Etude de l'alimentation des clients de la restauration commerciale de Dijon Métropole

Analyse des flux et des relations existantes avec les filières locales et régionales – vers un approvisionnement durable des restaurateurs

Octobre 2024

Sommaire

1 Introduction des travaux

2 Caractérisation des flux alimentaires amont-aval pour la restauration commerciale

3 Analyse et recommandations pour favoriser l'approvisionnement durable de la restauration commerciale

4 Annexe détaillée – note méthodologique sur l'extrapolation des données de l'enquête Gece

Les enquêtes Gece nous permettent d'estimer un nombre de repas et un chiffre d'affaires pour la restauration commerciale de Dijon métropole

« *Mieux manger, mieux produire* » : Dijon Métropole est un territoire engagé dans la transition alimentaire au travers de sa labellisation Territoire d'Innovation et de sa stratégie ProDij. En tant que démonstrateur territorial, la métropole et ses partenaires souhaitent montrer que l'évolution vers un système alimentaire durable est une opportunité de transformation du territoire d'un point de vue environnemental, économique et social.

L'ambition : proposer une alimentation saine et durable à tous les habitants de la métropole, quels que soient leurs revenus

Afin de compléter les travaux déjà réalisés et l'étude du diagnostic de l'auto-suffisance alimentaire, Dijon Métropole souhaite réaliser une étude auprès des clients de la restauration commerciale et des restaurateurs/traiteurs de Dijon Métropole. Gece a réalisé 2 enquêtes entre mai et juillet 2024 auprès de chacune des cibles.
Les données recueillies sont extrapolées sur la base des données Sirene pour les établissements et des données Flux Vision 2023 pour les touristes. La méthodologie d'extrapolation est présentée en annexe du document.

Ainsi les travaux de Gece extrapolent les éléments suivants, sur un périmètre de 2 678 établissements proposant de la restauration commerciale :

Entre **45 et 50 M de repas** sont consommés en restauration commerciale à l'échelle de la métropole

Cela représente un chiffre d'affaires compris entre **956 et 1 137 M d'euros** pour la restauration commerciale

Caractériser les flux alimentaires amont-aval de la restauration commerciale

Pour caractériser ces flux alimentaires, nous utilisons plusieurs sources :

- **L'enquête Gece** auprès des restaurateurs nous renseigne sur l'intérêt des restaurateurs pour un approvisionnement régional, par catégorie d'aliments et par catégorie de fournisseur.
- **L'étude Girafood service pour FranceAgrimer** décrypte la consommation alimentaire hors domicile en 2018 et notamment les achats alimentaires de la restauration commerciale par produits alimentaires et par circuit d'approvisionnement
- Les travaux menés par **Soliance Alimentaire** sur l'alimentation des habitants de Dijon Métropole par les filières agricoles régionales apporte un éclairage sur l'approvisionnement des grossistes alimentaires en produits régionaux.

Ce document présente dans un premier temps un bilan chiffré des flux alimentaires par grande filière, et décrypte les enjeux pour Dijon Métropole afin d'améliorer l'approvisionnement durable des restaurateurs.

