

# Quel est l'impact de la crise sanitaire sur les consommateurs en Foodservice ?

## Rapport synthétique de la vague 2

Etude shopper IRi – GIRA Foodservice

Juillet 2020 - Vague 2

# Méthodologie quanti

1 200 personnes interrogées

*Terrain réalisé par notre prestataire Made In Surveys entre le 18 et le 21 juin 2020*

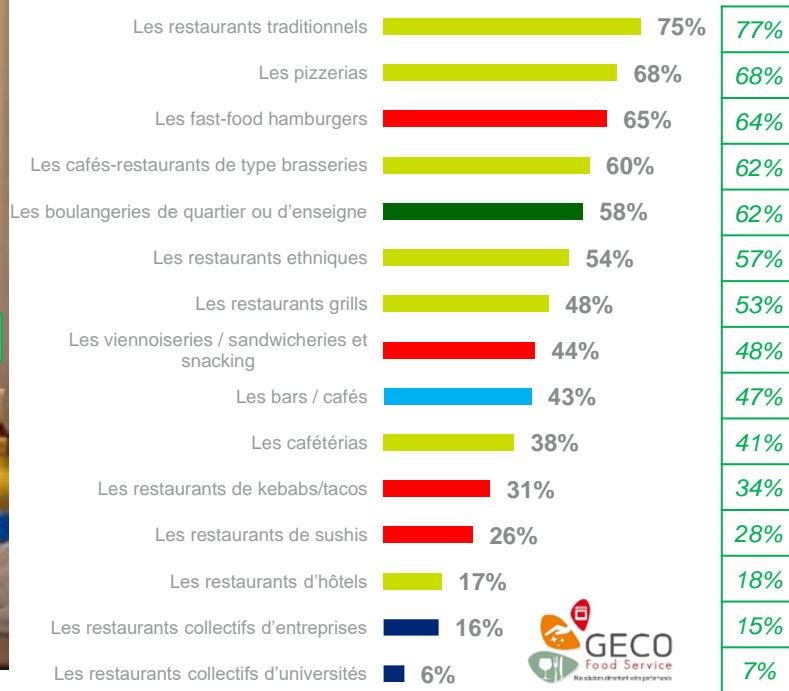
*Questionnaire auto-administré auprès de 1 200 personnes :*

- *Hommes et femmes, mix d'âges, de CSP et de régions  
=> échantillon national représentatif sur ces critères*
- *Ayant l'habitude de consommer des repas / boissons dans des établissements de restauration avant la crise sanitaire et leur fermeture le 14 mars*

# Une multitude d'établissements fréquentés, en particulier la Restauration avec Service à table et la Restauration rapide...



## Détail des établissements fréquentés avant la crise



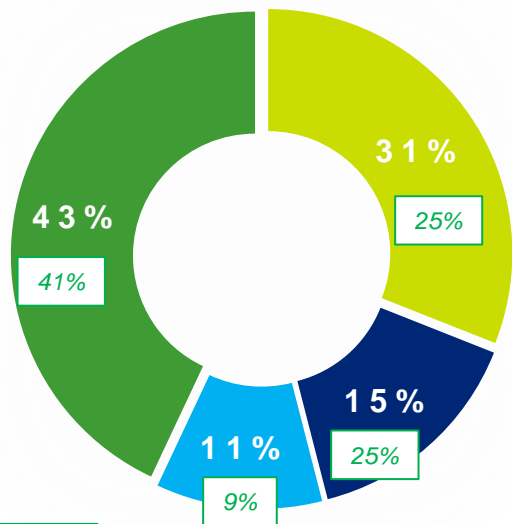
Total étude (n=1 200)

Vague 1



# Malgré une baisse notable, 1/4 des français a toujours recours au télétravail, au moins partiellement, avec en moyenne 3,6 jours de télétravail / semaine.

## Quel recours au télétravail ...



Vague 1

Total étude (n=1 200)

#1 ...au travail au sein de votre entreprise

#2 ...en télétravail, à domicile

#3 à la fois en télétravail, à domicile, et au travail au sein de votre entreprise, vous alternez

#4 Inactifs + En arrêt d'activité du fait de la crise



3,6

Jours par semaine, en moyenne

3,9

Près de la moitié des actifs a vu son activité professionnelle s'arrêter, au moins en partie, et près d'1/5 connaît une période de chômage partiel.



**Votre activité professionnelle pendant la crise**



**...ont vu leur activité s'arrêter définitivement ou en partie** 46%  
*Dont 6% définitivement et 38% en partie*



**...sont au chômage partiel** 27%  
*CSP + : 12%  
Vs CSP - : 23%*      Soit 11% de l'échantillon 17%

**Uniquement auprès des 63% d'actifs (n=733)**

Vague 1



Q89) Est-ce que votre activité professionnelle est arrêtée du fait de la crise ?  
Q89b) Etes-vous en chômage partiel ?

Aujourd'hui, avec la réouverture des établissements de restauration, la français reprennent leurs habitudes : un retour quasi à la normale du nombre de repas pris par jour, en semaine, à la maison !



2,7

2,7

← Avant la crise

→ Pendant la crise

3,3

2,8

← Depuis la réouverture des établissements

Vague 1

Total étude (n=1 200)

\*parmi les 4 repas : petit déjeuner, déjeuner, encas/goûter, dîner



Q16) Avant la crise sanitaire, les jours de la semaine, combien de repas vous et votre famille preniez-vous à votre domicile par jour (petit-déjeuner, déjeuner, goûter et dîner) ? / Q16bVague 1) Depuis le début de la crise sanitaire, les jours de la semaine, combien de repas vous et votre famille preniez-vous à votre domicile par jour ? Q16bVague 2) Maintenant, les jours de la semaine, combien de repas vous et votre famille preniez-vous à votre domicile par jour ?

# Confirmation d'une période de modifications des façons de vivre, malgré une baisse Vs la vague 1 : 4 français sur 5 déclarent avoir pris de nouvelles habitudes de consommation.



Quid des nouvelles habitudes prises depuis le début de la crise sanitaire ?



86%

...ont pris de nouvelles habitudes concernant leur consommation de produits alimentaires/boissons

Vague 1

Moins de 25 ans : 89% Vs 55 ans et + : 75%

CSP+ : 86% Vs Inactifs : 76%

Ceux dont l'activité professionnelle s'est arrêtée : 86% Vs ceux dont l'activité professionnelle s'est poursuivie : 82%

Total étude (n=1 200)



Q14) Concernant votre consommation de produits alimentaires/boissons, quelles sont les nouvelles habitudes que vous avez prises depuis le début de la crise sanitaire, avec le confinement et à la fermeture des établissements de restauration ?

# Le Fait-maison s'est fortement développé (59%) pendant ce 1<sup>er</sup> semestre, malgré une baisse de 9 pts Vs la vague 1, en particulier le fait de cuisiner, de pâtisser, de tester de nouvelles recettes, et également un recentrage sur le local (plus que sur le bio)...

