



Etude 'Restauration Digitale post-Covid'

Mai 2022

DOCUMENT CONFIDENTIEL



Get a sharper vision,
Make better decisions.

- **From:**
Michael Ballay
Yves-Emmanuel Tiengou
Julie Fontes
Pierre Picard

- **For:**
GECO



Au menu du jour ...

Contexte de l'étude

Nos réactions à vos enjeux

Proposition de méthodologie

Nos atouts pour réussir

Planning & budget



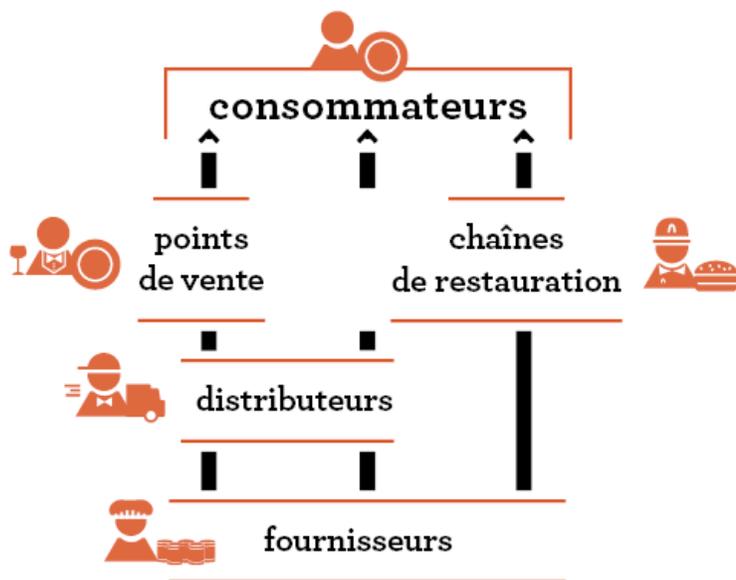
Contexte de l'étude

Contexte de l'étude



- Dans le cadre de l'Etude annuelle financée par le GECO Food Service, le thème de la « **Restauration Digitale post COVID** » a été retenu, pour l'année 2022.
- Vous nous avez sollicité afin d'élaborer une proposition d'approche méthodologique pour répondre à vos besoins exprimés sur ce sujet.
- Vous nous avez transmis l'ensemble des questions des membres de la Commission Etudes & Outils Marketing sollicités sur ce thème.
- Vous nous avez informé que le **sujet est vaste** et peut être **appréhendé sous différents angles** et qu'**aucun parti pris n'a été arrêté à date**.
- Vous nous avez demandé de vous présenter **notre vision** de la Restauration Digitale, pour apprécier **notre valeur ajoutée** dans l'approche de ce thème.

Des questions posées dans votre brief de nature très différentes



#Consommateurs :

- Quels **usages digitaux** aujourd'hui (recherche PDV ? Avis ? réservation ? Lecture des cartes via QR code) ? Quelle fréquence d'utilisation du digital ? Quels canaux sont utilisés ? Pour quels types de points de vente ?
- Quel usage du digital en **livraison & VAE** ? Plateformes utilisées ? Fréquence d'utilisation ?
- Quelle **utilisation et attentes vs nouvelles solutions de restauration midi** comme les frigos connectés ?

#Points de vente :

- Quels **usages du digital en back office** (aide à la maintenance, formations, pilotage business, ...) ? En **front office** (réservation, paiement, gestion e-réputation...) ? Quels **besoins non couverts** pourraient être adressés en digital ? **Qu'attendent-ils de leurs fournisseurs** ?
- Quel **usage du digital dans leurs achats** / approvisionnements ?
- Quels sont les **types d'outils les plus utilisés en back office** ? Quelles solutions utilisent-ils ?
- Quels sont les **types d'outils les plus utilisés en front office** pour parler à leurs clients ? Quelles solutions utilisent-ils ? **Quel contenu partagent-ils** ?
- Quelles **sources d'inspiration en digital** ? Quels sont les **réseaux utilisés** (Instagram, Tik Tok, Facebook, ...) ?
- Comment est perçu **l'évolution du digital dans le métier des professionnels** ? Comment perçoivent-ils l'évolution du **marché de la livraison** ? Quid des **dark kitchen** ?

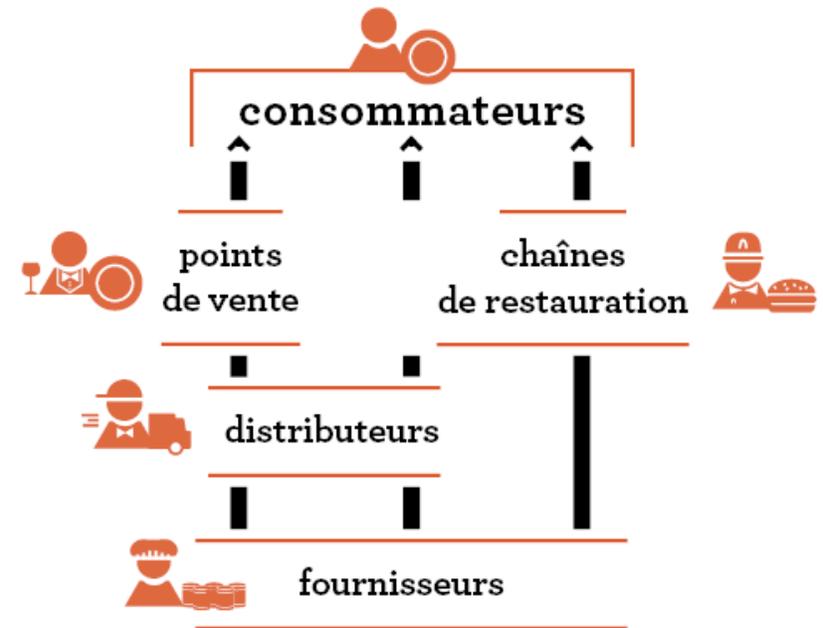
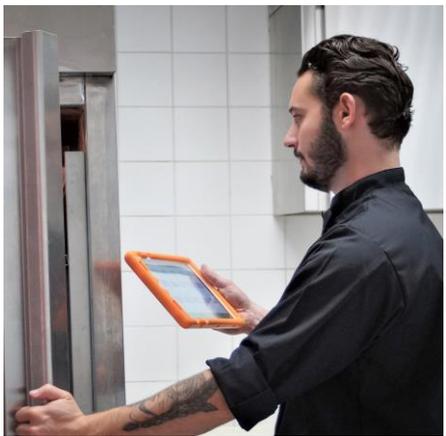
#Fournisseurs:

- Quels **outils les fournisseurs pourraient-ils proposer** à leurs clients (en back office et en front office) ?
- Quel intérêt de développer des applications de type **suivi de commande** ? **Site e-commerce** ?
- **Quelle légitimité pour un fournisseur** à proposer ces outils ?
- Par **quels canaux digitaux parler aux clients** ?