Sommaire

1 Introduction des travaux

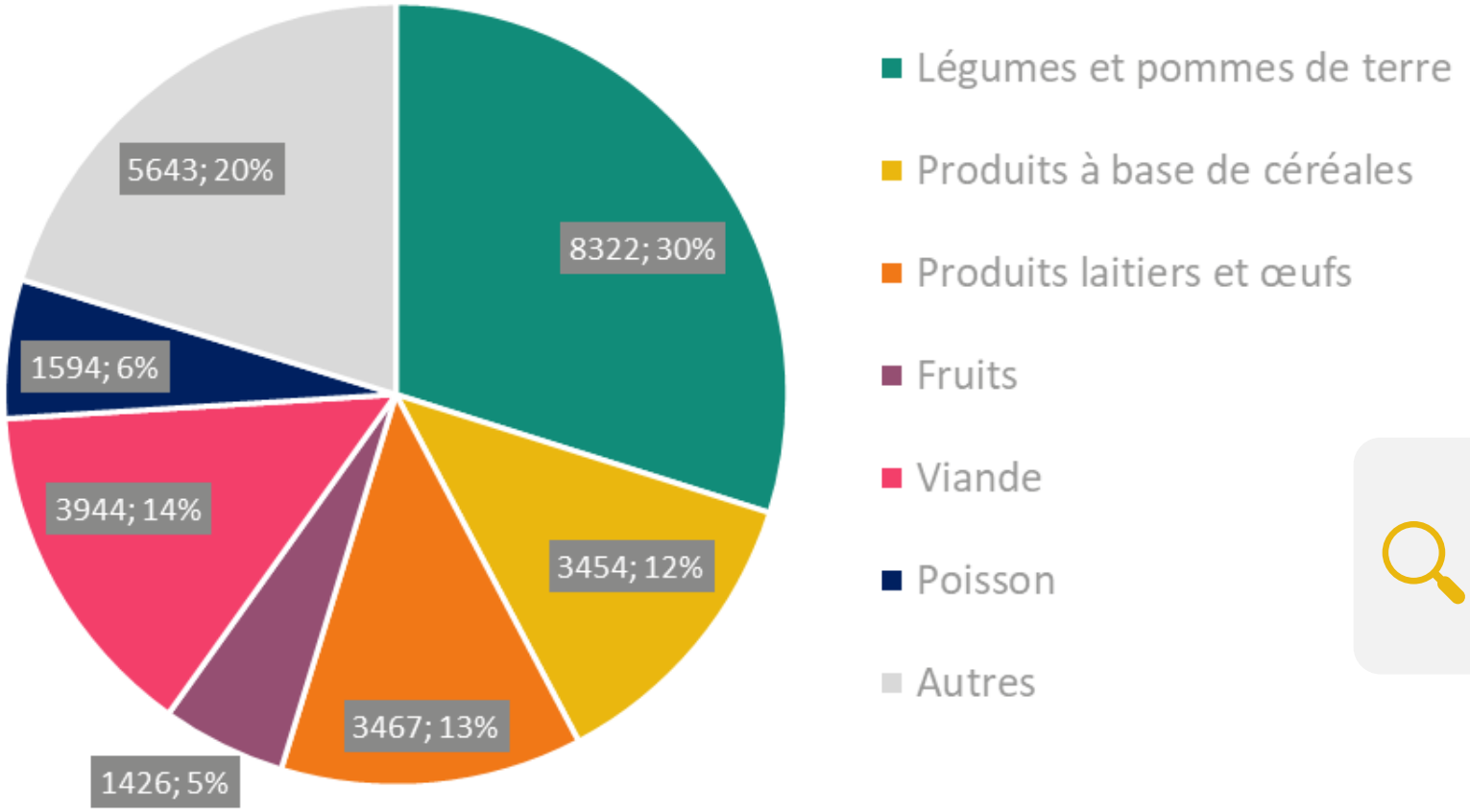
2 Caractérisation des flux alimentaires amont-aval pour la restauration commerciale

3 Analyse et recommandations pour favoriser l'approvisionnement durable de la restauration commerciale

4 Annexe détaillée – note méthodologique sur l'extrapolation des données de l'enquête Gece

45 Millions de repas pour 290 à 350 M€ à d'approvisionnement et 27 850 t de denrées alimentaires

Besoins en denrées alimentaires de la restauration commerciale de Dijon Métropole (tonnes/an)