## Quid des nouvelles habitudes prises depuis le début de la crise sanitaire ?



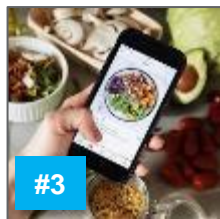
○ Stabilité Vs vague 1



#1



#2

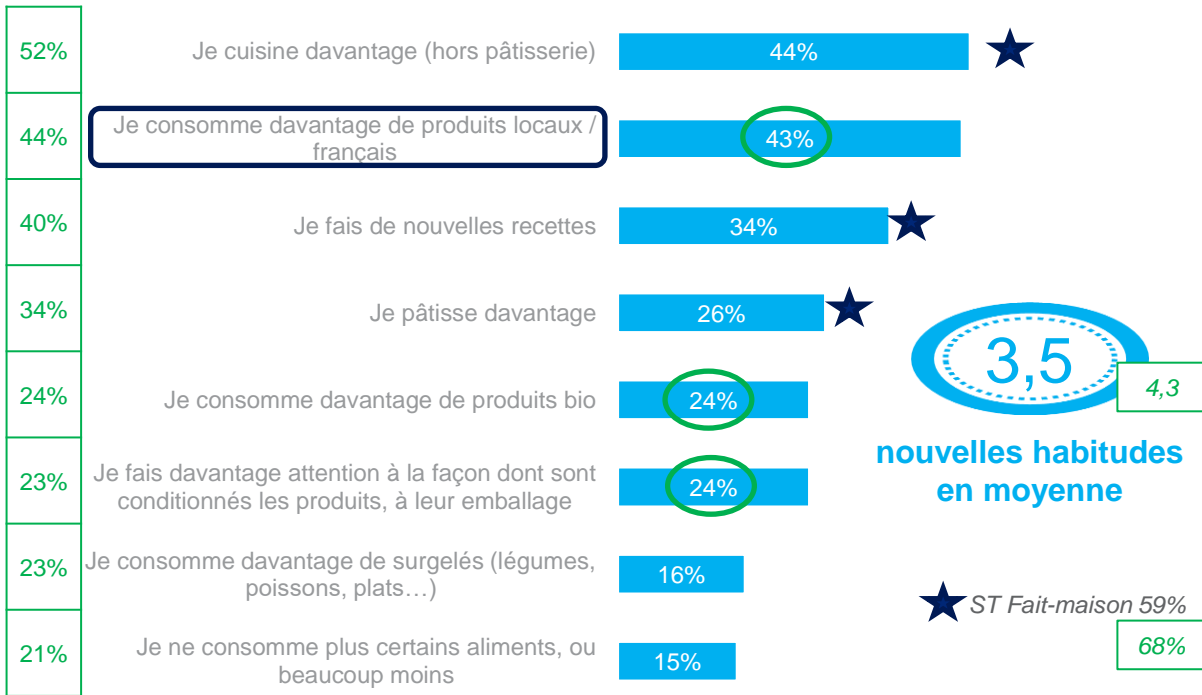


#3



#4

Vague 1



Suite des nouvelles habitudes > 15%





# Un véritable engouement pour les commerces de proximité pour compenser la fermeture des établissements de restauration : la moitié des français y a transféré ses consommations, et 90% souhaitent conserver au moins en partie ces nouvelles habitudes -> à surveiller et mesurer dans la durée

## Focus sur les produits alimentaires



### Pendant la fermeture des établissements de restauration

*Vous avez transféré vos consommations vers des achats chez les bouchers, charcutiers, traiteurs...*

Oui,  
en partie  
**46%**

Oui,  
toutes  
**6%**

Non  
**48%**

### Avec la réouverture des établissements de restauration

*Vous pensez conserver ces nouvelles habitudes*

Oui,  
en partie  
**79%**

Oui,  
toutes  
**14%**

Non  
**8%**

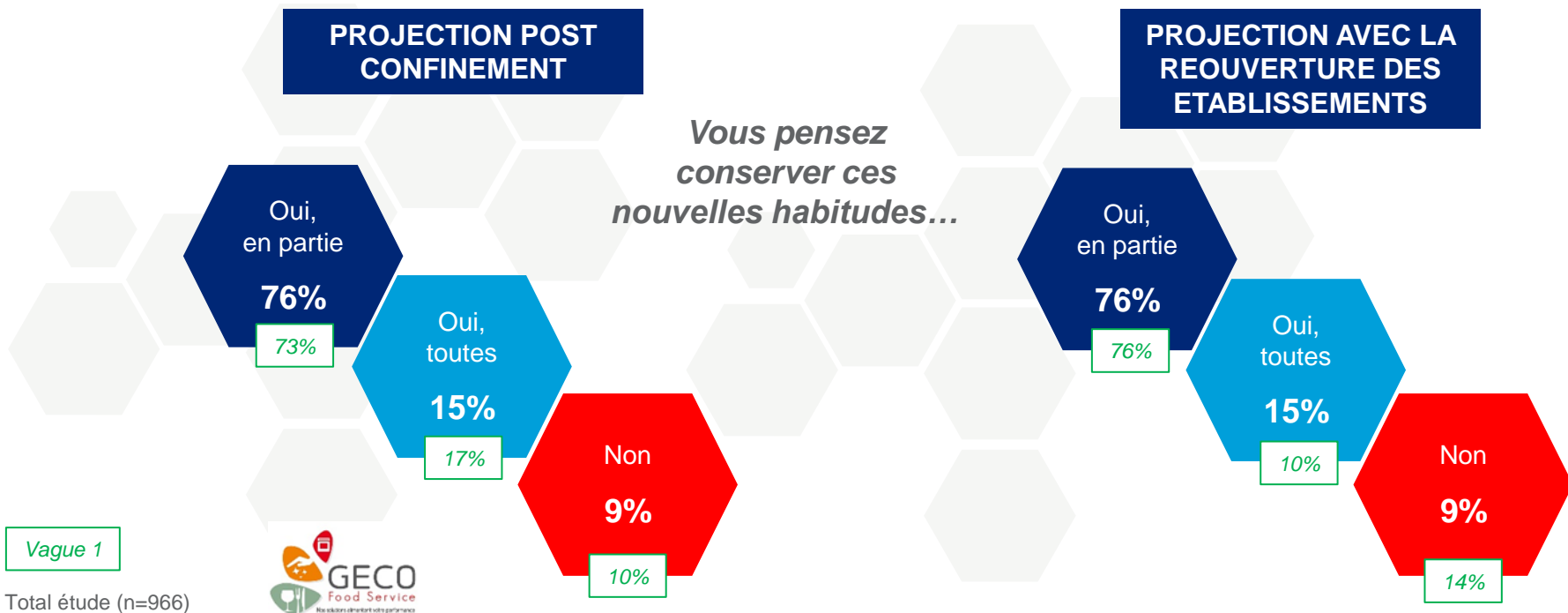
Total étude (n=1 200)



Q14dV2) Concernant les produits alimentaires, avez-vous transféré les consommations que vous faisiez dans les établissements de restauration vers des achats chez les bouchers, charcutiers, traiteurs ? / Q14eV2) Et pensez-vous que vous allez conserver ces nouvelles habitudes avec la réouverture des établissements de restauration ?