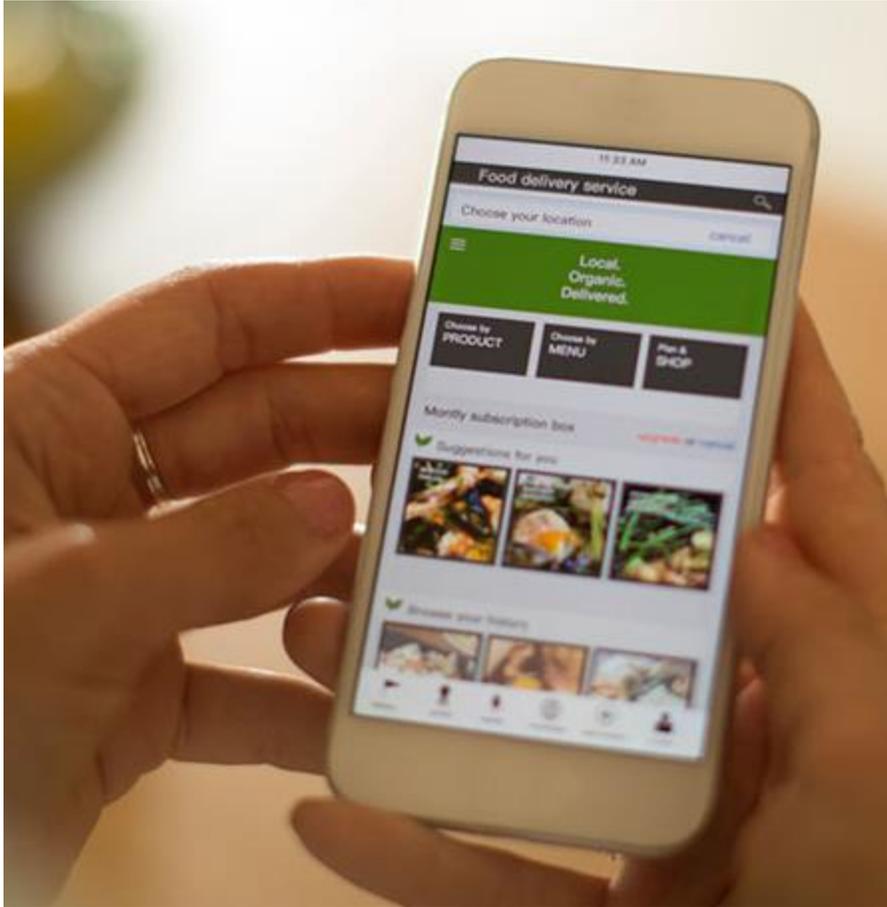


Nos réactions à vos enjeux

La crise sanitaire a accéléré la digitalisation du marché sur toute la chaîne de valeur



Le digital est intégré dans la routine des consommateurs Français



- **64%** des convives déclarent regarder les sites d'avis sur les restaurants
- **46%** réservent en ligne
- **35%** ont déjà payé sur leur smartphone au restaurant

Source : Revue Stratégique Food Service & Covid-19 #9, Novembre 2021

Les restaurateurs sont de plus en plus digitalisés



- **96%** des restaurants digitalisés ont au moins une page sur des **réseaux sociaux**
- **70%** des restaurants digitalisés sont équipés d'une solution de **réservation en ligne**
- **58%** des restaurants digitalisés ont un outil de gestion des **plannings des collaborateurs**
- **50%** des restaurants digitalisés ont un outil de **gestion des plateformes de livraison**

Source * : étude sur les pratiques digitales pour Libeo auprès de 360 interviews novembre 2021

Les agrégateurs de commandes B2B sont des nouveaux intermédiaires ambitieux entre les restaurateurs et les distributeurs



Supli

Se connecter

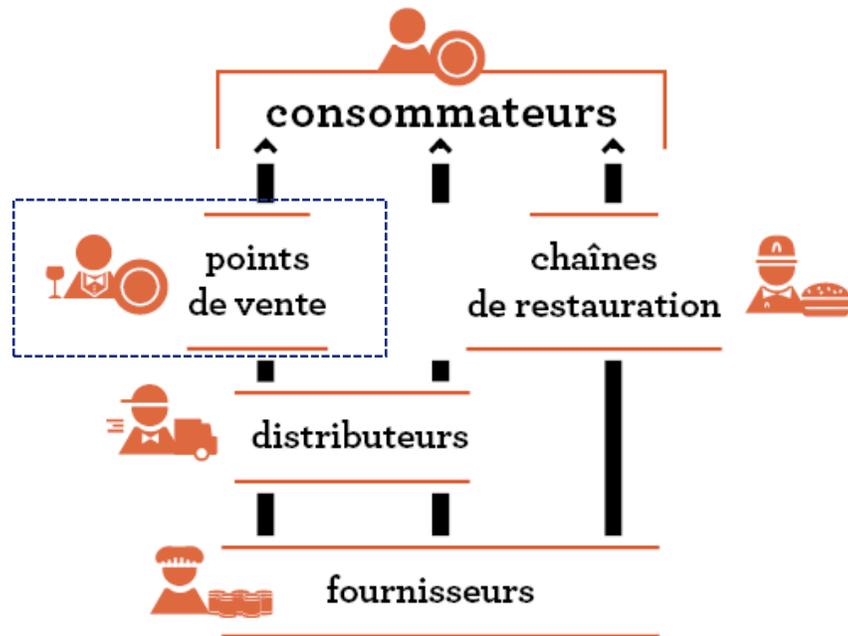
Accélérez et simplifiez vos ventes.