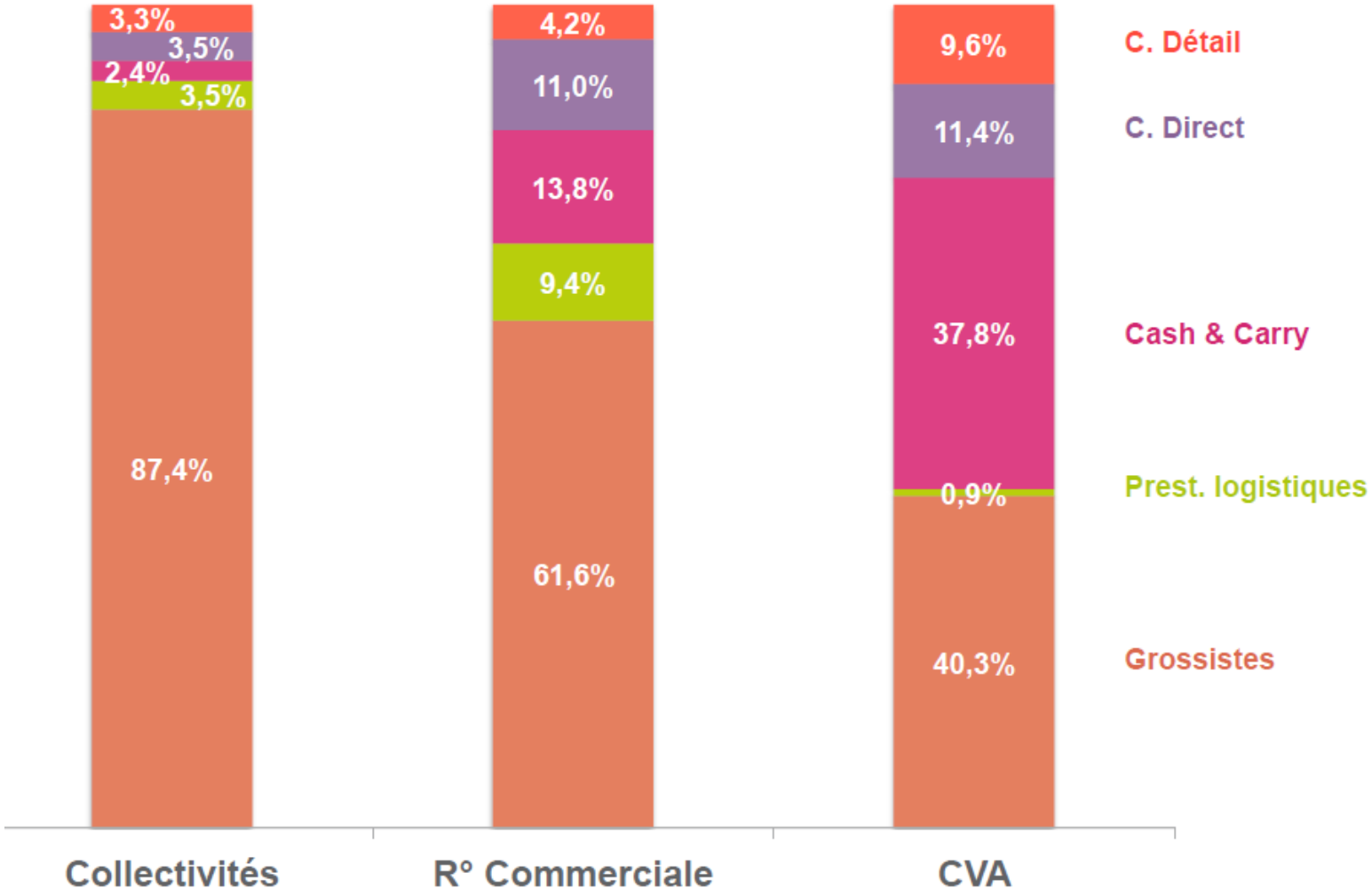


L'ensemble des achats alimentaires de la CHD représente **31%** du CA du marché de la CHD, en 2018 (source GiraFood, boissons comprises)

Modélisation Soliance Alimentaire sur la base des données GiraFood2018 et des extrapolations de l'enquête Gece 2024

Les grossistes, 1er fournisseur de denrée de la restauration commerciale

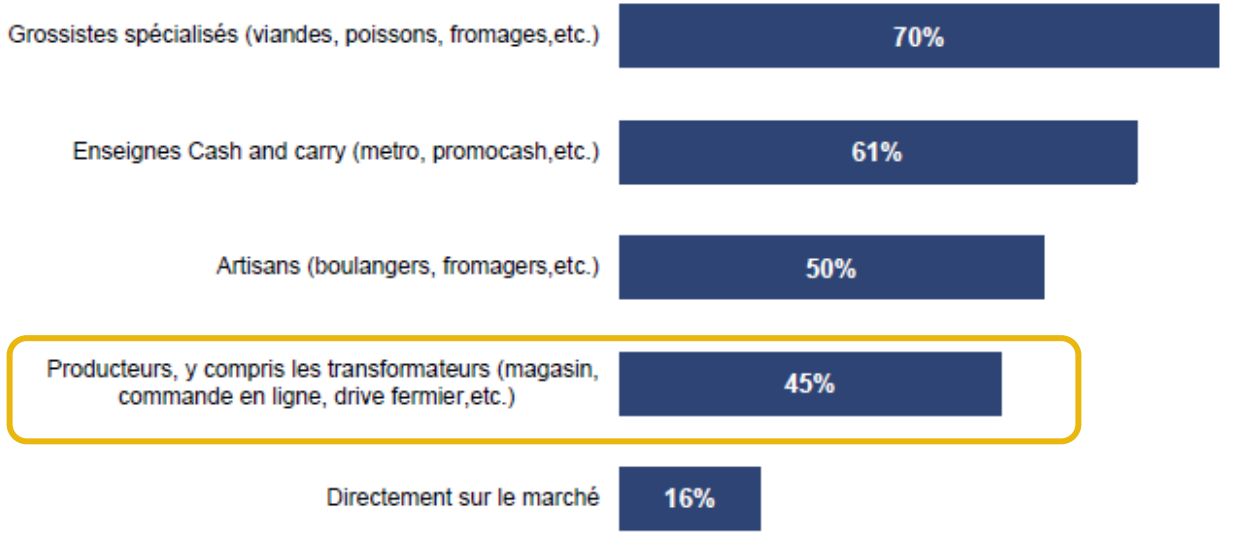
Circuits d'achats et d'approvisionnement par secteur de la Consommation Hors Domicile (source Etude Girafood 2018 pour FranceAgrimer)



- **62%** des approvisionnements (denrées et boissons) de la restauration commerciale (chaînes et indépendants) sont issus **des grossistes**
- Le cash and carry représente 13,8% de ces approvisionnements
- La notion de **« circuit direct »** fait référence à l'achat en direct par les restaurateurs auprès de producteurs et fournisseurs au sens large. Y sont inclus (mais non exclusif), l'achat en direct auprès des agriculteurs. Les achats en direct sont en particulier très importants pour les boissons (79% des approvisionnements sur le circuit direct)