# De nouvelles habitudes de consommation qui semblent s'installer : à fin juin, 9 français sur 10 ont l'intention de les conserver, au moins en partie, post confinement et post réouverture des établissements de restauration. Un indicateur à suivre en vague 3 !

Uniquement aux 80% ayant pris de nouvelles habitudes



Vague 1



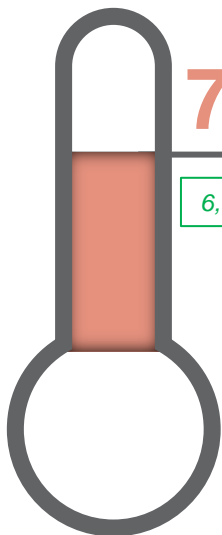
Total étude (n=966)



Q15b) Pensez-vous que vous allez conserver ces nouvelles habitudes maintenant que le confinement est terminé ? / Q15c) Et pensez-vous que vous allez conserver ces nouvelles habitudes avec la réouverture des établissements de restauration ?

Une note logiquement basse pour le moral des français, avec des différences par âge. A noter, plus de 2 répondants sur 5 sont plutôt pessimistes concernant l'avenir ! Pas d'évolution Vs la vague 1.

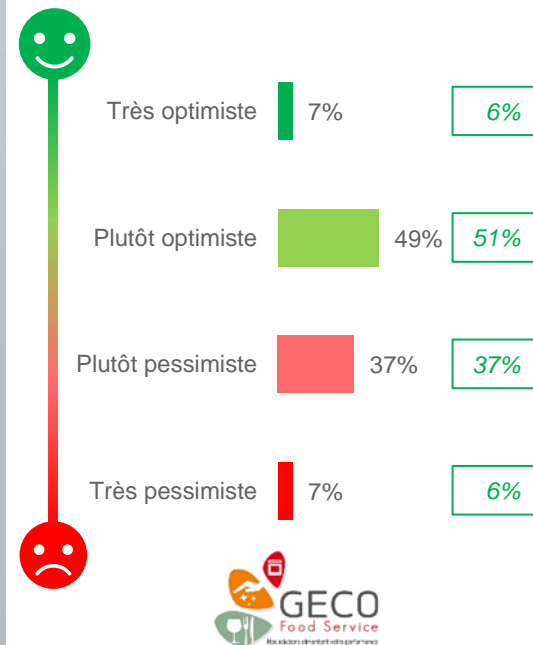
### Evaluation du moral depuis le début de la crise



Vague 1

Total étude (n=1 200)

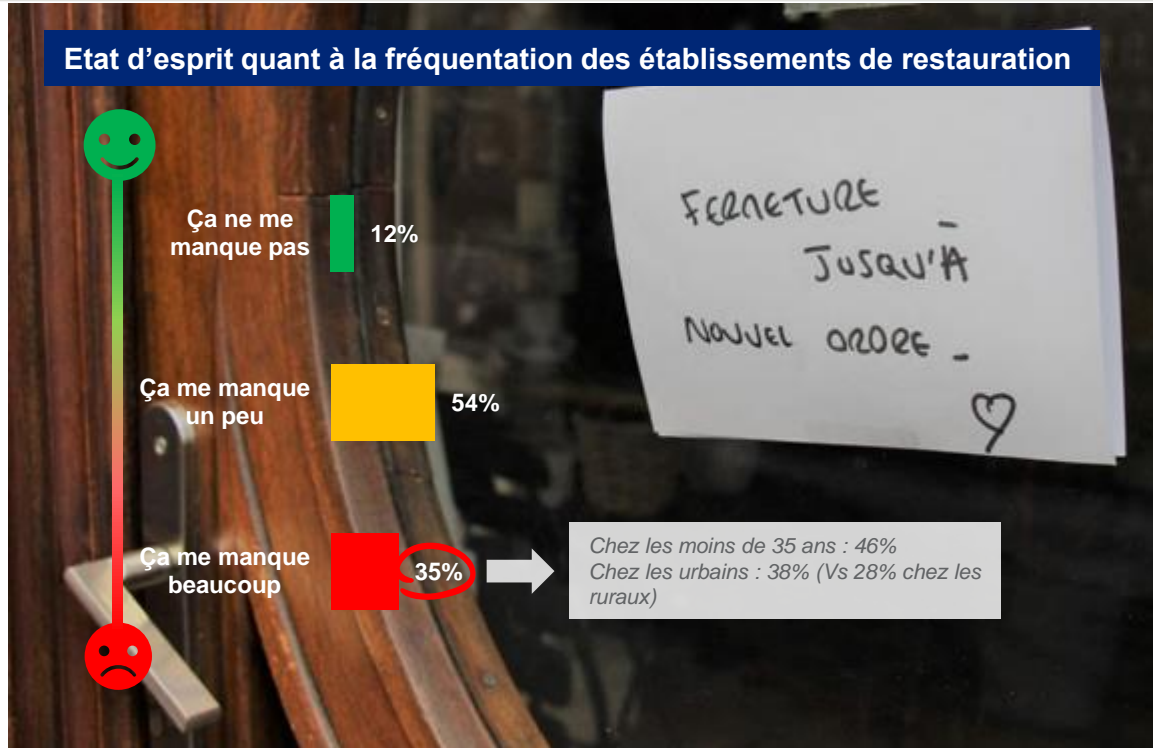
### Et l'avenir ?