Supli est le meilleur support du marché des fournisseurs des professionnels de l'alimentaire pour digitaliser votre activité. Vous vous occupez du business, nous nous occupons de la tech.

Demander une démo

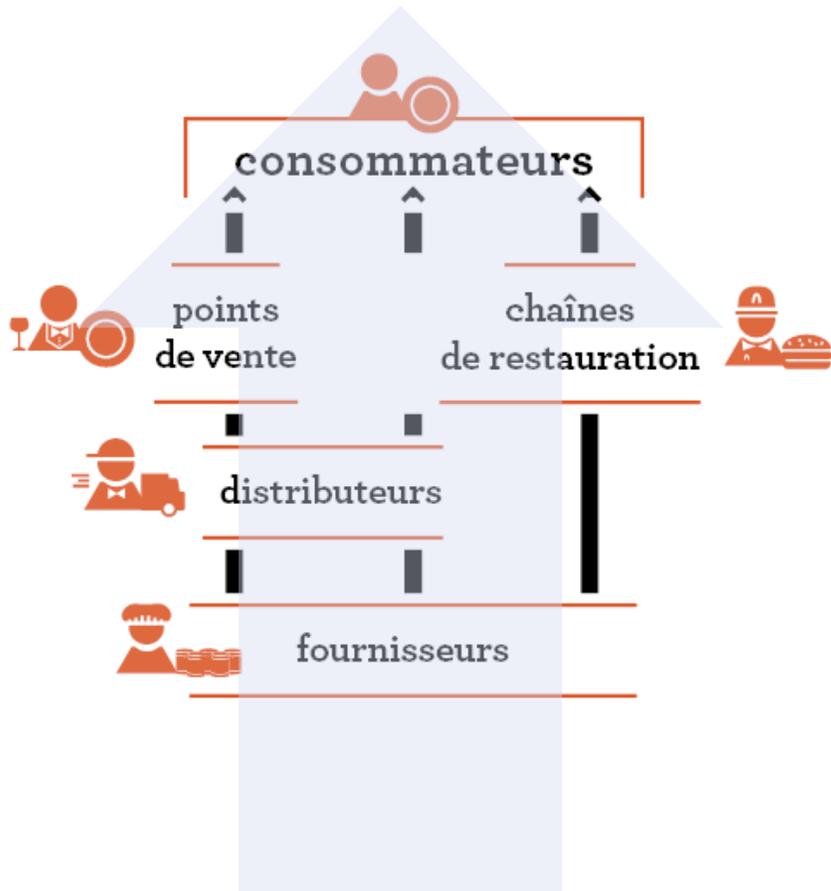


Centrer l'analyse sur les points de vente indépendants



- Analyser les évolutions des pratiques digitales des points de vente en back et front office permet :
 - d'avoir une **vision des évolutions de comportement des consommateurs** (via les usages digitaux front office).
 - d'obtenir leurs **attentes en termes de services et d'interactions avec leurs fournisseurs** et leurs distributeurs.
- Nous écartons les chaînes de restauration, qui peuvent être directives ou incitatives dans l'utilisation et le choix d'une solution digitale, afin de bien centrer l'étude sur le **décideur**.

Objectifs de l'étude

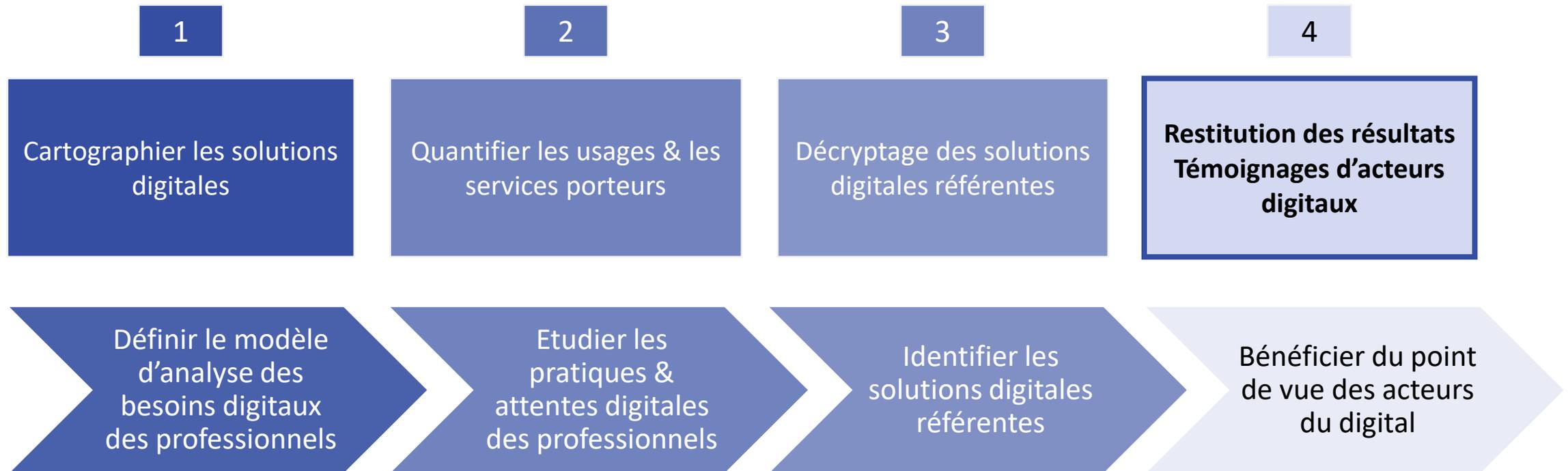


- Les **objectifs de l'étude** :
 - **Quelle cartographie des pratiques digitales existantes** chez les professionnels ?
 - **Quelle mesure précise des pratiques digitales les plus répandues** et les **plus transformantes** pour demain ?
 - Quels sont les **services digitaux clés** pour les pratiques les plus répandues ?



