

Etude « Perception des Titres-Restaurant » Commission Nationale des Titres-Restaurant



ANALYSE DES RESULTATS

I. Méthodologie

Enquête téléphonique réalisée les 14 et 15 septembre 2007 par l'institut TNS Direct, filiale du groupe Taylor Nelson Sofres, auprès d'un échantillon de 350 personnes représentatives de la population active française.

II. Notoriété et attractivité des Titres-Restaurant

Au global, 22% des personnes interrogées bénéficient actuellement de Titres-Restaurant, 10% en ont déjà bénéficié et 68% n'en ont jamais eu.

Notoriété

Les Titres-Restaurant bénéficient au sein de la population active française **d'un excellent taux de notoriété (96%)**.

Une notoriété naturellement plus basse chez ceux qui n'ont jamais disposé de Titres-Restaurant (95% d'entre eux connaissent les Titres-Restaurant).

La Commission Nationale des Titres-Restaurant (CNTR) bénéficie quant à elle d'une notoriété nettement plus en retrait puisqu'elle n'est connue que par 10% de la population active française.

Attractivité

Un peu moins de la moitié de la population active (47%) ne disposant pas actuellement de Titres-Restaurant souhaiteraient en avoir. De façon globale, les résultats sont homogènes entre les différentes cibles.

Cependant dans le détail on note que :

- ceux qui en ont déjà eu sont plus nombreux à être très intéressés pour en avoir à nouveau
- Les professions intermédiaires (plus nombreux à n'en avoir jamais eu) sont logiquement plus fortement intéressées par cette possibilité (62%)

III. Image des Titres-Restaurant

Un fort plébiscite des Titres-Restaurant puisqu'ils sont perçus comme un avantage globalement important par plus des ¾ des actifs français. Cette perception est encore plus forte auprès de ceux qui en bénéficient actuellement (94%) et auprès des femmes (80%).

A l'inverse, elle est un peu plus en retrait auprès de ceux qui n'en ont jamais eu (71%).

Si au global **les actifs ont une bonne connaissance du rôle joué par l'entreprise dans le financement des Titres-Restaurant** (76%), ils sont cependant moins nombreux à savoir que la participation de l'employeur est exonérée de charges sociales et fiscales (40%).

Dans le détail, on constate que la connaissance de ces deux éléments est plus forte auprès de ceux qui en bénéficient, mais également auprès des hommes et des PCS +.

Deux notions liées aux Titres-Restaurant remportent une large adhésion (Taux de « globalement d'accord » > ou = à 80%) :

- **Le fait d'avoir accès à un large choix d'enseignes de restauration** (84%) notamment plus sensible auprès de ceux qui en ont actuellement (94%), des populations les + âgées (50 ans et +) ainsi qu'auprès des PCS + (90% chacun)
- **Le fait de percevoir le Titre-Restaurant comme un acquis social** (82%), plus sensible auprès de ceux qui en ont déjà bénéficié (92%), mais également auprès des PCS + (91%) et des femmes (89%).

Les autres critères évalués remportent une adhésion plus en retrait, notamment le critère selon lequel les Titres-Restaurant permettent d'avoir une alimentation saine et équilibrée.

Pour la majorité de la population active (72%) le Titre-Restaurant devrait avoir une valeur comprise entre 5 et 14,9€ et au global **le montant moyen souhaité est de 8,5€.** (À noter qu'il est de 9,6€ auprès de ceux qui ont déjà bénéficié de Titres-Restaurant).

IV. Synthèse

Les éléments clés à retenir :

- **Une très forte notoriété : les Titres-Restaurant qui sont connus par 96% des actifs.**
- **Un potentiel de conquête : Près de la moitié de la population active qui n'a pas de Titres-Restaurant actuellement souhaiterait en avoir.**
- **Perçus de façon majoritaire comme un avantage important (76% des actifs).**
- **Une image ancrée sur l'acquis social qu'ils représentent et le large choix d'enseignes auxquelles ils donnent accès.**
- **Une valeur souhaitée de 8,5€.**