# En mai, avant leur réouverture, des établissements de restauration qui manquaient à leurs clients (88%)



## Vague 1



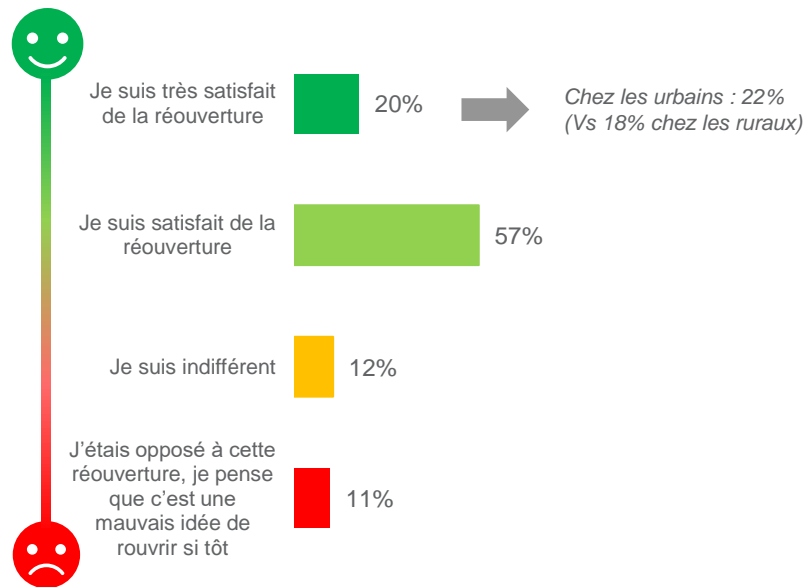
Total étude (n=1 200)

# A fin juin, 77% des clients se disent satisfaits de voir leurs établissements de restauration rouverts.

## Etat d'esprit quant à la réouverture des établissements de restauration



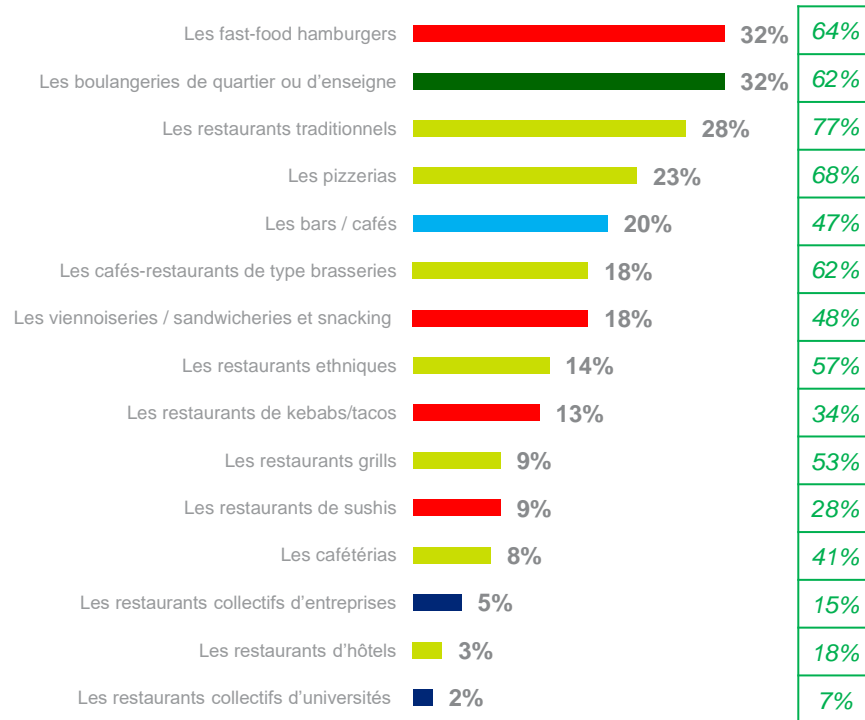
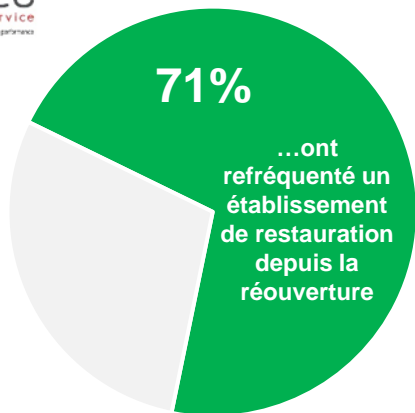
Total étude (n=1 200)



# 2 semaines après la réouverture des établissements, 7 français sur 10 y sont retournés !

## Confirmation de leur place importante dans les habitudes de vie ! Le top 3 des établissements fréquentés : fast-food hamburgers, boulangeries et restaurants traditionnels.

### Détail des établissements fréquentés depuis leur réouverture



Vague 1

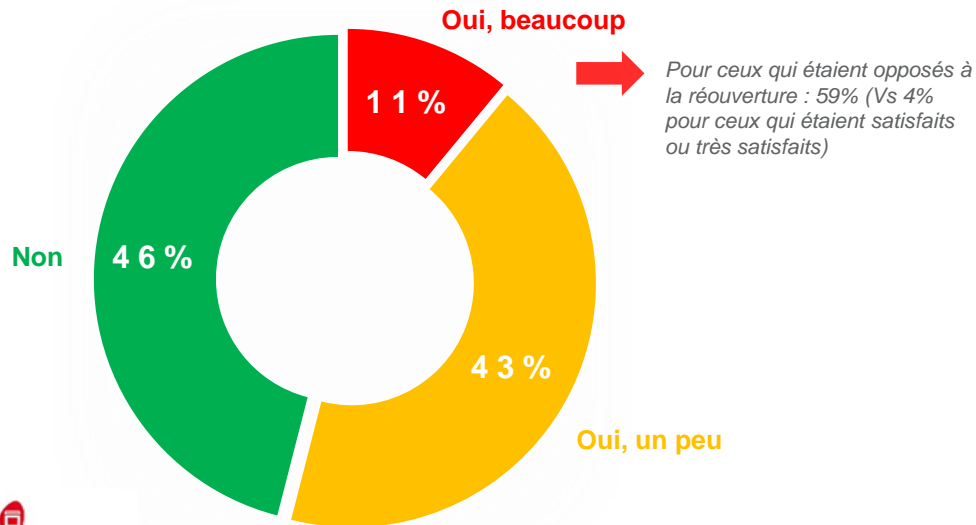
Total étude (n=1 200)



Q01bV2) Depuis la réouverture des établissements de restauration, lesquels avez-vous fréquentés (hors cantines scolaires) ?

# En revanche, une sérénité mitigée des clients à sortir à nouveau dans les établissements de restauration, avec des disparités importantes selon l'âge.

## Avez-vous peur de sortir à nouveau dans les établissements de restauration



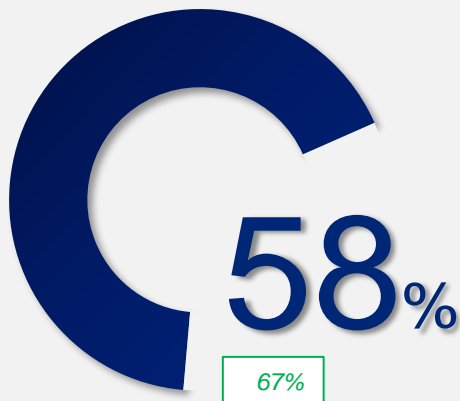
	Moins de 25 ans (N=132)	Entre 25 et 34 ans (N=192)	Entre 35 et 44 ans (N=190)	Entre 45 et 54 ans (N=217)	55 ans et plus (N=469)
Oui, beaucoup	8%	14%	14%	12%	9%
Oui, un peu	39%	35%	42%	47%	45%
Non	52%	51%	44%	42%	46%

# Une crainte confirmée par l'importance toujours accordée à la sécurité sanitaire (respect des normes sanitaires et distances de sécurité), qui, malgré une baisse de 9pts Vs la vague 1, reste plus importante que l'expérience émotionnelle.

