

Paroles de Convives 2014
Le décodage des attentes des convives chez les chaînes et chez les indépendants en Restauration Assise

Quelles sont les attentes des convives en restauration assise ?
Quelles sont les raisons de choix entre les indépendants et les chaînes ?
Quels sont les leviers de fréquentation où les chaînes sont les plus attendues ?
Quelles sont les enseignes préférées des français ?

Une étude unique destinée aux décideurs marketing et chefs de produits de l'industrie agro-alimentaire, des distributeurs et des chaines de restauration commerciale.

- **Hiérarchiser les critères de choix des convives en restauration assise**
- **Mesurer la répartition entre le nombre de repas pris à titre personnel** (seuls, avec enfants, entre adultes) et à titre **professionnel** et **identifier les circuits préférés en fonction de ces contextes de repas**
- **Déterminer les leviers de fréquentation les plus attractifs pour les convives et mettre en exergue les leviers où les chaînes sont les plus attendues par les convives**
- **Identifier les enseignes de restauration à table préférées des français sur les dimensions de transparence sur l'offre produits, de rapport qualité/prix, de promotion, de récompense de la fidélité et de lien 'connecté' avec ses clients**

➔ En bref, identifier les leviers pertinents pour les chaînes en Restauration Assise










Paroles de Convives 2014

Une étude unique sur les comportements et les nouvelles attentes des convives en Restauration Assise

Étude conduite en octobre 2014 par Food Service Vision

Un regard clair sur les attentes en Restauration à table :

- Quels sont les critères de choix (local, bio, prix, cadre, rapidité de service, relationnel…) ?
- Quelle est la répartition du marché entre les repas à titre personnel/professionnel (seul, avec enfants, entre adultes, …) ?
- Quelles sont les principales raisons de fréquentation et les circuits préférés selon les circonstances (avec ou sans enfants, seul, …) ?
- Quelle est la composition des repas et les dépenses associées par circuit ?
- Quels sont les leviers les plus attendus pour les chaînes et les indépendants ?
- Quelles sont les enseignes les + transparentes, les + fidélisantes, les + dynamiques sur les promotions, avec le meilleur rapport qualité/prix et les + connectées avec ses clients ?

La méthodologie de l'enquête :

- **Cible :** 500 convives en France (au moins un repas au restaurant à table au cours des 3 derniers mois)
- **Echantillonnage :** représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession, statut marital, région, taille d'agglomération)
- **Lecture des résultats par circuits :** Chaînes Thématiques, Chaînes Grill, Chaînes Hôtels, Cafétérias, Indépendants Thématiques, Indépendants Traditionnels ticket moyen < 30€ et Indépendants Traditionnels ticket moyen > 30€.
- **Mode de recueil :** Etude on-line
- **Durée de questionnaire :** 15 minutes
- **Terrain d'enquête :** Octobre 2014
- **Rapport :** 100 pages

FOOD SERVICE VISION
SARL au capital de 13 900 euros -483 896 338 RCS Lyon -74, boulevard du 11 novembre – 69100 Villeurbanne - T : 04 37 45 02 65 - F : 04 37 45 49 74 - www.foodservicevision.fr



Paroles de Convives 2014
Le décodage des attentes des convives chez les chaînes et chez les indépendants en Restauration Assise

Paroles de Convives 2014 … des réponses précises sur les nouvelles attentes des convives selon les types de circuits

Mesure de l'attractivité des leviers de fréquentation et identification si ce levier est plus attendu chez les chaînes ou chez les indépendants :

Leviers de fréquentation évalués auprès des convives



Mise en avant sur la carte

- Label fait maison appliqué sur la totalité de la carte
- Offre indiquant les types d'ingrédients (frais/surgelé) et le nom du fournisseur
- Offre avec indication des calories présents dans les plats
- Etablissement qui limite au maximum le gaspillage alimentaire



Offre

- Offre avec + de produits locaux
- Offres à partager pour goûter + de produits différents
- Offre qui change tous les jours
- Offre qui suit les dernières tendances de la gastronomie



Prix/promotions

- Promotions très attractives sur les prix
- Offres à petit prix avec repas (plat +dessert) à moins de 10 euros



Services

- Prise en charge des enfants par une animatrice
- Horaires d'ouverture pour consommer à toute heure
- Service du repas garanti en moins de 30 minutes



Digital

- Service de pré-commande sur Internet
- Application smartphone avec cartes fidélités + paiement
- Restaurant ultra-connecté 7j/7 sur réseaux sociaux (infos/bons plans)

A propos de Food Service Vision : Cabinet de conseil stratégique et d'études, spécialisé en consommation hors domicile, pour les acteurs qui souhaitent se développer sur ce marché.
Visitez notre site www.foodservicevision.fr / Tél : 04 37 45 02 65

FOOD SERVICE VISION

SARL au capital de 13 900 euros -483 896 338 RCS Lyon -74, boulevard du 11 novembre – 69100 Villeurbanne - T : 04 37 45 02 65 - F : 04 37 45 49 74 - www.foodservicevision.fr



