



PAROLES DE SNACKEURS 2016

Les attentes snacking 2.0 décryptées : digitalisation et livraison



Quelles sont les offres qui ont un potentiel de développement ?

Quel est l'impact du digital et de la livraison ?

Quelles sont les enseignes préférées des français ?

Une étude unique destinée aux décideurs marketing de l'industrie agro-alimentaire, des distributeurs et des chaînes de restauration pour :

- ✓ **Identifier les produits snacking gagnants de demain** (15 produits évalués : sandwich, burgers, pizza, croque-monsieur, salades, soupes, kebab, sushis...) et mesurer l'intérêt pour le sans gluten et le végétarien.
- ✓ **Comprendre les raisons de fréquentation en fonction des circuits** (chaînes de fast casual, DA, Food Trucks, sushi, acteurs de la livraison...)
- ✓ **Proposer les bonnes solutions digitales et le bon contenu web au snackeur** (Click & collect, animations réseaux sociaux, application smartphone, contenu site internet...)
- ✓ **Choisir les meilleurs acteurs de la livraison** (15 services évalués : Take eat easy, Deliveroo, Foodora, Pages jaunes resto...)
- ✓ **Mesurer la perception prix et l'interaction digitale des enseignes avec leurs clients** (18 enseignes évaluées : Mc Donald's, Paul, Marie Blachère, Planet Sushi, Pizza Hut ...)

→ Identifier les leviers actuels de développement du snacking pour adapter votre offre et votre activation commerciale.



Les enseignements clés :

Les attentes de la restauration rapide convergent vers celles de la restauration assise :

- 83% des snackeurs sont intéressés par des produits « faits maison »
- 79% sont en attente de plus de produits locaux
- 82% des snackeurs sont en attente d'un cadre agréable et de places assises

Le digital s'insère à tous les niveaux du parcours client du snackeur :

- 58% des snackeurs déclarent consulter les supports digitaux des établissements qu'ils fréquentent
- 67% des snackeurs sont intéressés par un service de « click & collect »

La livraison s'invite à la table des français :

- 50% des français se sont fait livrer un repas au cours des 6 derniers mois
- La possibilité d'être livré est un critère de choix pour 41% des snackeurs



EN PARTENARIAT AVEC :



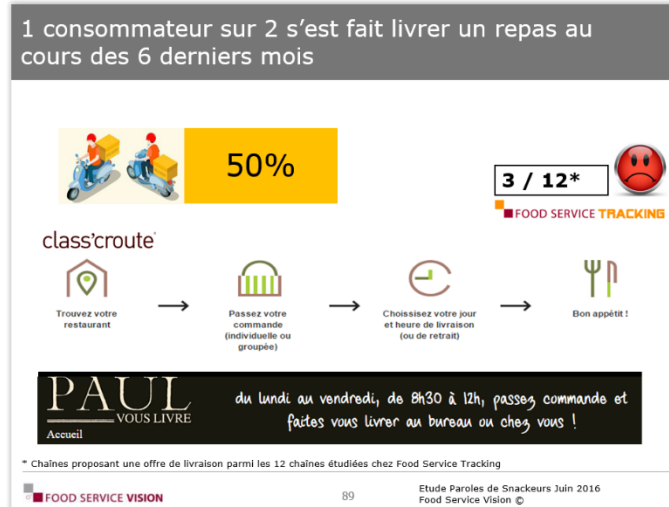
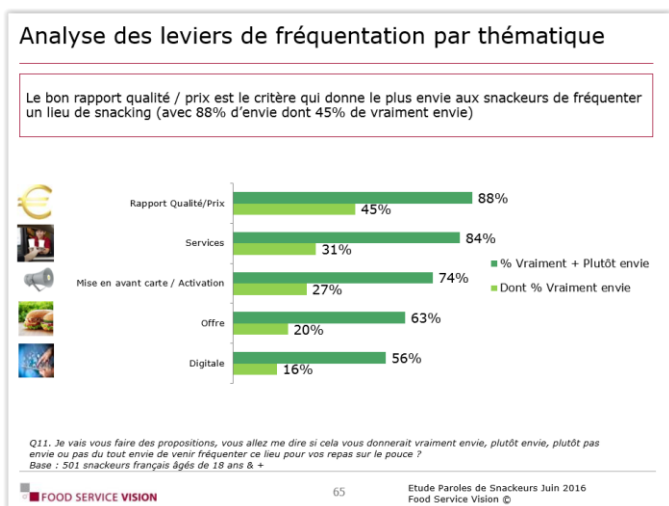
PAROLES DE SNACKEURS 2016

Les attentes snacking 2.0 décryptées : digitalisation et livraison

Plan du rapport :

- A - Le marché du snacking
- B - Palmarès des produits d'aujourd'hui et de demain
- C - Impact du digital sur la restauration rapide
- D - Leviers de fréquentation en restauration rapide
- E - Notoriété, fréquentation et image des enseignes
- F - Focus sur les services de livraison

Exemples de données :





PAROLES DE SNACKEURS 2016

Les attentes snacking 2.0 décryptées : digitalisation et livraison

Paroles de Snackers 2016

Une étude unique sur les nouveaux comportements et les attentes des snackers

Étude conduite en mai 2016 par Food Service Vision

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

- Quels sont les circuits les plus fréquentés ?
- Quels sont les critères de choix pour le lieu d'achat d'un repas snacking ? (Qualité des produits, le bio, la proximité, livraison etc.)
- Quels sont les insights sur l'offre et le concept pour développer la fréquentation d'un lieu de snacking ? (Sans gluten, repas végétarien etc.)
- Quels sont les usages et leviers pour développer efficacement le digital et la livraison dans un lieu de snacking ?
- Quels sont les types de plats les plus attendus par les snackers ? (Sandwichs, burgers etc.)

■ La méthodologie de l'enquête :

- **Cible** : 500 snackers 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, Chaînes de fast casual, Chaînes de sushis, acteurs spécialisés en livraison (Deliveroo, TakeEatEasy etc.)
- **Mode de recueil** : Etude on-line
- **Terrain d'enquête** : Mai 2016
- **Rapport** : 80 pages

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

A propos de France Snacking : Magazine leader de l'information des nouvelles tendances de l'alimentation et de la restauration rapide & nomade avec une diffusion de 50 000 exemplaires.

Visitez notre site www.snacking.fr

Tél : 01 81 93 83 80



VISION

EN PARTENARIAT AVEC :



PAROLES DE SNACKEURS 2016

Les attentes snacking 2.0 décryptées : digitalisation et livraison

BON DE COMMANDE

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

Rapport « Paroles de Snackers 2016 » Tarifs 2016

Je souhaite recevoir l'étude : « Paroles de Snackers 2016 »
Une version au format PDF - Livraison par messagerie -

Prix 3 500 € HT

Nom et Prénom :

Société :

Adresse :

Email :

Tél :

Date :

Signature et tampon :

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