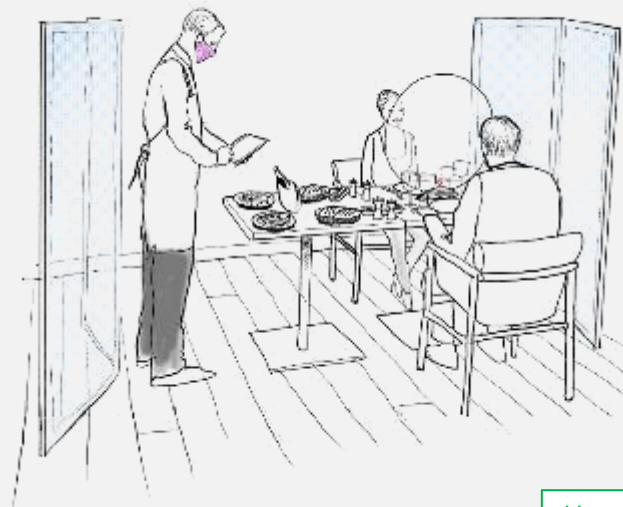
## IMPORTANCE DE LA SECURITE SANITAIRE



Q49a) maintenant que les établissements de restauration ont rouvert, à quel critère, parmi les 2 proposés, accordez-vous le plus d'importance lorsque vous décidez de sortir dans ces établissements ?



...des clients accorderont plus d'importance à la sécurité sanitaire\* qu'à l'expérience émotionnelle\*\*



Vague 1

\*respect des normes sanitaires et de distances de sécurité entre les clients

\*\*plaisir et envie de sortir dans les établissements de restauration, les contacts sociaux et distance de sécurité entre les clients,...

Total étude (n=1 200)

	Moins de 25 ans (N=132)	Entre 25 et 34 ans (N=192)	Entre 35 et 44 ans (N=190)	Entre 45 et 54 ans (N=217)	55 ans et plus (N=469)	CSP + (N=348)	CSP - (N=385)	Inactifs (N=467)
Expérience émotionnelle	45%	<b>53%</b>	42%	42%	36%	44%	46%	36%
Sécurité sanitaire	55%	47%	58%	58%	<b>64%</b>	56%	54%	<b>64%</b>



# Un niveau de confiance accordé aux professionnels de la restauration qui progresse Vs la vague 1, mais qui reste faible, toujours envers les établissements de restauration rapide, les chaînes et les restaurants collectifs.

## NIVEAU DE CONFIANCE

### Professionnels de la restauration

7,1 /10

6,8

Total étude (n=1 200)

Vague 1

### A ceux qui fréquentent les types d'établissement



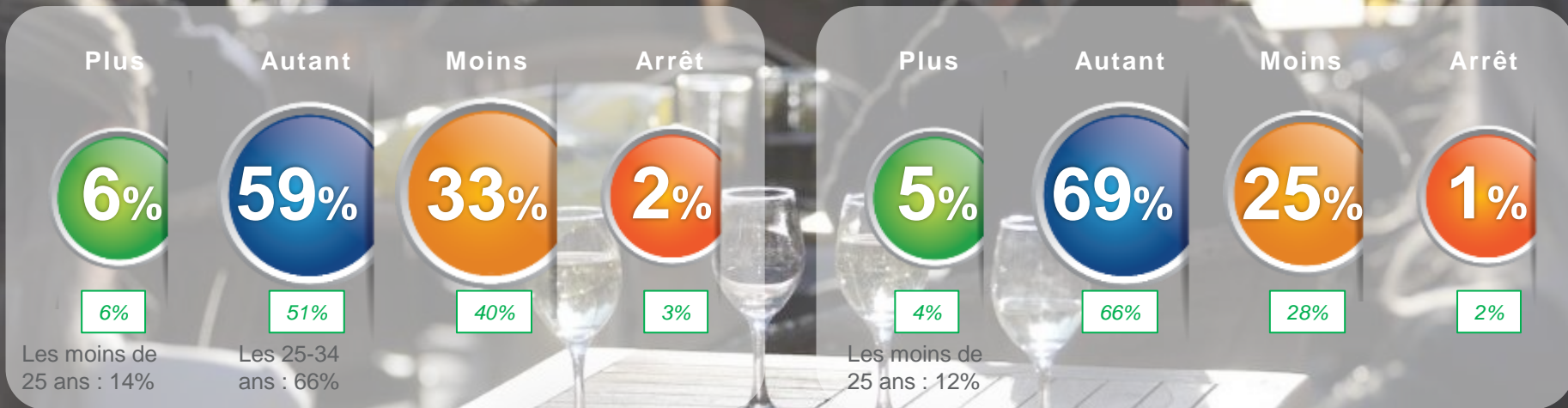
# A fin juin, une projection de sortie dans les établissements de restauration qui s'éclaircit Vs fin mai. Les clients restent prudents quant à la fréquentation des établissements, mais la projection à 2/3 mois et à 6 mois est plus favorable qu'en vague 1. Une reprise progressive qui se confirme en vague 2 !



## EVOLUTION DES SORTIES DANS LES ETABLISSEMENT DE RESTAURATION VS AVANT LA CRISE SANITAIRE...

...d'ici 2/3 mois

...dans 6 mois



Vague 1

...qu'avant la crise sanitaire

Total étude (n=1 200)



Q49b) Avec la réouverture des établissements de restauration, comment pensez-vous réagir dans votre vie quotidienne concernant vos sorties dans ces établissements en général d'ici 2/3 mois ? Q49c) Et comment pensez-vous réagir dans 6 mois ?

Tout comme fin mai, les 2 raisons principales de diminution ou d'arrêt de la fréquentation de certains établissements sont directement liés à la crainte d'être contaminé par le virus. A noter, à fin juin, 28% des clients évoquent des raisons budgétaires, soit 3pts de plus en 1 mois → à surveiller !

A ceux qui pensent diminuer ou arrêter leur fréquentation de certains établissements (n=527, soit 44% du total étude)



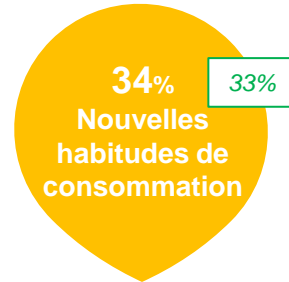
Quelles sont les raisons de diminution ou d'arrêt de la fréquentation de certains établissements ?



77% pour ceux ayant donné une note de confiance entre 0 et 4 Vs 29% pour ceux ayant donné entre 8 et 10



40% pour ceux ayant donné une note de confiance entre 8 à 10



Puis...

