

Paroles de Snackeurs 2014
un regard actualisé sur les nouveaux comportements des consommateurs

Quelles sont les raisons de choix et les attentes des snackeurs ?
Quels sont les nouveaux circuits à prendre en compte ?
Quels sont les bons leviers de fréquentation ?
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 snacking des consommateurs**
- **Evaluer le taux de pénétration des circuits émergents** (food trucks, food bikes, stands snacking en restauration collective, …) **et leurs raisons de fréquentation**
- **Hiérarchiser les leviers de fréquentation à proposer aux snackeurs** sur l'activation, de l'offre, des promotion/prix et des services
- **Identifier les enseignes snacking préférées des français sur les dimensions de transparence sur l'offre produits, le rapport qualité/prix, les promotions, la récompense de la fidélité et le lien 'connecté' avec ses clients**

➔ En bref, identifier les leviers de développement du snacking








Paroles de Snackeurs 2014
Une étude unique sur les nouveaux comportements et les attentes des snackeurs

Étude conduite en mai 2014 par Food Service Vision

Un regard clair sur le marché snacking et les attentes des consommateurs :

- Quels sont les circuits préférés en fonction des moments (midi/soir ; semaine/ week-end) ?
- Quels sont les critères de choix des snackeurs pour leur repas snacking (les produits locaux, le bio, les prix, le cadre, la rapidité de service, …)
- Quelles sont les principales raisons de fréquentation selon les circuits ?
- Combien dépensent les consommateurs dans chacun des circuits ?
- Quels sont les vrais leviers de fréquentation (offre, service, activation, prix)
- Quelles sont les enseignes perçues comme les + transparentes, les + fidélisantes, les + dynamiques sur les promotions, celles qui proposent le meilleur rapport qualité/prix, les + connectées avec ses clients ?

La méthodologie de l'enquête :

- **Cible :** 505 snackeurs en France (au moins un repas snacking 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 :** Boulangerie Artisanale/Sandwicherie, Snack indépendant, Chaînes Sandwicherie, Fast Food, Stand Snacking en restauration Collective, Distribution Automatique, Food Truck/Bike
- **Mode de recueil :** Etude on-line
- **Durée de questionnaire :** 15 minutes
- **Terrain d'enquête :** Mai 2014
- **Rapport :** 80 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 Snackeurs 2014
un regard actualisé sur les nouveaux comportements des consommateurs

B3TSI

Paroles de Snackeurs 2014 … des réponses précises sur les nouvelles attentes des consommateurs

Evaluation de l'attractivité des consommateurs sur les leviers de fréquentation au sein de chaque type de catégories de leviers :

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



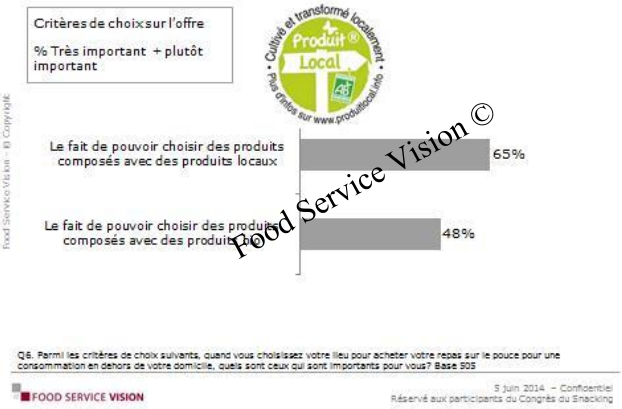
FOOD SERVICE VISION
SARL au capital de 13 900 euros -483 896 338 RCS Lyon -74, boulevard du 11 novembre – 69100 Villeurbanne - T : 04 37 45 02 65 - F : 04 37 45 49 74 - www.foodservicevision.fr



Paroles de Snackeurs 2014
un regard actualisé sur les nouveaux comportements des consommateurs

Exemples de données issues du rapport :

Le local constitue un critère de choix important, le bio recueille une importance modérée