Une appétence déclarée des restaurateurs pour l'approvisionnement local mais des engagements en volume à confirmer

Auprès de quel(s) type(s) de fournisseurs vous approvisionnez-vous pour vos produits alimentaires, en dehors des vins et des boissons :



74% déclarent demander ou chercher à être approvisionnés en produits locaux, issus de Bourgogne Franche Comté pour leurs approvisionnements

Flux d'approvisionnement en légumes

45 à 50 millions de repas

8300 à 9200 t de légumes et pommes de terre

38 %

3200 à 3500 t frais

62%

5200 à 5700 t transformés

*(dont **480 à 540 t** de deuxième gamme, **3290 à 3650 t** de troisième gamme, **760 à 850 t** de quatrième gamme et **610 à 680 t** de légumes et pdt autres)*

Grossistes alimentaires **2100 à 2350 t** 66,4 %

19,5% Cash&Carry **620 à 690 t**

Direct **150 à 170 t** 4,7%

7,3% Prestataires logistiques **230 à 260 t**

GSA et mag spécialisés **70 t** 2,1%

Grossistes alimentaires **4270 à 4740 t** 83,3 %

12% Cash&Carry **690 à 700 t**

Direct **100 à 110 t** 1,9%

1,9% Prestataires logistiques **100 à 115 t**

GSA et mag spécialisés **50 t** 0,9%

Enquête Gece

63% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en légumes**

32% des gérants s'approvisionnent **en légumes** auprès des **producteurs locaux.**

28% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement en produits céréaliers

45 à 50 millions de repas

3700 à 4100 t de produits céréaliers

(dont **980 à 1080 t** de farine de blé, **980 à 1080 t** de pain frais, **1100 à 1200 t** d'autres pains, dont **260 à 290 t** de pâtes, dont **230 à 250 t** de riz, dont **80 à 90 t** de blé et semoule, dont **90 à 100 t** de farines et céréales autres)

Grossistes alimentaires **2 600 à 2 900 t** — 70,1 %

18,3% Cash&Carry **680 à 760 t**

Direct **70 à 75 t** — 1,8%

5,2% Prestataires logistiques **190 à 210 t**

GSA et mag spécialisés **170 à 190 t** — 4,6%

Enquête Gece

40% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en produits d'épicerie.**

63% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en pain.**

9% des gérants s'approvisionnent **en produits d'épicerie** auprès des **producteurs locaux, 10% pour le pain**

21% auprès de **leurs grossistes**

39% se fournissent auprès **des artisans en pain « locaux »**

Flux d'approvisionnement en légumineuses

45 à 50 millions de repas

60 à 70 t de légumineuses

38 % → **14 à 15 t** légumes secs ambiant

62% → **50 à 60t** légumes secs en conserves

14 à 15 t légumes secs ambiant

- Grossistes alimentaires **9 à 10t** — 66,4 %
- Cash&Carry **3 t** — 19,5%
- Direct **0,6 à 0,7 t** — 4,7%
- Prestataires logistiques **1 t** — 7,3%
- GSA et mag spécialisés **0,4 t** — 2,1%

50 à 60t légumes secs en conserves

- Grossistes alimentaires **40 à 50 t** — 83,3 %
- Cash&Carry **6 à 7 t** — 12%
- Direct **1 t** — 1,9%
- Prestataires logistiques **1 t** — 1,9%
- GSA et mag spécialisés **1 t** — 0,9%

Enquête Gece

40% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en produits d'épicerie (dont légumineuses)**

9% des gérants s'approvisionnent **en produits d'épicerie** auprès des **producteurs locaux.**

21% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement en huile

45 à 50 millions de repas

1400 à 1500 t d'huiles

Grossistes alimentaires **970 t** — 70,1 %

18,3% Cash&Carry **250 à 260 t**

Direct **25 à 28 t** — 1,8%

5,2% Prestataires logistiques **70 à 80 t**

GSA et mag spécialisés **60 à 70t** — 4,6%

Enquête Gece

40% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en produits d'épicerie.**

9% des gérants s'approvisionnent **en produits d'épicerie** auprès des **producteurs locaux.**

21% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement en fruits

45 à 50 millions de repas

1400 à 1600 t de fruits

68 % → **970 à 1080 t** en frais

32% → **450 à 500t** transformés

Grossistes alimentaires **1020 à 1140 t** — 66,4 %

- 19,5% Cash&Carry **240 à 270 t**
- Direct **50 à 60t** — 4,7%
- 7,3% Prestataires logistiques **80 à 90 t**
- GSA et mag spécialisés **20 à 30 t** — 2,1%

Enquête Gece

54% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en fruits**

20% des gérants s'approvisionnent **en fruits** auprès des **producteurs locaux.**

28% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement produits carnés

45 à 50 millions de repas

1 700 à 1 900 t de viande bovine

Grossistes alimentaires **1 120 à 1240 t** 63,6 %

12,8% Cash&Carry **220 à 250 t**

Direct **60 à 70t** 3,6%

12,8% Prestataires logistiques **220 à 250 t**

GSA et mag spécialisés **130 à 140 t** 7,2%

1200 à 1400 t de volaille

Grossistes alimentaires **790 à 880 t** 63,6 %

12,8% Cash&Carry **160 à 180 t**

Direct **40 à 50 t** 3,6%

12,8% Prestataires logistiques **160 à 180 t**

GSA et mag spécialisés **90 à 100 t** 7,2%

900 à 1000 t de porc et charcuterie

Grossistes alimentaires **560 à 620 t** 63,6 %

12,8% Cash&Carry **110 à 120 t**

Direct **35 t** 3,6%

12,8% Prestataires logistiques **110 à 120 t**

GSA et mag spécialisés **60 à 70 t** 7,2%

70 à 80 t d'ovins

Grossistes alimentaires **50 t** 63,6 %

12,8% Cash&Carry **10 t**

Direct **3 t** 3,6%

12,8% Prestataires logistiques **10 t**

GSA et mag spécialisés **6 t** 7,2%

Flux d'approvisionnement produits carnés

Enquête Gece

53% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en viande bovine**

44% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en porc**

23% des gérants s'approvisionnent **en viande bovine** auprès des **producteurs locaux.**
32% auprès de **leurs grossistes**

20% des gérants s'approvisionnent **en porcs** auprès des **producteurs locaux.**
24% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement en produits laitiers

45 à 50 millions de repas

3 200 à 3 500 t de produits laitiers

34 % — **1100 à 1200 t** de fromage

- Grossistes alimentaires **800 à 890 t** — 73,1 %
- 17,5% Cash&Carry **190 à 210 t**
- Direct **5 à 6 t** — 0,5%
- 7,9% Prestataires logistiques **85 à 95t**
- GSA et mag spécialisés **11 à 12 t** — 1%

37 % — **1200 à 1300 t** de crème et beure

- Grossistes alimentaires **850 à 940 t** — 73,1 %
- 17,5% Cash&Carry **200 à 220 t**
- Direct **6 à 7 t** — 0,5%
- 7,9% Prestataires logistiques **90 à 100 t**
- GSA et mag spécialisés **11 à 13 t** — 1%

29% — **910 à 1010t** de lait et produits ultrafrais

- Grossistes alimentaires **670 à 740 t** — 73,1 %
- 17,5% Cash&Carry **160 à 180 t**
- Direct **5 t** — 0,5%
- 7,9% Prestataires logistiques **70 à 80 t**
- GSA et mag spécialisés **9 à 10 t** — 1%

Flux d'approvisionnement en produits laitiers

Enquête Gece

58% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en fromage**

48% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en autres produits laitiers**

20% des gérants s'approvisionnent **en fromage** auprès des **producteurs locaux.**
21% auprès **d'artisans**
17% auprès **de leurs grossistes**

10% des gérants s'approvisionnent **en autres produits laitiers** auprès des **producteurs locaux.**
26% auprès de **leurs grossistes**

Flux d'approvisionnement en œufs

45 à 50 millions de repas

300 t d'œufs et d'ovoproduits
Dont **200 t** d'œufs

Grossistes alimentaires **120 à 130 t** — 66,4 %

19,5% — Cash&Carry **40 t**

Direct **10 t** — 4,7%

7,3% — Prestataires logistiques **15 t**

GSA et mag spécialisés **4 t** — 2,1%

Enquête Gece

44% des gérants d'établissement cherchent **à s'approvisionner localement en œufs.**

19% des gérants s'approvisionnent **en œufs** auprès des **producteurs locaux.**

9% auprès de **leurs grossistes**

Sommaire

1 Introduction des travaux

2 Caractérisation des flux alimentaires amont-aval pour la restauration commerciale

3 Analyse et recommandations pour favoriser l'approvisionnement durable de la restauration commerciale

4 Annexe détaillée – note méthodologique sur l'extrapolation des données de l'enquête Gece

Les enseignements clefs concernant l'approvisionnement des restaurateurs en produits locaux

- Un marché de près de 300 M€
- Une forte préoccupation des restaurateurs :
  3 interrogés sur 4 déclarent chercher à être approvisionnés en produits locaux – 45% d'entre eux déclarent s'approvisionner directement auprès de producteurs
- Une préoccupation qui semble rejoindre une partie de la clientèle :
  La proposition de produits locaux est un critère de choix pour environ ¼ de la clientèle mais aussi un critère d'insatisfaction de cette clientèle
- Mais des freins à cet approvisionnement : le prix, le manque de temps pour sourcer et travailler avec des producteurs locaux, un approvisionnement pas toujours sécurisé en termes de prix, souhait de ne pas multiplier le nombre de fournisseurs
- L'importance des grossistes dans l'approvisionnement des restaurateurs, y compris pour s'approvisionner localement
- Des grossistes et cash&carry de Dijon Métropole engagés sur certaines filières dans cet approvisionnement local et en recherche de producteurs *(source entretiens étude filière Soliance Alimentaire)*