Proposition de méthodologie

Notre approche méthodologique



Ce que vous aurez : bénéfices de notre accompagnement



- ✓ **Un rapport complet et détaillé intégrant :**
 - ✓ Une analyse précise des **usages digitaux actuels et des usages amenés à se développer demain chez vos clients** chez les restaurateurs,
 - ✓ Une **analyse des impacts de cette transformation digitale pour vos fournisseurs** et des **attentes de vos clients** en termes d'accompagnement
 - ✓ L'apport de notre expertise sur les **stratégies de services des distributeurs et des opérateurs de restauration** (chaînes et SDR)

- ✓ **Une présentation interactive avec l'intervention d'acteurs du digital** venant témoigner et échanger avec vous sur :
 - ✓ **L'impact des évolutions des usages digitaux** des points de vente sur votre **métier de fournisseur** et les **interactions avec vos clients**.
 - ✓ **L'impact du digital sur les routes to market** pour vos fournisseurs.

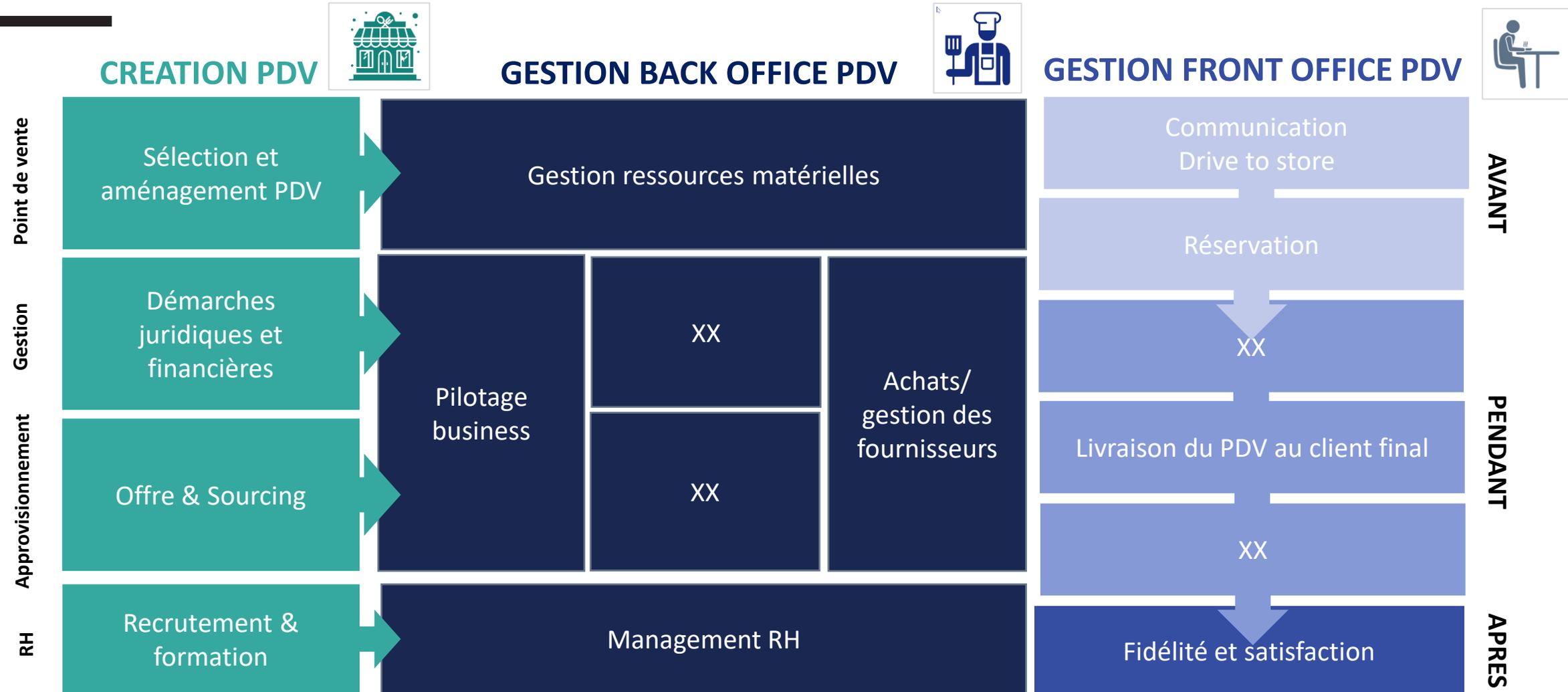
Etape 1 : cartographier les solutions digitales

1

Cartographier les
solutions digitales

- **Méthodologie :**
 - Analyse de la base de données Food Service Factory de plus de 800 acteurs des solutions digitales du Food service identifiés et répertoriés
 - Segmentation et classement des solutions digitales existantes
- **Données de sortie :**
 - Cartographie des solutions digitales des professionnels selon le 'business journey' afin de quantifier les usages clés en étape 2

Le modèle d'analyse des solutions digitales développé par Food Service Vision



Etape 2 : quantifier les usages & les services porteurs

Option optimisée 2 cibles

2

Quantifier les usages
& les services
porteurs

- **Méthodologie : étude quantitative auprès des professionnels de la restauration**
 - Terrain d'étude **par téléphone** pour bien couvrir l'ensemble des profils des restaurateurs quel que soit sa sensibilité au digital.
 - Questionnaire de **20 minutes**
 - Représentativité assurée par la **méthode des quotas** (région, taille d'agglomération, ticket moyen, nombre de clients/jour).
 - **240 interviews** : 2 cibles X 120 interviews auprès du gérant d'établissement indépendant
 - Cibles : restauration rapide indépendante et restauration traditionnelle indépendante
- **Données de sortie :**
 - Vision claire des usages digitaux actuels
 - Identification des services porteurs sur lesquels se positionner

3 cibles d'établissements de restauration préconisés



R° Traditionnelle
indépendante



R° Rapide
indépendante



R° Collective autogérée
(Scolaire & EHPAD)

Proposition de priorisation à discuter avec vous



- Les **modes de fonctionnement et d'organisation** sont très distincts entre les établissements de la **Restauration Commerciale** et de la **Restauration Collective**.
 - Par la nature de sa clientèle 'captive', les **usages de front office en R° Collective** sont **moins développés**.
 - La **Restauration Commerciale** intègre les enjeux du **drive-to-store**, de la consultation de **l'offre sur le web**, de la **réservation**, de la **prise de commande**, du **service à table**, de la **livraison**, du **paiement** et du suivi de son **e-réputation**.
- Dans une **approche de priorisation et de centrage**, nous vous proposons de **focaliser l'étude** sur la **Restauration Commerciale : à table et rapide**.

