

Etude

80 pages

Terrain d'enquête :  
Octobre 2017

**Paroles de chefs**  
**gastronomiques**  
**France & Monde**

# Décryptage des tendances et enjeux des chefs gastronomiques



## Décryptage des tendances et enjeux des chefs gastronomiques

Parce que la restauration gastronomique montre la voie de la restauration et de l'alimentation de demain

Identifiez dès aujourd'hui les tendances de la restauration gastronomique

Comprenez les enjeux actuels des restaurateurs de la gastronomie française et internationale

Anticipez les tendances qui influencent la restauration de demain

Avec cette étude, adaptez votre offre et vos services et prenez une longueur d'avance !

## Les enseignements clés

L'achat de produits locaux : une pratique pour **97%** des chefs gastronomiques

Les chefs sont particulièrement préoccupés par le développement durable.

L'attention N°1 concerne le bien-être animal : **86% des chefs gastronomiques portent attention au bien-être animal dans leur achat.**

Les **particularismes alimentaires** sont largement intégrés dans la cuisine : **91%** des chefs gastronomiques ont une proposition **végétarienne** dans leur restaurant.

Pour **48%** des chefs gastronomiques, le **no-show** (réservation non honorée) est un enjeu majeur de gestion.

## Paroles de chefs gastronomiques

L'étude de référence pour identifier les dernières tendances gastronomiques et les enjeux des chefs en France et à travers le monde

### Identifier les pratiques actuelles dans l'assiette

Les ingrédients tendances, les pratiques culinaires actuelles et en développement

Le traitement des particularismes alimentaires (régimes végétariens, vegan, sans lactose, sans gluten ...)

La valorisation des produits & fournisseurs sur les cartes (AOP, Labels...)

### Identifier les pratiques actuelles sur le développement durable

Les principales préoccupations des chefs et les actions mises en place

### Identifier les pratiques digitales en Front et Back Office

Les canaux digitaux utilisés pour communiquer avec leurs clients (réseaux sociaux, site internet, plateformes promo ...)

Les usages digitaux en back office (commandes en ligne, gestion des stocks, gestion du personnel)

### Comprendre les principaux enjeux actuels des restaurants gastronomiques

Les difficultés majeures rencontrées par la profession (no show, recrutement, trésorerie ...)

## Thématiques étudiées

- \_ Nouvelles pratiques en cuisine (techniques & sources de création / inspiration)
- \_ Le traitement de la santé dans l'assiette et le éco-responsable
- \_ Les pratiques digitales
- \_ Évaluation des enjeux de gestion (gestion du recrutement, no-show, ...)

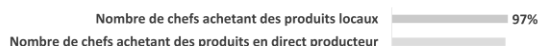
## Plan

1. Structure des cartes
2. Pratiques de mise en avant des produits & fournisseurs sur la carte
3. Ingrédients tendances et pratiques culinaires actuelles
4. Type d'approvisionnement
5. Enjeux de gestion
6. Solutions digitales utilisées pour la gestion du restaurant et la relation consommateurs
7. Activités complémentaires pratiquées

## Exemples de données

### 2 pratiques d'achat très répandues : les produits locaux & le direct producteur

#### Pratiques d'achat



#### Raisons d'achat de produits locaux



Base : restaurants gastronomique >100€ (97)  
Q6. Nous allons parler des raisons pour lesquelles vous achetez des produits locaux pour votre établissement

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



## Méthodologie

### Cible :

- 100 restaurateurs gastronomiques indépendants en France
- 100 restaurateurs gastronomiques indépendants Monde (Europe, USA, Asie)

### Mode de recueil :

Terrain téléphonique de 20 minutes durant le mois d'octobre 2017

### Lecture des résultats :

- Restauration gastronomique France & Restauration gastronomique Monde
- Rapport réalisé sur les 100 chefs gastronomiques de plus de 100 €
- Sont disponibles sur demande, les résultats de moins de 100 € en sortie Excel

**Paroles de  
chefs  
gastronomiques  
France et Monde**

## *Décryptage des tendances et enjeux des chefs gastronomiques*

### **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)

### **Tendances gastronomiques**

Tarifs 2018

Je souhaite recevoir l'étude Paroles de chefs gastronomiques - France & Monde  
Prix : 2 000 € 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

## **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 l'étude mise à la disposition du donneur d'ordre.

### **Article 6 - REFERENCES**

**FOOD SERVICE VISION** aura le droit de faire figurer le nom du donneur d'ordre 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.