Les enjeux pour accompagner les restaurateurs dans leur démarche d'approvisionnement local

1 Les besoins des restaurateurs (prix, sourcing, disponibilité et non multiplicité des fournisseurs) ainsi que leurs pratiques actuelles militent pour la **construction de filières d'approvisionnement structurées** et d'une **offre regroupée**. Les **acteurs traditionnels**(grossistes, cash&carry) doivent être associés aux réflexions. La **structuration d'une offre de producteurs locaux**, à l'image de Manger Bio BFC, pourrait être une réponse mais aucun projet n'émerge aujourd'hui en ce sens, à destination de la restauration commerciale.

2 **Communiquer** auprès des restaurateurs et **faire connaître** ces filières d'approvisionnements en place ou en émergence, pour répondre au frein de manque de connaissance. La démarche en cours des tables ProDijieuses pourrait être un appui pour identifier les modalités de communication les plus efficientes auprès des professionnels.

Les enjeux pour accompagner les restaurateurs dans leur démarche d'approvisionnement local

3

Au regard du poids des denrées dans l'appro des restaurateurs, les **filières « légumes » « céréales », « lait » et « viande »,** semblent particulièrement prioritaires pour avoir un **impact significatif** sur l'approvisionnement des restaurateurs. Toutefois, la réponse a apporté doit être affinée avec les filières, les opérateurs qui structurent l'offre et les besoins des restaurateurs :

- Les légumes sont particulièrement recherchés mais les besoins se heurtent à un manque d'offre régionale en légumes frais.
- Les fromages AOP font déjà parties intégrantes des gammes proposées par les fournisseurs habituels, le lait régional est déjà présent avec la gamme Delin, l'offre en yaourt est en revanche faible mais est aussi moins importante pour le segment de la restauration commerciale.
- La démarche blé farine « Nous autrement » se développe sur ce segment de marché, les autres produits céréaliers représentent un approvisionnement de niche.
- Les modalités d'approvisionnement en viande varient suivant les opérateurs : certains s'approvisionnent de manière obligatoire via les centrales d'achat national, ce qui limite leur capacité à proposer une offre régionale (dans les faits, la viande charollaise est préférentiellement commercialisée et provient probablement de la région). D'autres sont engagés avec les opérateurs des filières régionales. Les démarches en direct du producteur butent contre la gestion de l'équilibre carcasse. Les besoins de la restauration collective (bas morceaux) s'équilibrent avec ceux de la restauration commerciale (pièces nobles) et justifient une réflexion commune autour de l'équilibre carcasse.

(source entretiens étude filière Soliance Alimentaire)

Sommaire

1 Introduction des travaux

2 Caractérisation des flux alimentaires amont-aval pour la restauration commerciale

3 Analyse et recommandations pour favoriser l'approvisionnement durable de la restauration commerciale

4 Annexe détaillée – note méthodologique sur l'extrapolation des données de l'enquête Gece

Étude sur la restauration commerciale à Dijon Métropole

Calcul des extrapolations

Septembre 2024

Enquête Gérants d'établissement :

Questions utilisées pour extrapoler le nombre de repas consommés sur la zone d" Dijon Métropole :

- Pouvez-vous nous indiquer **le nombre de service** que vous proposez **par semaine** ?
- Et quelle est la **capacité d'accueil** de votre établissement ?
- Quel est le **nombre de couvert servis PAR MOIS en moyenne** dans votre établissement ?

Point méthodologique et limite des enquêtes sur le calcul des extrapolations :

- Lors de l'administration de l'enquête, afin de ne pas bloquer l'avancement du questionnaire et de limiter le taux d'abandon, les répondants avaient la possibilité de ne pas répondre ou de refuser de répondre à une question.

- Un travail de contrôle de cohérence et de qualification/requalification des données recueillies (sinon renseignées ou incohérentes) a été réalisé sur les variables suivantes : nombre de services par semaine, capacité d'accueil de l'établissement et nombre de couverts servis par mois.