**28% Pour des raisons de budget\***

25%

19% Pour pouvoir mieux contrôler la provenance et l'origine des produits que je consomme

16%

12% Parce que les plats sont meilleurs dans d'autres types d'établissements

7%

7% Parce que je n'y trouve pas les produits dont les marques me rassurent, en lesquelles j'ai confiance

7%

Vague 1



Q52bis) Pour quelles raisons avez-vous l'intention de fréquenter moins souvent, voire plus du tout, certains établissements ?

A fin juin, la 1<sup>ère</sup> raison d'augmentation de la fréquentation de certains établissements reste le plaisir. On note toutefois une baisse de 15pts. De nouvelles motivations émergent : l'envie de faire moins de courses et la qualité des plats → axes de communication à utiliser !

Quelles sont les raisons d'augmentation de la fréquentation de certains établissements ?

A ceux qui pensent augmenter leur fréquentation de certains établissements  
(n=104, soit **9%** du total étude)

Plaisir  
62%

77%

Besoin de contacts sociaux  
48%

51%

Retrouver les plats / boissons que j'apprécie  
39%

50%

Soutenir les établissements  
57%

59%

Profiter de sortir après le confinement  
42%

48%

Découvrir de nouvelles recettes  
31%

29%

Puis...

Faire moins de courses	18%	11%
Les plats sont meilleurs	18%	11%
Prix pratiqués	17%	18%
Moins cuisiner	13%	9%
Retrouver des produits dont les marques me rassurent, en lesquelles j'ai confiance	12%	22%



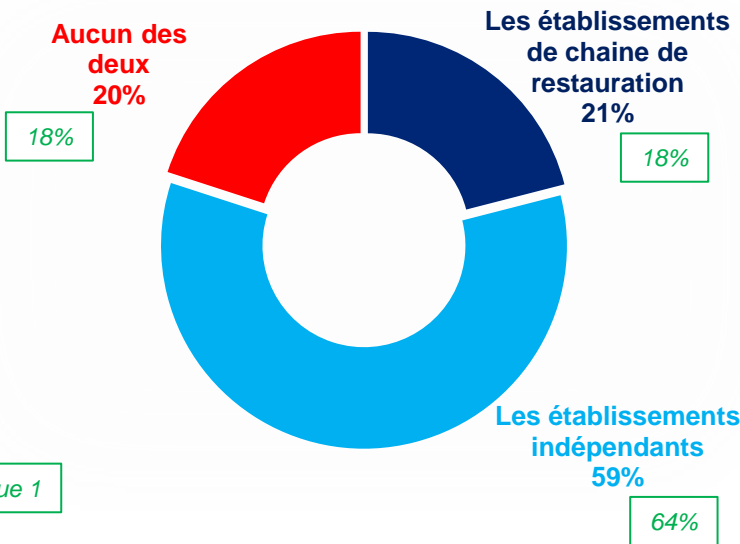
Vague 1



Pas d'évolution Vs la vague 1, 3 clients sur 5 souhaitent privilégier les établissements indépendants pour les soutenir, pour le plaisir, et pour la qualité des produits et du contact humain. Pour les établissements de chaîne, c'est davantage l'habitude et les prix qui motivent les clients.



QUEL TYPE D'ETABLISSEMENTS SERA PRIVILEGIE ?



Total étude (n=1 200)

#1	Par habitude	43%	46%
#2	Pour les prix pratiqués	38%	41%
#3	Pour le plaisir, l'envie d'y passer un moment	38%	36%

Puis <30%

#1	Pour soutenir ces établissements et leur personnel	57%	61%
#2	Pour le plaisir, l'envie d'y passer un moment	51%	54%
#3	Pour la qualité d'accueil, l'amabilité	49%	48%
	Parce que les produits sont de qualité	48%	52%
	Parce que les produits sont frais	42%	42%

Puis <30%



Peu de changements Vs fin mai concernant les attentes en termes d'offre : les clients souhaitent toujours un recentrage vers la « maîtrise » des produits consommés (français, local, Fait-maison, qualité), et des emballages éthiques (écologie et pérennité). Quid de recentrer l'offre, de la réduire, pour proposer « moins mais mieux »

Quelles sont les attentes des consommateurs en Foodservice en termes d'offre ?

4,6

Attentes concernant l'offre, en moyenne

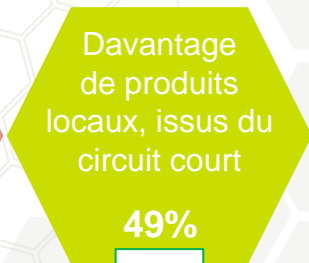
4,6



56%



56%



49%



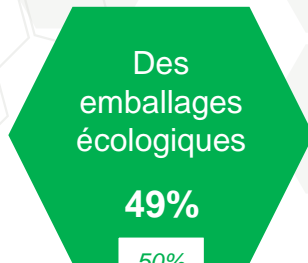
37%



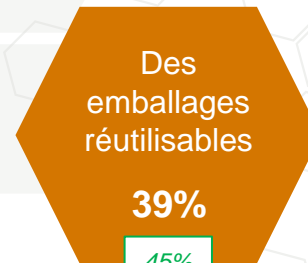
34%

Suite des attentes <30%

Et spécifiquement pour les établissements proposant VAE ou LAD



50%



45%



Vague 1

Total étude (n=1 200)



Q57) Maintenant que les établissements de restauration ont rouvert, qu'attendez-vous de leur part en termes d'offre ?