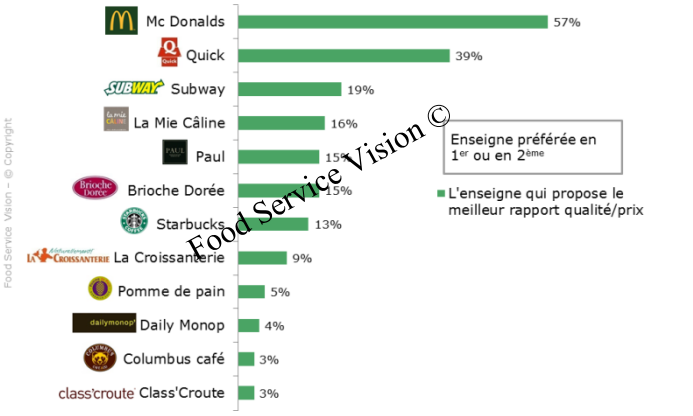


Q6. Parmi les critères de choix suivants, quand vous choisissez votre lieu pour acheter votre repas sur le pouce pour une consommation en dehors de votre domicile, quels sont ceux qui sont importants pour vous? Base 505

FOOD SERVICE VISION

5 juin 2014 – Confidentiel
Réservé aux participants du Congrès du Snacking

Mc Donalds enseigne la + dynamique sur le rapport qualité/prix

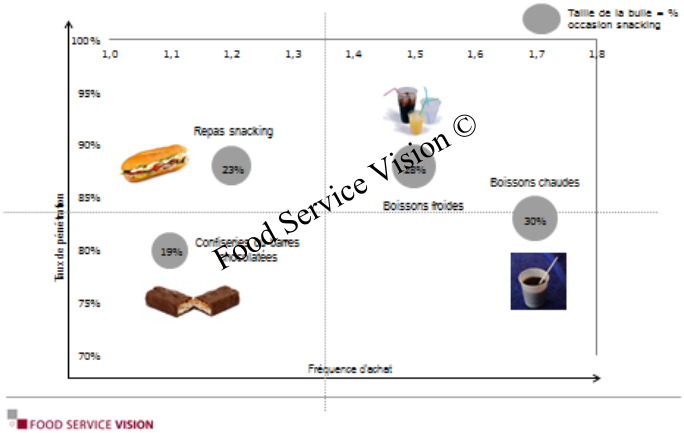


FOOD SERVICE VISION

5 juin 2014 – Confidentiel
Réservé aux participants du Congrès du Snacking

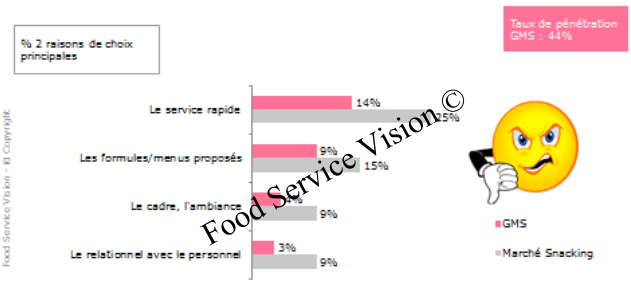
Les repas snacking sont en retrait en part d'occasion snacking vs les boissons

Q1. A quelle fréquence achetez-vous les produits alimentaires suivants pour une consommation snacking en dehors de votre domicile : quel que soit le moment et quel que soit le lieu d'achat ? Base 641



FOOD SERVICE VISION

La GMS est en retrait sur la rapidité de service, les formules, le cadre et le relationnel



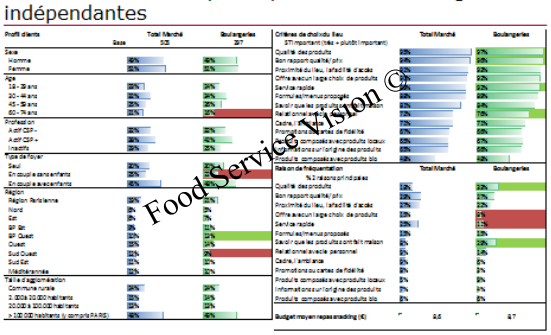
Q7. Parmi les critères ci-dessous, quelles sont vos 2 raisons principales de fréquenter chacun des lieux suivants pour vos achats de repas sur le pouce ? Base 220

FOOD SERVICE VISION

5 juin 2014 – Confidentiel
Réservé aux participants du Congrès du Snacking

1 fiche récapitulative d'analyse par circuit

Profil des snackeurs qui fréquentent les boulangeries indépendantes



FOOD SERVICE VISION

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 Snackeurs 2014
un regard actualisé sur les nouveaux comportements des consommateurs

BON DE COMMANDE

Merci de compléter et de faxer cette page au 04 37 45 49 74

Rapport « Paroles de Snackeurs 2014 »
Tarifs 2014

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

Prix 3 000 € HT

Résultats de l'étude disponibles – 31 juillet 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