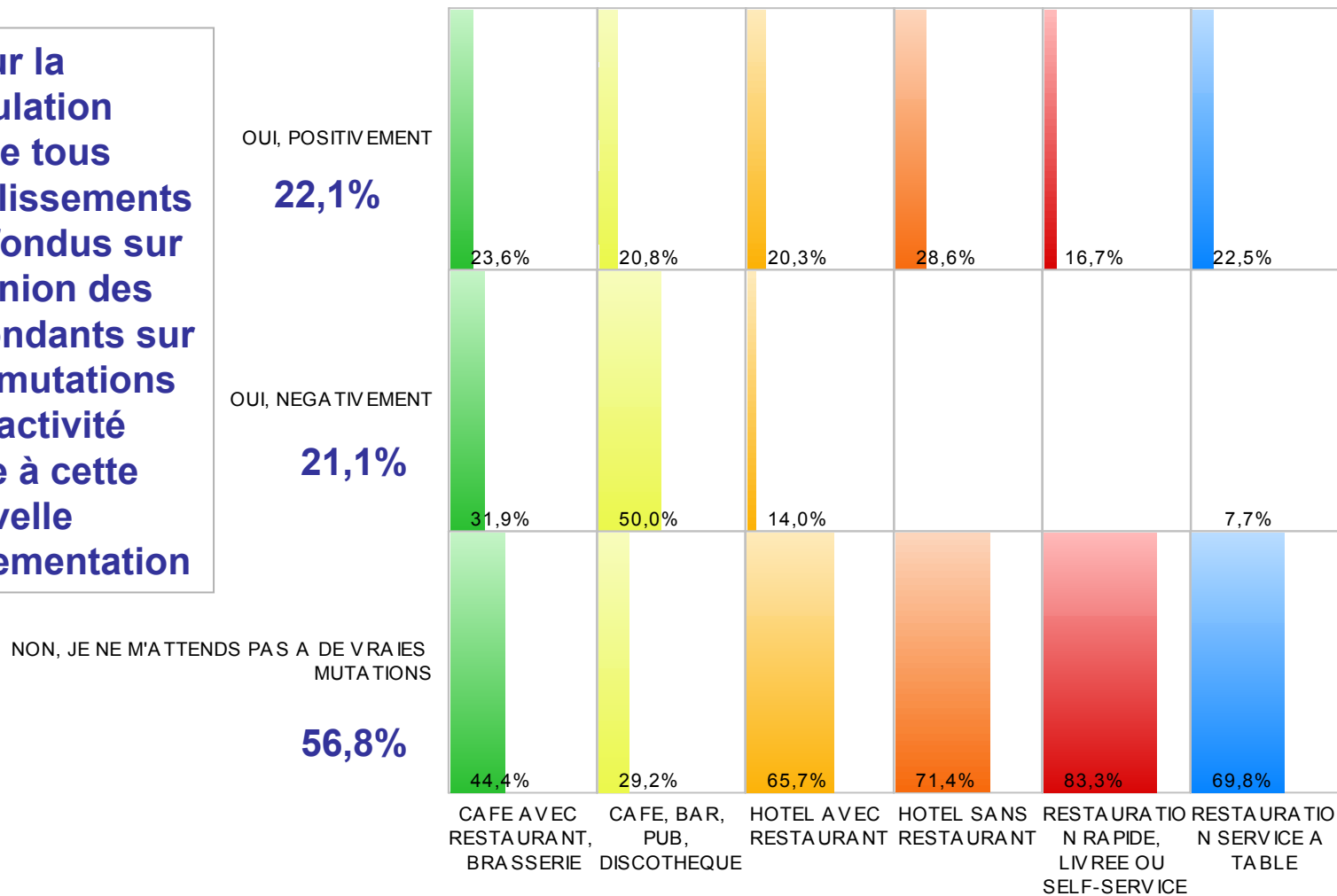
TRANCHES DE SERVICES AFFECTEES



La tranche de service qui sera la plus affectée par cette nouvelle réglementation, selon les établissements sondés, est celle de l'apéritif du soir, comprise entre 18h et 20h (79,4% des établissements tous établissements confondus). C'est de nouveau les tranches de service liées à la proposition de boissons qui seront les plus touchées

CHANGEMENTS REELS AU SEIN DE L'ACTIVITE

% sur la population totale tous établissements confondus sur l'opinion des répondants sur des mutations de l'activité suite à cette nouvelle réglementation



Principalement, les différents types d'établissements ne perçoivent pas de réels changements de leur activité suite à la mise en place de la loi Anti Tabac, à l'exception des débits de boissons où 1 café, bar, pub ou discothèque sur 2 pense que cette réglementation va avoir des effets négatifs sur leur activité.