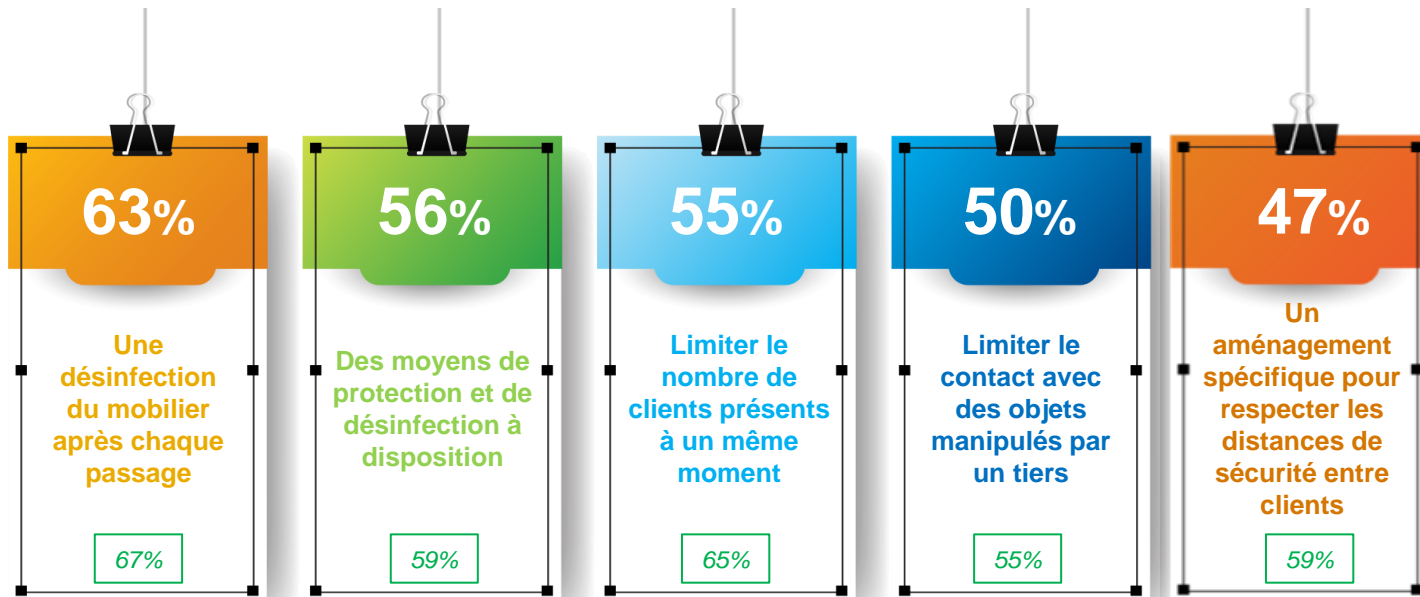
Contrairement à l'offre, les clients, à fin juin, ont moins d'attentes concernant le lieu de consommation qu'à fin mai. Néanmoins, leurs demandes restent les mêmes : désinfection du mobilier, contrôle du flux, mise à disposition de moyens de protection et de désinfection, aménagement du lieu...

Quelles sont les attentes des consommateurs en Foodservice concernant le lieu de restauration / consommation ?

4,3

4,8

Attentes concernant le lieu de restauration / consommation, en moyenne



Vague 1

Suite des attentes  $\leq 41\%$



Total étude (n=1 200)



Q58) Maintenant que les établissements de restauration ont rouvert, qu'attendez-vous de leur part concernant le lieu de restauration / consommation ?

Tout comme pour le lieu de restauration, les clients ont également moins d'attentes fin juin Vs fin mai concernant les services. Ils restent toutefois exigeants, avec plus de 5 attentes exprimées : la 1<sup>ère</sup> étant toujours la protection des employés. A noter, la préoccupation prix qui reste stable !

## Quelles sont les attentes des consommateurs en Foodservice en termes de services ?

5,2

Attentes concernant les services, en moyenne

5,7

Des employés mieux protégés, équipés de gants et masques par exemple  
**53%**

60%

Le fait de privilégier les paiements en CB ou sans contact  
**37%**

43%

Des menus / formules / offres à tarifs avantageux  
**34%**

34%

Une carte restreinte avec des produits frais  
**34%**

35%

Moins d'attente pour le service  
**33%**

37%

Et spécifiquement pour les établissements proposant VAE ou LAD

Un service de commande en ligne et retrait à un comptoir dédié  
**35%**

38%

Un service de commande en ligne et de livraison à domicile  
**30%**

32%

Suite des attentes ≤31%



Total étude (n=1 200)

Vague 1



Q59) Maintenant que les établissements de restauration ont rouvert, qu'attendez-vous de leur part en termes de services ?



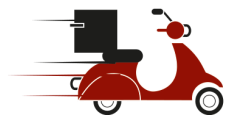
Avant la crise, près de ¼ des clients utilisaient la VAE Vs la moitié pour la LAD. Pendant la crise, ces 2 modes de distribution ont souffert, en particulier la VAE (logique avec la fermeture des établissements). Et malgré leur réouverture, la reprise se fait attendre !

Quel % d'utilisateur de la LAD / de la VAE

Total étude (n=1 200)

Vague 1

### Livraison à domicile



LIVRAISON À DOMICILE

Pré COVID

50%

51%

-7pts

Pendant Crise

43%

35%

-8pts  
Vs Pré Covid

Post Crise

42%

### Vente à emporter



71%

76%

-18pts

53%

48%

-14pts  
Vs Pré Covid

57%

Q21) Avant la crise sanitaire, à quelle fréquence vous faisiez-vous livrer des repas/boissons à votre domicile ?

Q21bis) Et depuis le début de la crise sanitaire, avec le confinement et la fermeture des établissements de restauration, à quelle fréquence vous faites-vous livrer des repas/boissons à votre domicile ?

Q21cV2) Et maintenant, avec la réouverture des établissements de restauration, à quelle fréquence vous faites-vous livrer des repas/boissons à votre domicile ?

Q31) Avant la crise sanitaire, à quelle fréquence utilisiez-vous la vente à emporter pour une consommation en dehors de l'établissement ?

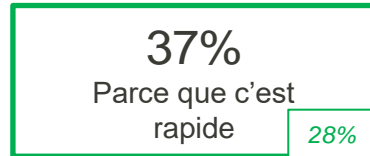
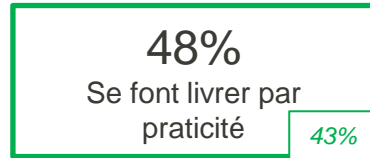
Q31bis) Et depuis le début de la crise sanitaire, avec le confinement et la fermeture des établissements de restauration, à quelle fréquence utilisez-vous la vente à emporter ?

Q31cV2) Et maintenant, avec la réouverture des établissements de restauration, à quelle fréquence utilisez-vous la vente à emporter ?

Des notes qui restent stables entre les deux vagues, une expérience nuancée pour les utilisateurs (des notes d'évaluation plutôt moyennes). L'utilisation de ces 2 modes de consommations reposent sur la praticité et la rapidité. A noter, la tendance à la baisse de la dimension « plaisir » (-4pts pour la LAD et -1pt pour la VAE) => une solution qui devient une réponse à un besoin uniquement fonctionnel ?

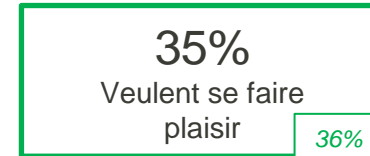
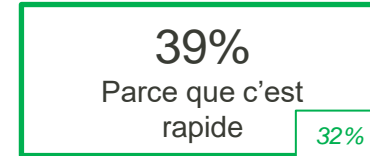
Note/10 et Top 3 des raisons d'utilisation de la LAD ou de la VAE

Livraison à domicile



Uniquement aux 42% ayant utilisé la LAD depuis la réouverture des établissements (n=497)

Vente à emporter



Uniquement aux 57% ayant utilisé la VAE depuis la réouverture des établissements (n=686)

Vague 1



Q23) Pour quelles raisons vous faites-vous livrer des repas/boissons à votre domicile depuis la réouverture des établissements de restauration ? / Q25) D'une manière générale, comment évaluez-vous la livraison de repas/boissons à domicile depuis le début de la crise sanitaire et la fermeture des établissements de restauration ? / Q33) Pour quelles raisons utilisez-vous la vente à emporter depuis la réouverture des établissements de restauration ? / Q35) D'une manière générale, comment évaluez-vous la vente à emporter depuis le début de la crise sanitaire et la fermeture des établissements de restauration ?