Etape 2 bis : quantifier les usages & les services porteurs

Option complète intégrant la restauration collective

2

Quantifier les usages
& les services
porteurs

- **Méthodologie : étude quantitative auprès des professionnels de la restauration**
 - Terrain d'étude **par téléphone** pour bien couvrir l'ensemble des profils des restaurateurs quel que soit sa sensibilité au digital.
 - Questionnaire de **20 minutes**
 - Représentativité assurée par la **méthode des quotas** (région, taille d'agglomération, ticket moyen, nombre de clients/jour).
 - **300 interviews** : 3 cibles X 100 interviews auprès du gérant d'établissement indépendant
 - Cibles : restauration rapide indépendante, restauration traditionnelle indépendante et restauration collective autogérée (scolaire et Ehpad)
- **Données de sortie :**
 - Vision claire des usages digitaux actuels
 - Identification des services porteurs sur lesquels se positionner

Les établissements qui livrent : analyse complémentaire



- Au sein de notre échantillon de **240 interviews**, nous serons en mesure de bénéficier d'**une lecture 80-100 établissements** Restauration A table ou de Restauration Rapide **qui proposent la livraison à leurs clients.**
- **Les établissements qui proposent la livraison ont des pratiques digitales plus développées**, il sera intéressant de pouvoir **comparer** les résultats sur les usages actuels et de demain **entre ces établissements et ceux qui ne proposent pas de livraison** à leurs clients.

Structure du questionnaire de 20 minutes

Recrutement : qualification de l'échantillon

Partie 1 : Connaissance et usage des solutions digitales

BACK OFFICE

- Solutions digitales connues et solutions digitales utilisées
- Type de tâches pour lesquels sont utilisées les solutions digitales (formations, approvisionnements, gestions de stocks, pilotage business, RH, ...)
- Solutions digitales pouvant être utilisées à l'avenir en back office
- Réseaux sociaux et outils utilisés pour s'inspirer

FRONT OFFICE

- Solutions digitales connues et solutions digitales utilisées
- Type de tâches pour lesquels sont utilisées les solutions digitales (réservation, paiement, livraison, communication client ...)
- Solutions digitales pouvant être utilisées à l'avenir en front office

Partie 2 : Livraison & Vente A Emporter

- Perception des nouveaux services de livraison / VAE
- Mise en place de la livraison / VAE
- Canal utilisé pour la livraison / VAE (en propre ou sous-traité) et prestataire (Uber Eats, Deliveroo ...)
- Ticket moyen d'un repas livré / à emporter
- Poids des repas livrés/en VAE au sein du CA de l'établissement

Partie 3 : Achats en ligne

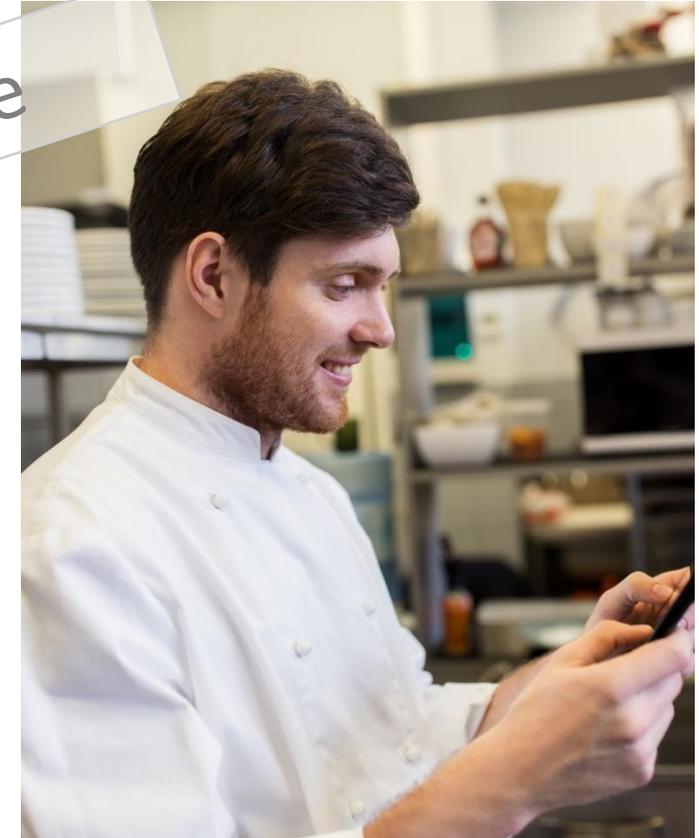
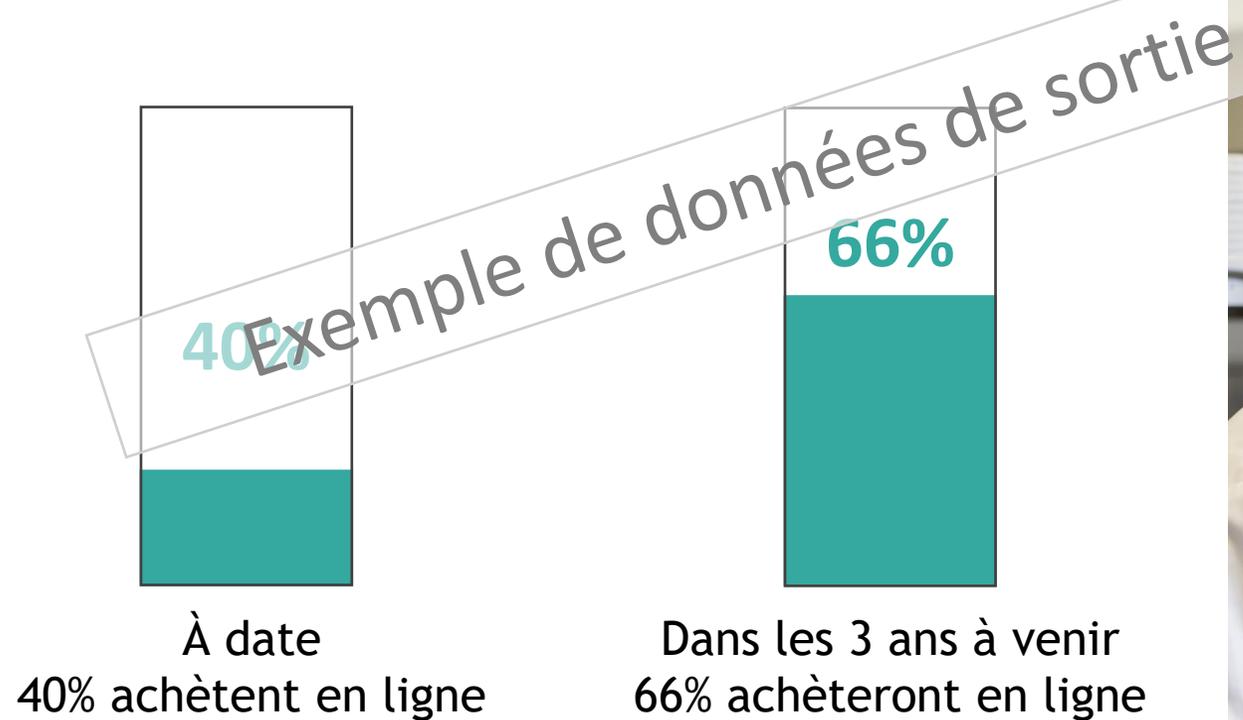
- Utilisation des sites de commande en ligne
- Fréquence de commande de produits alimentaires et boissons sur Internet
- Catégories de produits achetées sur Internet à titre professionnel
- % des achats totaux faits en ligne
- A l'horizon de 3 ans, part des achats en ligne projetée
- Niveau d'intérêt pour des nouvelles solutions digitales

