

DISTRIBUTEURS

Etude

80 pages

Terrain d'enquête :  
Juin 2016

# Décryptage des comportements et attentes des restaurateurs vis-à-vis des promotions

**Paroles de Restaurateurs**  
**Impact Promos**





**Paroles de  
Restaurateurs -  
Impact Promos**

## *Décryptage des comportements et attentes des restaurateurs vis-à-vis des promotions*

*Quel est l'usage réel et le rôle du catalogue promotionnel par rapport aux autres médias (mails, newsletters, SMS...) ?*

*Les restaurateurs sont-ils prêts à adopter les solutions digitales ?*

*Quelles sont les catégories de produits les plus réactives à la promotion ?*

## **Les enseignements clés**

*La promotion est au cœur des stratégies d'achats des restaurateurs*

¼ des achats en restauration est réalisé en promotion

2 restaurateurs sur 3 effectuent des achats d'impulsion grâce à la promotion

Pour 74% des restaurateurs, la promotion permet d'essayer de nouveaux produits

## **Paroles de Restaurateurs – Impact Promos**

*L'étude de référence pour optimiser vos investissements promotionnels en hors domicile*

**Ajuster votre stratégie promotionnelle au regard des attentes des restaurateurs**

Canaux, supports, messages, mécaniques promotionnelles...

**Evaluer et benchmarker votre catalogue et votre image promotionnelle**

Comparer votre image avec celle de vos concurrents

**Adapter le contenu de vos catalogues pour mieux répondre aux attentes de vos clients**



## Paroles de Restaurateurs – Impact Promos

## Décryptage des comportements et attentes des restaurateurs vis-à-vis des promotions

### Thématiques étudiées

- \_ Pratiques d'achats des restaurateurs
- \_ Perception de la promotion
- \_ Impact de la promotion
- \_ Evaluation et attentes vis-à-vis des catalogues promotionnels

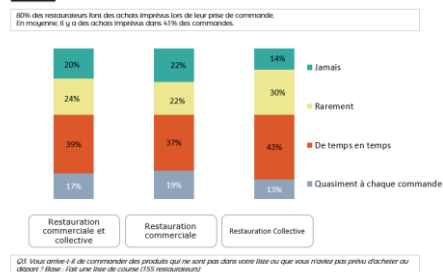
### Plan

- \_ Equipement digital et canaux d'achats
- \_ Impact des promotions sur les comportements d'achat
- \_ Sensibilité promotionnelle selon les catégories de produits
- \_ Utilisation des catalogues
- \_ Image des distributeurs
- \_ Leviers promotionnels

### Exemples de données

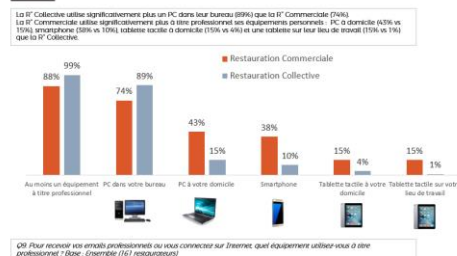
Pour plus d'informations [cliquer ici](#) ou flashez le code ci-dessous :

#### Fréquence de commande de produits imprévus :



food  
service  
vision

#### Equipement digital :



food  
service  
vision



### Méthodologie

#### Cible :

160 restaurateurs indépendants en France (80 restauration commerciale / 80 restauration collective)

#### Echantillonnage :

Représentativité assurée par la méthode des quotas

#### Lecture des résultats par circuits :

Restauration commerciale indépendante et restauration autogérée collective

#### Mode de recueil :

Terrain téléphonique de 20 minutes





**Paroles de  
Restaurateurs –  
Impact Promos**

*Décryptage des comportements et  
attentes des restaurateurs vis-à-vis  
des promotions*

## Bon de commande

Merci de compléter et de faxer cette page au 04.37.45.49.74 ou de nous la faire parvenir à l'adresse mail suivante : [m.caufman@foodservicevision.fr](mailto:m.caufman@foodservicevision.fr)

## Rapport Paroles de Restaurateurs – Impact Promos

Tarifs 2017

☐ Je souhaite recevoir l'étude Paroles de Restaurateurs – Impact Promos

Version au format PDF – livraison par messagerie

Prix : 3 500 € HT

Nom :

Email :

Prénom :

Tel :

Société :

Date :

Adresse :

Signature et tampon :

PO :

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



## Paroles de Restaurateurs – Impact Promos

# Décryptage des comportements et attentes des restaurateurs vis-à-vis des promotions

### CONDITIONS GENERALES DE VENTE :

La validation par le donneur d'ordre de sa commande vaut acceptation des présentes Conditions générales pleinement et sans réserve.