  - **Nombre de couverts servis par mois :**
    ➔ Si information non renseignée par le gérant (refus de répondre, ne sait pas) : un calcul du nombre de couverts a été réalisé grâce aux réponses données aux questions sur le nombre de services par mois et la capacité d'accueil
    Calcul réalisé : nombre de services par semaine x 4 (nombre de semaines par mois) x capacité d'accueil x taux de remplissage estimé à 63%*
    ** Le nombre de couverts a été pondérée par un taux de remplissage moyen estimé à 63% ; moyenne qui a été calculée sur la base des réponses gérants qui ont renseigné le nombre de couverts servis par mois.*

    A noter : en cas d'absence d'information sur le nombre de services ou la capacité d'accueil (refus de répondre, ne sait pas), les informations ont fait l'objet d'une qualification grâce aux informations trouvées sur Internet (sources utilisées : site Internet de l'établissement, site Destination Dijon…).
    Concernant le nombre de services, cette information a été estimée en prenant en compte le nombre de jours et les horaires d'ouverture des établissements sur la semaine et en considérant un seul service en cas d'ouverture le midi et un seul service en cas d'ouverture le soir. Il est donc possible que le nombre de services soit un peu sous-estimé pour certains établissements.

    Sur les 106 gérants d'établissement interrogés, 60 ont précisé le nombre de couverts servis par mois (soit un taux de retour de 57%). Le travail de qualification a permis d'avoir ou d'estimer le nombre de couverts pour 95 gérants d'établissement (soit un taux de retour de 90%).

    ➔ Si information renseignée par le gérant : un contrôle de cohérence a été réalisé grâce aux réponses aux questions sur le nombre de services par mois et la capacité d'accueil de l'établissement.

Enquête Habitants, excursionnistes et touristes :

Questions utilisées pour extrapoler le nombre de repas consommés sur la zone de Dijon Métropole par type de clientèle :

- **TOURISTES :**

  - Toujours dans le cadre de votre séjour**, combien de fois** avez-vous mangé ou comptez-vous manger sur place ou à emporter à Dijon Métropole dans les lieux suivants ?
  -

- **EXCURSIONNISTES :**

  - **Combien de fois** avez-vous ou comptez-vous manger, sur place ou à emporter, à Dijon Métropole dans les lieux suivants aujourd'hui ?

- **HABITANTS :**

  - **Au cours des 30 derniers jours, combien de fois** avez-vous mangé sur place ou à emporter à Dijon Métropole dans les lieux suivants ?

VOLUMES CONCERNÉS

Gérants d'établissement :

3128 établissements recensés selon le site SIREN dont 2678 qui proposent de la restauration commerciale (donnée pondérée grâce aux résultats de l'enquête)

	Nb établissements (source SIRENE)	Nb établissements proposant une offre de restauration (donnée pondérée grâce à l'enquête)
Restauration de type rapide	940	940
Restauration traditionnelle	951	951
Autres catégories	1237	787
Total général	**3128**	**2678**

Habitants, excursionnistes et touristes :

- **TOURISTES :**

  7,162 millions de nuitées touristiques en 2023 à Dijon Métropole, à raison de 3 nuits en moyenne par touristes, soit **2 387 333 touristes à Dijon Métropole** selon les données de Flux VISION 2023* (OT Dijon Métropole)

- **EXCURSIONNISTES :**

  12,264 millions d'excursions selon les données de Flux VISION 2023* (OT Dijon Métropole)

- **HABITANTS :**

  257 193 habitants à Dijon Métropole (données INSEE, *recensement de la population de Dijon Métropole 2021*)

** Données de Flux VISION : précision en ANNEXES*

Estimation du nombre de repas consommés à Dijon métropole en restauration commerciale :

CONSOMMATEURS			
Flux Vision 2023 (OT Dijon Métropole)	**Touristes**	**Excursionnistes**	**Habitants**
Nb nuitées	7 162 000	12 264 000	257 193
Nb moyen nuitées	3		
Nb personnes	2 387 333	12 264 000	
% allant au resto (enquête)	95%	65%	
Nb moyen de resto par séjour (enquête)	3,6	1,4	70,8
Nb de repas	8 164 680	11 160 240	18 209 264
Total nb de repas sur l'année	**37 534 184**		

GÉRANTS D'ÉTABLISSEMENT			
	Moyenne de Nb Couverts Par Mois	**Nb établissements proposant de la restauration**	**Total Nb de repas sur l'année**
Total général	1 862	2678	**59 847 021**

EXTRAPOLATIONS			
	Nb de repas Enquête Consommateurs	**Nb de repas Enquête Gérants d'établissement**	
FOURCHETTE	**37 534 184**	**59 847 021**	

Nb de repas en moyenne :
48 690 603

** Données de Flux VISION : précision en ANNEXES*

Enquête Habitants, excursionnistes et touristes :

Questions utilisées pour extrapoler les dépenses par repas sur la zone de Dijon Métropole par type de clientèle :

- **TOURISTES :**

  - En moyenne, **combien avez-vous dépensé ou comptez-vous dépenser** par personne, boissons comprises ?

- **EXCURSIONNISTES :**

  - En moyenne, **combien avez-vous dépensé ou comptez-vous dépenser** par personne, boissons comprises ?

- **HABITANTS :**

  - En moyenne, **combien avez-vous dépensé** par personne, boissons comprises ?