Une progression significative des acheteurs en ligne dans les années à venir



Back Office

% Part d'achat en ligne à date et projetée à 3 ans



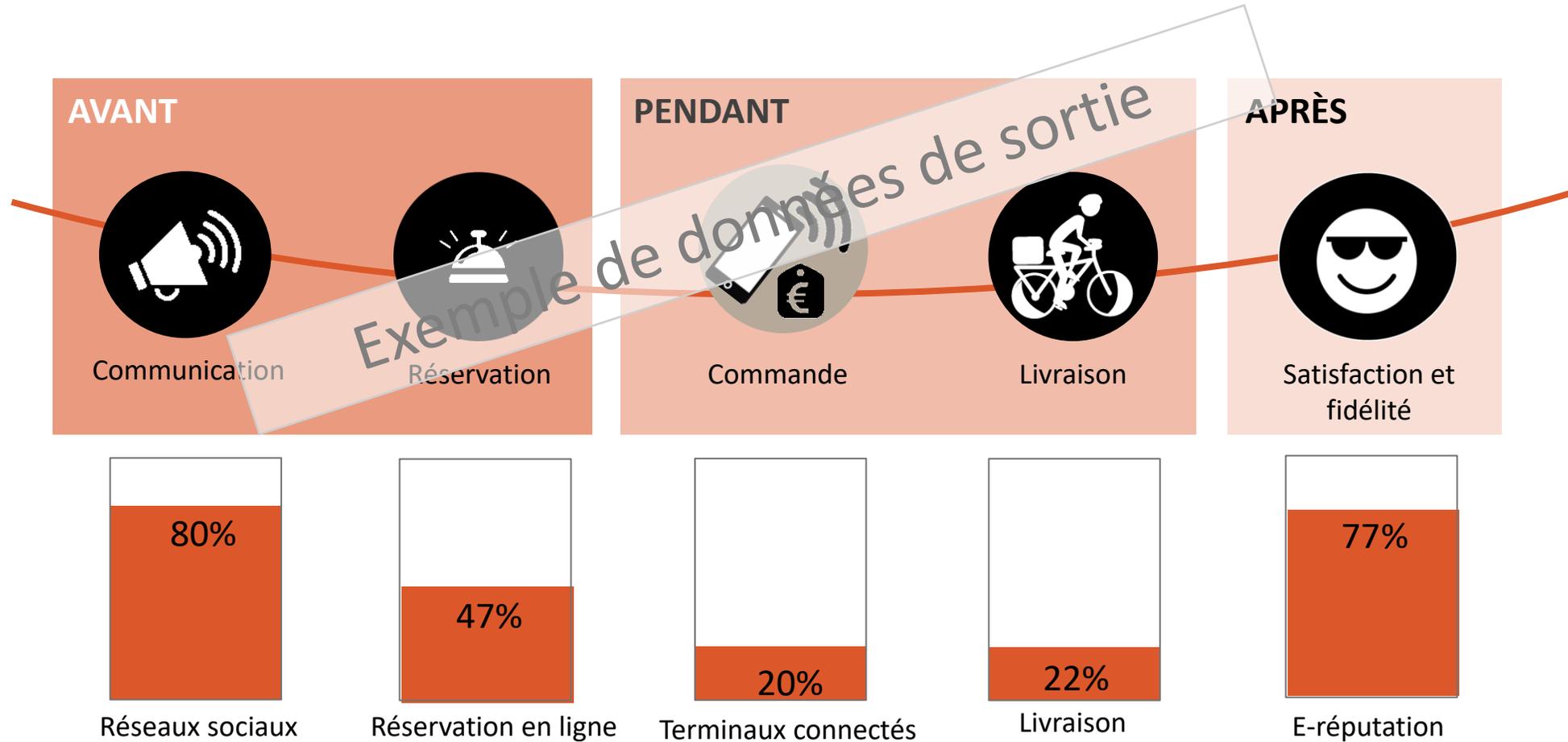
Q. Utilisez-vous des solutions digitales, c'est-à-dire des sites internet, d'applications mobiles, ou de logiciel, pour...?