Paroles de Convives 2014
Le décodage des attentes des convives chez les chaînes et chez les indépendants en Restauration Assise

Liste des chaînes évaluées dans l'étude sur 5 dimensions :

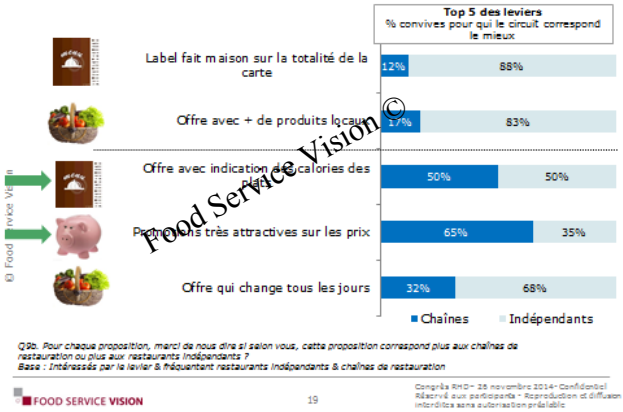
- l'enseigne qui propose le meilleur rapport qualité/prix
- l'enseigne la plus dynamique sur les promotions proposées
- l'enseigne qui récompense le mieux la fidélité de ses clients
- l'enseigne qui est la plus connectée avec ses clients (Internet, réseaux sociaux, SMS, ...)
- l'enseigne la plus transparente sur l'origine des produits proposés

Chaînes évaluées

- **Grill**
  - Buffalo Grill
  - La Boucherie
  - Hippopotamus
  - Courtepaille
  - Poivre rouge
- **Cafétérias**
  - Flunch
  - Cafétéria Casino
- **Thématique**
  - La Pataterie
  - Léon de Bruxelles
  - Pizza Del Arte / Ristorante Del Arte
  - Pizza Paï
- **Hôtels**
  - Novotel
  - Campanile
  - Ibis

Exemples de données issues du rapport :

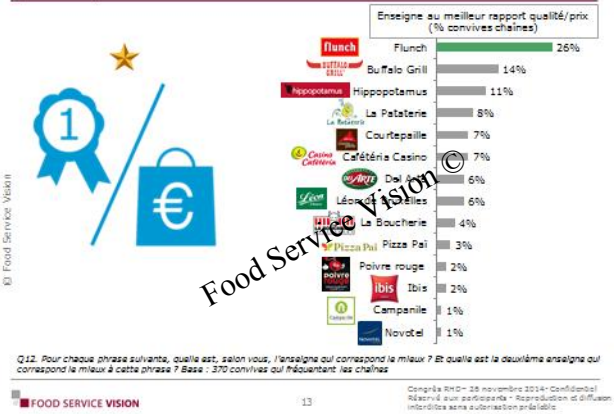
Parmi les leviers Les chaînes sont plutôt attendues sur les indications des calories et sur les promotions



Q9b. Pour chaque proposition, merci de nous dire si selon vous, cette proposition correspond plus aux chaînes de restauration ou plus aux restaurants indépendants ?
Base : Intéressés par le levier & fréquentant restaurants indépendants & chaînes de restauration

Congrès RHD - 18 novembre 2014 - Confidentiel Réservé aux participants - Reproduction et diffusion interdites sans autorisation préalable

Flunch est l'enseigne qui propose le meilleur rapport qualité-prix



Q12. Pour chaque phrase suivante, quelle est, selon vous, l'enseigne qui correspond le mieux ? Et quelle est la deuxième enseigne qui correspond le mieux à cette phrase ? Base : 370 convives qui fréquentent les chaînes

Congrès RHD - 18 novembre 2014 - Confidentiel Réservé aux participants - Reproduction et diffusion interdites sans autorisation préalable

FOOD SERVICE VISION
SARL au capital de 13 900 euros -483 896 338 RCS Lyon -74, boulevard du 11 novembre – 69100 Villeurbanne - T : 04 37 45 02 65 - F : 04 37 45 49 74 - www.foodservicevision.fr



Paroles de Convives 2014
Le décodage des attentes des convives chez les chaînes et chez les indépendants en Restauration Assise

BON DE COMMANDE

Merci de compléter et de faxer cette page au 04 37 45 49 74
ou à de l'envoyer par email à l'adresse suivante : v.ziegler@foodservicevision.fr

Rapport « Paroles de Convives 2014 »
Tarifs 2014

Je souhaite recevoir l'étude : « Paroles de Convives 2014 »
Une version au format PDF - Livraison par messagerie –

Prix : 3 000 € HT

Résultats de l'étude disponibles – 1er décembre 2014.

Nom et Prénom :

Société :

Adresse :

Email :

Tél :

Date :

Signature et tampon :

Conditions de règlement : 100% à réception. Règlement à 30 jours date de facture

FOOD SERVICE VISION

SARL au capital de 13 900 euros -483 896 338 RCS Lyon -74, boulevard du 11 novembre – 69100 Villeurbanne - T : 04 37 45 02 65 - F : 04 37 45 49 74 - www.foodservicevision.fr