POINTS POSITIFS & NEGATIFS DE LA LOI :

Analyse lexicale des réponses ouvertes



cigarette



Industriel



Plus de convivialité

Arrêt des conflits fumeurs/non fumeurs

Nouvelle clientèle

Familiale avec enfants, anciens fumeurs, personnes âgées

Réductions des frais

Nettoyage, entretien, réparation

Protection de la santé publique et de l'environnement

Meilleure gestion de l'établissement

Une salle et non plusieurs à ouvrir, qualité des repas

Réduction de PLV

Plus de cendriers

Gain de temps

Nettoyage cendriers, changement nappes brûlées

Baisse du tabagisme passif

Appréciation de la gastronomie

Retour du goût et de la saveur des plats

Propreté et qualité de vie

Moins d'odeurs, murs et rideaux jaunies

Baisse du temps de service

Le client « traîne » moins

Meilleures conditions de travail

Baisse de l'activité

Moins de clients de passage, perte de clients épicuriens, baisse de consommation

Pollution publique

Cigarettes écrasées au sol

Réduction de consommation de produits additifs

Café et digestifs

Atteintes aux libertés individuelles

Interdit et choix d'opinion

Réduction de moments de détente

Café/verre avec une cigarette

Frais supplémentaires

Équipement trop onéreux

Contraintes de surveillance

Perturbation du service

Bruyance, nuisances

Bruit à l'extérieur des cafés et discothèques
Va et vient des clients pour fumer dehors

Concurrence déloyale

Risque de tricherie ou d'exception qui fausseraient le jeu de la concurrence

Points perçus comme positifs exploitables pour la cigarette
Points perçus comme négatifs exploitables pour la cigarette

Points perçus comme négatifs exploitables pour les industriels
Points perçus comme positifs exploitables pour les industriels

QUELQUES FAITS CLES

- Le passage vers cette nouvelle Loi va engendrer des changements importants concernant l'environnement de travail des établissements, pour lesquels la cigarette sera rigoureusement interdite à l'intérieur de l'enceinte. Seuls 0,6% des répondants déclarent avoir aménagé un espace à l'intérieur en respectant une réglementation contraignante.
- On note que la terrasse va représenter un espace stratégique pour les fumeurs car il sera toujours possible dans de nombreux établissements de fumer en terrasse. Avec toutefois une proportion importante d'établissements qui resteront non fumeurs complètement durant les périodes automnales et hivernales car les terrasses sont majoritairement non chauffées.
- L'inquiétude est concentrée essentiellement sur l'activité de boissons, et par définition sur les segments de marché liés à cette activité comme les débits de boissons, et les cafés restaurants. Ces établissements sont les plus inquiets par le déploiement de cette loi. Cette baisse risque de réduire la consommation conviviale, et notamment la proposition d'apéritifs. Lorsque l'on connaît le poids de la boisson sur le Chiffre d'affaires de ces deux activités, il y a des craintes importantes pour 2008 dans le développement de l'activité de cafés.
- Mais globalement, on perçoit beaucoup de points positifs également au sein des établissements pour lesquels la proposition repas reste l'élément principal de leur Chiffre d'Affaires. En particulier pour la restauration à table que l'on ne perçoit pas, dans sa grande majorité, comme affectée par le déploiement de cette nouvelle réglementation, et qui y voit même des avantages non négligeables.

Qui est CHD Expert ?

**Leader Européen, et Nord Américain de la Collecte, Gestion,
et analyse de l'information sur le marché de la
Consommation Hors Domicile**

Marketing Direct

Enquête on line

Gestion de Bases de Données

Enquête nationale (FACTS)



Etudes de Marché Ad Hoc :
Baromètre, satcli, lancement
Produit

Solutions Web

Business Intelligence

List Rental

Analyse lignes de facturation,
et segmentation clients

Télémarketing

www.chd-expert.com

LYON : 04 26 72 90 00

PARIS : 01 58 18 32 32