Q. Si vous ne l'utilisez pas, pensez-vous utiliser ce type de solution ?

Les pratiques actuelles des restaurateurs



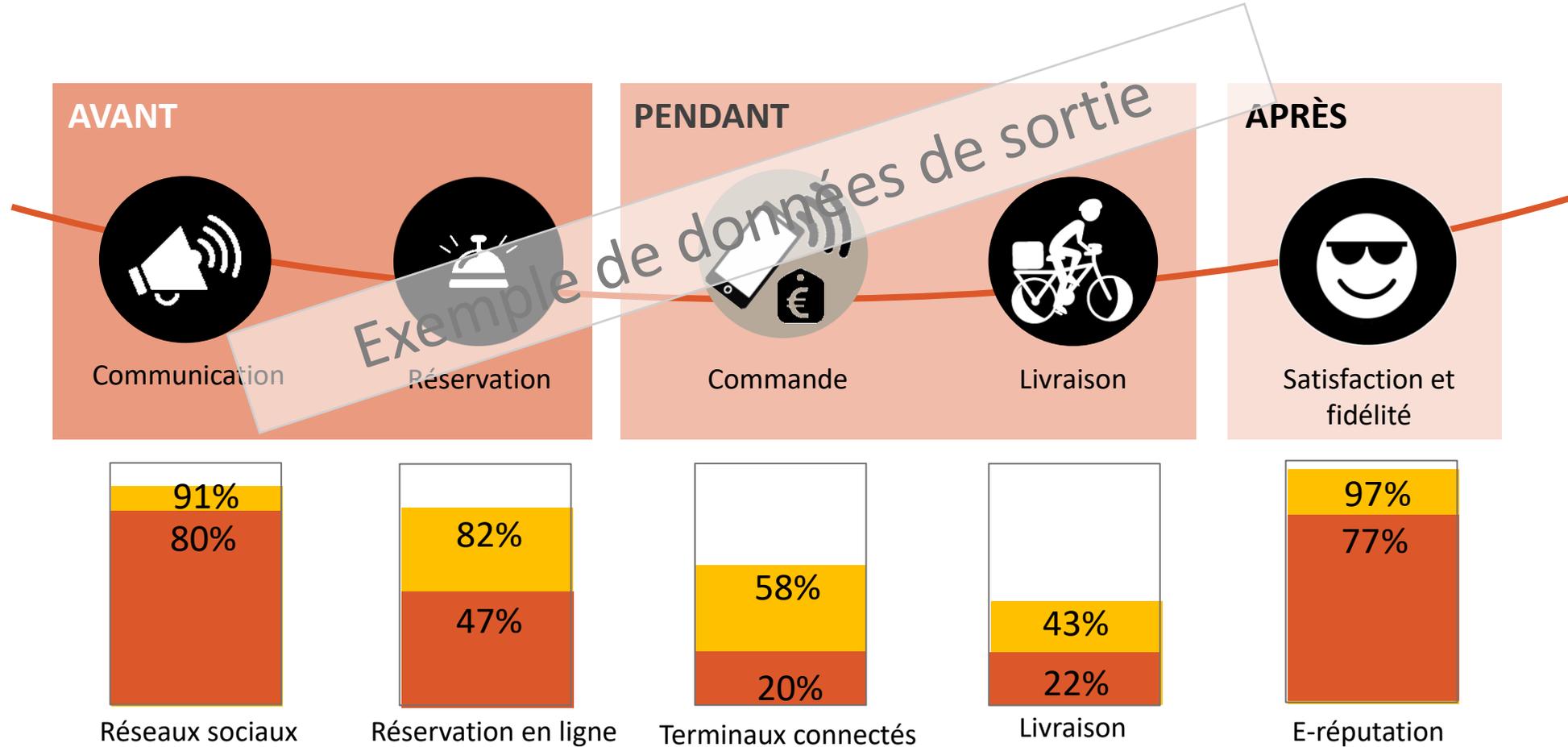
Front Office



Du potentiel de croissance sur la digitalisation de l'expérience



Front Office



Les principales solutions attendues doivent permettre de mieux gérer les commandes

ENSEMBLE

R. Assise + R. Rapide



Principales attentes (% d'intérêt > 40%)



Q. Je vais vous citer des services que pourrait proposer votre brasseur ou votre distributeur de boissons, vous me direz si vous les trouvez très intéressent, plutôt intéressent, plutôt pas intéressent, pas du tout intéressent ?

Etape 3 : décryptage des solutions digitales référentes

3

Identifier les solutions digitales référentes

- **Méthodologie :**
 - A partir des résultats de l'étude, identifier les **solutions digitales référentes** qui correspondent aux solutions digitales les plus utilisées ou les plus attendues.
- **Données de sortie :**
 - Décryptage des solutions digitales référentes sur les principales pratiques du 'business journey'

Solutions digitales front office : Commande & Paiement

OFFRE START-UP DIGITALES

34 startups actives ■■■■

25

Commande & Paiement



Des supports diversifiés (tablettes, bornes, smartphones) avec des technologies différentes (QR CODE, appli, webapp) et une offre de services plus ou moins large

Paie^oment



Solution de paiement digitalisé en un seul geste et sans aucun contact, grâce à un QR code.

1

Focus Boissons



Appli de commande et paiement dans les lieux à très forte densité (stade, musée, expo)

Exemple de données de sortie

Restitution des résultats / témoignages d'acteurs digitaux

4

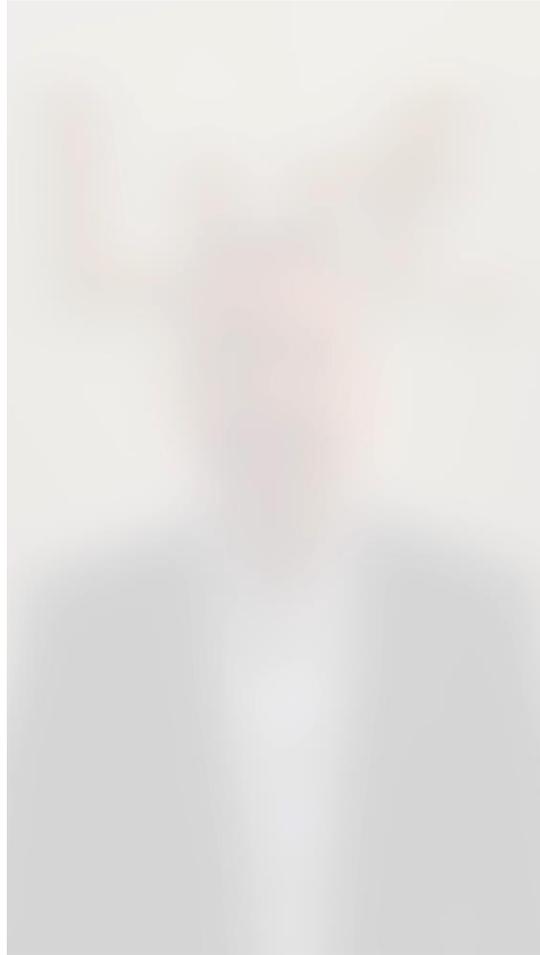
Restitution des
résultats
Témoignages
d'acteurs digitaux