#### Article 1 - OBJET

L'objet du présent contrat est de définir les modalités et les conditions selon lesquelles **FOOD SERVICE VISION** met à disposition du donneur d'ordre l'étude multi clients. Ces études multi clients sont établies sur la base d'éléments objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs récoltés par la société. **FOOD SERVICE VISION** fait une analyse de ces éléments objectifs afin d'élaborer des lignes directrices figurant dans les études multi clients.

#### Article 2 - OBLIGATIONS DU DONNEUR D'ORDRE

Il appartient au donneur d'ordre de définir ses besoins et de rechercher si les spécifications des études multi clients y sont adaptées, compte tenu des objectifs qu'il poursuit. **FOOD SERVICE VISION** a mis à la disposition du donneur d'ordre toutes les informations souhaitées pour lui de sorte qu'il puisse prendre toutes décisions utiles.

La société **FOOD SERVICE VISION** confère au donneur d'ordre le droit, non transférable, de faire usage pour son compte unique et personnel des études multi clients et des informations qu'elles contiennent et ce, dans l'unique cadre de son activité.

Le donneur d'ordre s'oblige à n'employer les informations qu'à des fins licites, conformément à la législation en vigueur.

Ainsi, il ne pourra céder à un tiers aucune information fournie et sera tenu responsable de toutes conséquences directes ou indirectes qui pourraient découler de l'utilisation non conforme aux présentes conditions générales de vente des études multi clients ou des informations qu'elles contiennent.

#### Article 3 - OBLIGATIONS DE FOOD SERVICE VISION

##### 3.1 - Livraison

Les informations contenues dans les études multi clients fournies par **FOOD SERVICE VISION** sont transmises directement à l'Utilisateur par voie électronique.

Aucune fourniture ou service complémentaire n'est implicitement compris.

##### 3.2 - Sur l'exactitude des informations communiquées

**FOOD SERVICE VISION** recueille les informations figurant dans les études multi selon différentes sources et fait les meilleurs efforts pour en contrôler la crédibilité.

Cependant, malgré tous ces efforts, **FOOD SERVICE VISION** ne peut pas garantir l'exactitude pleine et entière du contenu des études multi. Le donneur d'ordre utilise les informations de **FOOD SERVICE VISION** en connaissance de cause.

#### Article 4 - PRIX

Les prix présentés par **FOOD SERVICE VISION** sont indiqués en euros, hors taxes (HT) auxquels s'appliquent les taux de TVA en vigueur. Toutes les commandes, quelle que soit leur origine, sont payables en euros à trente jours date de facture. **FOOD SERVICE VISION** se réserve le droit de modifier ses prix à tout moment. Les produits sont toujours facturés sur la base des tarifs en vigueur au moment de l'enregistrement de la commande.

#### Article 5 - RESPONSABILITE

**FOOD SERVICE VISION** est soumise de manière expresse à une obligation de moyens.

En cas de mise en œuvre de la responsabilité de **FOOD SERVICE VISION**, le montant de la réparation dû ne pourra excéder le prix de la monographie mise à la disposition de l'Utilisateur.

#### Article 6 - REFERENCES

**FOOD SERVICE VISION** aura le droit de faire figurer le nom de l'Utilisateur sur une liste de références, sauf dérogation expresse du donneur d'ordre.

#### Article 7 - TOLERANCE

Le fait par l'une des parties de ne pas se prévaloir d'un manquement de l'autre partie à l'une quelconque des obligations visées dans les présentes, ne saurait être interprété pour l'avenir comme une renonciation à l'obligation en cause.

#### Article 8 - CLAUSE D'ARBITRAGE

En cas de litige, les deux parties s'engagent à tout mettre en œuvre afin de résoudre le litige à l'amiable avant d'engager une action en justice

#### Article 9 - ATTRIBUTION DE COMPETENCE

Les présentes conditions générales sont soumises à la loi française.

En cas de litige non résolu à l'amiable, qu'il soit relatif à l'interprétation ou l'exécution des présentes, et même en cas d'urgence, compétence exclusive est attribuée au Tribunal de commerce de LYON qu'il y ait ou non pluralité de défenseurs ou appel en garantie.

Dans le cas où l'une des parties engage une action judiciaire, la partie qui gagne son procès sera en droit d'obtenir le remboursement de ses frais et honoraires.