

**DISTRIBUTEURS**

Étude

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

## Paroles de Professionnels Impact Promos 2019

Alimentaire

Restauration Commerciale, Collective, Boulangerie pâtisserie





Paroles de Professionnels - Impact Promos 2019

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

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

Couramment utilisées, la promotion est un levier clé pour le développement des ventes en food service.

Mais quelle est la part des promotions dans les achats des restaurateurs ?

Comment impactent-elles les comportements d'achat ?

Quel est l'usage et le rôle du catalogue promotionnel ? Les restaurateurs sont-ils prêts à adopter les solutions digitales ?

Et concernant l'impact des promotions sur le comportement d'achat :

Quelles sont les mécaniques promotionnelles les plus attendues et qui déclenchent l'achat ?

Pour quelles catégories de produits les marques sont-elles les plus importantes ?

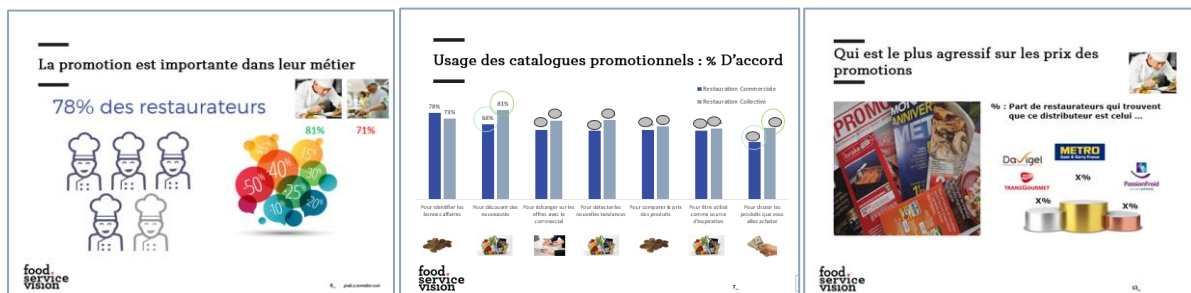
Quel pourcentage de remise incite les professionnels à changer de source d'approvisionnement ?

« Parole de professionnel - Impact promo » **décrypte l'impact des promotions auprès des professionnels du hors-domicile et identifie les leviers promotionnels les plus efficaces.**

Une première étude avait été menée en 2016. Trois ans après, Food Service Vision remet à jour cette étude pour vous permettre d'acquérir une vision concrète des comportements et des attentes des professionnels de la restauration en 2019.

**Une étude qui a permis à de nombreux industriels et distributeurs de redéfinir leurs stratégies promotionnelles et d'optimiser leurs investissements.**

Nouveau cette année, Food Service Vision étudiera également **la cible des Boulangers – Pâtisseries.**





Paroles de  
Professionnels -  
Impact Promos 2019

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

### Les bénéfices de cette étude

Avec cette étude, **sécurisez vos prises de décision et votre stratégie promotionnelle future en identifiant et priorisant vos leviers pour agir et améliorer votre positionnement :**

- Ajustez votre **stratégie promotionnelle** au regard des attentes des professionnels  
Canaux, supports, messages, mécaniques promotionnelles...
- Evaluez et **benchmarker votre catalogue** et votre image promotionnelle
- Mesurez **l'importance des promotions** sur les différentes catégories de produits alimentaires
- Identifiez **les leviers promotionnels efficaces** (supports et contenu) pour développer vos ventes auprès des restaurateurs
- Adaptez **le contenu de vos catalogues** pour mieux répondre aux attentes de vos clients

### Thématiques étudiées

- \_ Pratiques d'achats alimentaires (hors boissons) des restaurateurs, des boulangers-pâtisseries
- \_ Perception de la promotion
- \_ Impact de la promotion alimentaire (hors boissons)
- \_ Evaluation et attentes vis-à-vis des catalogues promotionnels

### Méthodologie

**Catégorie :** Alimentaire

**Cible :** 240 professionnels indépendants en France

- 80 restauration commerciale
- 80 restauration collective
- **80 boulangers pâtisseries indépendants**

**Échantillonnage :**

Représentativité assurée par la méthode des quotas

**Lecture des résultats par circuits :**

Restauration commerciale indépendante, restauration autogérée collective et boulangeries-pâtisseries indépendantes

**Évolution des résultats entre 2016 et 2019 pour la restauration commerciale indépendante et la restauration autogérée collective**

**Mode de recueil :**

Terrain téléphonique ou en ligne, questionnaire de 20 minutes

Nouveauté  
2019

Nouveauté  
2019



**Paroles de  
Restaurateurs –  
Impact Promos 2019**

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

### **Bon de commande**

Merci de compléter et de nous le faire parvenir à l'adresse mail suivante :

[v.alberola@foodservicevision.fr](mailto:v.alberola@foodservicevision.fr)

### **Rapport Paroles de Professionnels – Impact Promos**

Tarifs 2019

- Je souhaite recevoir l'étude **Paroles de Professionnels – Impact Promos 2019**  
Version au format PDF – livraison par messagerie mi-février  
Prix : 4 800 € HT
- Je souhaite une **présentation orale** de l'étude Paroles de Professionnels – Impact Promos, réalisée par un consultant Food Service Vision  
Prix : 950 € HT (frais de déplacement non compris)

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 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 défendeurs 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.