Les 2 principaux freins à utiliser ces modes de consommation restent les mêmes que fin mai : 1/ le fait de ne pas avoir testé ce service avant, 2/ le plaisir à cuisiner soi-même. A noter, la progression de la dimension budgétaire → à surveiller en vague 3 ! Quid d'anticiper pour contenir ce frein ?

**Top 3 des freins à l'utilisation de la LAD ou de la VAE**

**Livraison à domicile**



50%  
Ne se font jamais livrer à domicile 45%

30%  
Prennent plaisir à cuisiner 32%

24%  
Les prix sont trop élevés 22%

**Uniquement aux 58% n'ayant pas utilisé la LAD depuis la réouverture des établissements (n=696)**

**Vente à emporter**



40%  
N'utilisent jamais la VAE 26%

31%  
Prennent plaisir à cuisiner 28%

19%  
Les prix sont trop élevés 13%

**Uniquement aux 43% n'ayant pas utilisé la VAE depuis la réouverture des établissements (n=510)**

Vague 1



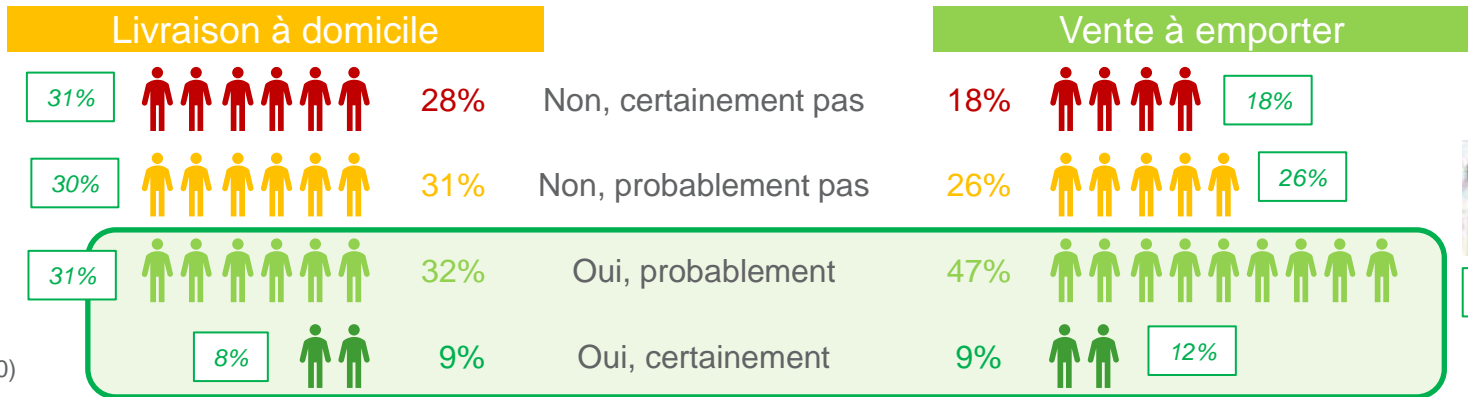
Q22) Actuellement, pour quelles raisons ne vous êtes-vous pas fait livrer de repas/boissons à votre domicile ?  
Q32) Actuellement, pour quelles raisons n'utilisez-vous pas la vente à emporter ?

# A date, des perspectives ambivalentes pour ces 2 modes de consommations, même si la VAE semble avoir plus de potentiel. LAD et VAE sont toutefois devenues des incontournables, sans être le 1<sup>er</sup> levier de croissance (Cf. place du Drive en GSA).



Vague 1

## Quelle intention d'utilisation de la LAD / VAE avec réouverture des établissements ?



LIVRAISON À DOMICILE



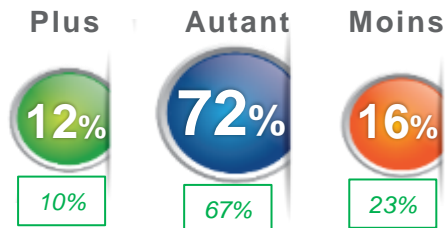
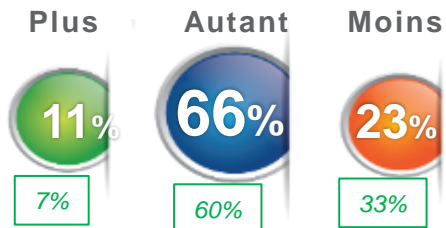
Total Etude (n=1200)

## Quelle utilisation de la LAD / VAE avec la réouverture des établissements ?



LIVRAISON À DOMICILE

(n=381)



(n=478)



Q29cV2/Q39cV2) Et pensez-vous que vous allez utiliser la livraison de repas/boissons à domicile / la vente à emporter lorsque les établissements de restauration que pendant la fermeture? / Q29ter/Q39ter) A présent, avec la réouverture les établissements de restauration auront rouvert, pensez-vous que vous allez vous faire livrer plus, moins ou autant de repas/boissons à votre domicile que pendant leur fermeture / utiliser la vente à emporter pour plus, moins ou autant de repas que pendant leur fermeture ?



# MERCI !



**Virginie Pernin**  
Chef de Projet  
**IRI Gira FoodService**  
18 Avenue Marcel Anthonioz  
01220 Divonne les Bains - France  
[IRIworldwide.com](http://IRIworldwide.com)  
[www.girafoodservice.com](http://www.girafoodservice.com)

**T** +33 (0)4.50.20.16.35  
**E** [Virginie.Pernin@IRIworldwide.com](mailto:Virginie.Pernin@IRIworldwide.com)



**Agnès Barril**  
Chef de Projet  
**IRI Gira Foodservice**  
18 Avenue Marcel Anthonioz  
01220 Divonne les bains - France  
[IRIworldwide.com](http://IRIworldwide.com)  
[www.girafoodservice.com](http://www.girafoodservice.com)

**T** +33 (0)4.50.20.16.35  
**M** +33 (0)6.17.04.63.08  
**E** [Agnes.Barril@IRIworldwide.com](mailto:Agnes.Barril@IRIworldwide.com)



**Auréliе CHATEL**  
Chef de groupe Shopper Insights  
Solution & Innovation (SI)

**T** +33 (0)1 30 06 25 49  
**E** [aurelie.chatel@IRIworldwide.com](mailto:aurelie.chatel@IRIworldwide.com)

Follow us



**IRI**  
4 rue André Derain,  
78244 Chambourcy Cedex - France  
[IRIworldwide.com](http://IRIworldwide.com)