CALCUL DES EXTRAPOLATIONS - NOMBRE DE REPAS CONSOMMÉS À DIJON MÉTROPOLE EN RESTAURATION COMMERCIALE

Estimation du nombre de repas consommés à Dijon métropole en restauration commerciale :

CONSOMMATEURS				
Flux Vision 2023 (OT Dijon Métropole)	Touristes	Excursionnistes	Habitants	TOTAL
Nb nuitées	7 162 000	12 264 000	257 193	
Nb moyen nuitées	3			
Nb personnes	2 387 333	12 264 000		
% allant au resto (enquête)	95%	65%		
Nb moyen de resto par séjour (enquête)	3,6	1,4	70,8	
Dépenses moyennes (€) par repas (enquête)	**30,6€**	**24,8€**	**23,6€**	**25,5€***
Nb de repas	8 164 680 **	11 160 240	18 209 264	**37 534 184**
Dépenses moyennes (€)	**249 839 208 € *****	**276 773 952 €**	**429 738 640 €**	
Total nb de repas sur l'année				**37 534 184**
Total Dépenses moyennes (€)				**956 351 800€**

Données de Flux VISION : précision en ANNEXES

* Prix d'un repas moyen pour un usager de Dijon Métropole

** Calcul réalisé : Nb de personnes x % allant au resto (enquête) x Nb moyen de resto par séjour (enquête)

*** Calcul réalisé : Nb de repas x Dépenses moyennes (€) par repas (enquête)

GÉRANTS D'ÉTABLISSEMENT				
	Moyenne de Nb Couverts Par Mois	Nb établissements proposant de la restauration		Total Nb de repas sur l'année
Total général	1 862	2678		**59 847 021**
Ticket moyen du midi (€)				**16,2€**
Ticket moyen du soir (€)				**20,6€**

Ticket moyen estimé en moyenne aux alentours de 19€

EXTRAPOLATIONS				
	Nb de repas Enquête Consommateurs	Nb de repas Enquête Gérants d'établissement		
FOURCHETTE	**37 534 184**	**59 847 021**		
	Total Dépenses moyennes Enquête Consommateurs	Total Dépenses moyennes Enquête Gérants d'établissement		
FOURCHETTE	**956 351 800€**	**1 137 093 399**		

Nb de repas en moyenne : **48 690 603**

Dépenses moyennes : **1 046 722 600**

ANNEXE

Définitions Flux Vision

Touriste : personne observée au maximum 4 fois dans les 8 dernières semaines, dans une zone qui n'est pas sa zone de résidence principale.

Nuitée : une nuitée est comptée lorsqu’une personne est vue durant plus de 2 heures consécutives dans une même zone entre 00h00 et 06h00.

Excursionniste : personne présente plus de 2 heures sur une zone d'observation mais ne réalisant pas de nuitée sur cette zone et présente moins de 5 fois lors des 15 derniers jours.

Flux Vision

QU'EST-CE QUE FLUX VISION ?

Flux Vision est une solution développée et proposée par Orange et coconstruite avec le réseau Tourisme & Territoires, aujourd'hui devenu ADN Tourisme. Dès 2013, un groupe de travail coanimé par Orange et Tourisme & Territoires avec les responsables observation de 7 ADT et l'appui de consultants externes s'est mis en place. Il a permis d'expérimenter et de consolider le dispositif en conjuguant l'expertise touristique des ADT/CDT et le savoir-faire technologique d'Orange Business Services.

C'est notamment au sein de ce groupe de travail qu'ont été :

- • Elaborés et vulgarisés les indicateurs (conception, tests, définition des algorithmes…),
- • Testés et validés les différents points clés de la méthodologie (segmentation, méthode de calcul des nuitées…) et ses évolutions (toute évolution est testée en avance de phase par le groupe de travail avant livraison à l'ensemble du réseau)

Plus précisément, les données Flux Vision permettent d'accéder à des indicateurs tels que :

- Le volume et la durée de fréquentation de la zone,
- Les profils sociodémographiques des personnes présentes sur la zone,
- Le nombre de nuitées réalisées sur la zone,
- Le lieu de provenance,
- Etc.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Flux Vision s'appuie sur des sources de données GPS, en plus des données techniques issues du réseau mobile Orange. La combinaison des deux offre un niveau de fiabilité unique avec une précision de l'ordre de 50 mètres.

Le dispositif nécessite de nombreux redressements liés au taux d'équipement en mobile des visiteurs et des locaux, à la part de marché réelle d'Orange sur le territoire de l'étude, à la surreprésentation de certaines catégories socioprofessionnelles chez cet opérateur par rapport à la moyenne nationale, à des phénomènes locaux tel que le transit par une autoroute par exemple, etc…

Merci pour votre attention

Angéline SOUFFRE
Responsable Pôle IPA

- 07 79 93 24 33
- asouffre@soliancealimentaire.com

Soliance
Alimentaire