- **Méthodologie :**
 - Analyser les résultats de l'étude en intégrant le point de vue des acteurs digitaux dans la transformation digitale de la restauration aujourd'hui & de demain.
 - **Mettre en exergue les impacts pour les fournisseurs.**
 - Inviter 3 acteurs de solution digitale à la présentation (dont 1 Dark Kitchen)
- **Données de sortie :**
 - Analyse étayée par des témoignages d'acteurs référents sur le marché
 - Vision claire des enjeux & impacts pour les fournisseurs

Restitution des résultats / témoignages d'acteurs digitaux



Témoignage d'acteurs clés du marché





Nos atouts pour vous accompagner

Nos atouts pour vous accompagner



Compréhension en profondeur de la transformation digitale du marché hors-domicile



Connexion permanente à l'éco système de la Food Tech



Analyse permanente des transformations du marché depuis le début de la crise sanitaire



Partenariat avec le Geco renforcé depuis 2020

Food Service
DDAY #1

Food Service
DDAY #2



FOOD
HOTEL
TECH



Nos atouts pour vous accompagner



Compréhension en profondeur de la transformation digitale du marché hors-domicile



- De **nombreuses missions clients** ad'hoc menées sur la **digitalisation des points de vente** et les **attentes des professionnels**.
- Dès **2017** : étude fondatrice menée sur la **digitalisation des restaurants**.
- Depuis **2018** : analyse en profondeur du **marché de la livraison** via nos deux revues multi-clients et notre baromètre consommateurs trimestriel depuis avril 2020
- Organisation en **2017** et **2018** du **Dday** : 1^{er} événement sur la **digitalisation du Food Service**.

Food Service
DDAY #1

Food Service
DDAY #2

Nos atouts pour vous accompagner



Connexion permanente à
l'éco système de la Food Tech



- Depuis 2017, une **connexion permanente avec les acteurs des solutions digitales en Food Service** via notre filiale **Food Service Factory** :
 - **Animation d'un club d'adhérents** et organisation d'événements professionnels
 - **11 matinales** organisées par an
 - **Base de données** en propre de plus de **800 sociétés Food Tech** actives.
 - **Partenariat** avec le salon **Food Hôtel Tech** et le **prix du resto digital 2021**.



Partenaire officiel
membre du jury des Awards



Partenaire officiel

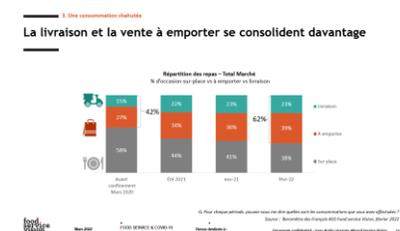
Nos atouts pour vous accompagner



Analyse permanente des transformations du marché depuis le début de la crise sanitaire



- **11 revues stratégiques de conjoncture menées depuis avril 2020.**
- Une **compréhension fine des mutations à l'œuvre sur le marché** depuis le début de la crise sanitaire via des analyses actualisées tous les trimestres.
- Une **adaptation de nos méthodologies d'interviews des professionnels** dans un **contexte de crise** et de fermeture des points de ventes.



Nos atouts pour vous accompagner



Partenariat avec le Geco
renforcé depuis 2020



- Un **partenariat renforcé avec le Geco depuis 2 ans**, via :
 - **3 webinars co-organisés** pour partager les dernières informations sur les évolutions de conjoncture, au service de vos adhérents
 - Un travail ensemble pour **nourrir votre revue de presse hebdomadaire interne** avec des actualités sur le marché du food service.
 - Des **prix préférentiels** pour nos revues multi clients proposés aux adhérents du Geco



L'équipe à votre service



Michael Ballay
Directeur associé

Pilote l'accompagnement des fournisseurs agro alimentaires avec une expertise forte sur les enjeux de stratégie de développement et plans marketing.

m.ballay@foodservicevision.fr
06 25 43 66 68



Yves Emmanuel Tiengou
Directeur des études quantitatives

Expert en mise place d'étude stratégique sur l'univers de la consommation hors domicile auprès des professionnels et des consommateurs.

y.tiengou@foodservicevision.fr
06 60 31 55 82



Julie Fontes
Channel Manager

Experte de l'accompagnement des fournisseurs ayant déjà conduit plusieurs études sur les attentes digitales des professionnels.

j.fontes@foodservicevision.fr
06 18 81 51 46



Pierre Picard
Directeur Développement - Food Service Factory

Expert de la Food Tech, en forte connexion avec les acteurs du digital en restauration.

p.picard@foodservicefactory.fr
06 09 87 30 02



Planning & budget

Proposition de planning

	Jun 2022	Septembre 2022	Octobre 2022	Novembre 2022	Décembre 2022	Janvier 2023
Accord sur le projet	X					
Etape 1 : cartographie des solutions digitales	X					
Etape 2 : Quantification des usages et attentes digitales des professionnels						
Validation du questionnaire			X			
Terrain			X	X		
Analyse des résultats				X	X	
Etape 3 : identification et accès aux solutions digitales référentes					X	
Livraison du rapport complet					X	
Restitution					X	X

Proposition budgétaire

Option optimisée

	Budget HT
Etape 1 : cartographier les solutions digitales des professionnels de la restauration	5 K€
Etape 2 : quantifier les usages actuels & les pratiques de demain des établissements indépendants : 240 interviews par téléphone avec un questionnaire de 20 minutes 120 Restauration A table indépendante + 120 Restauration Rapide indépendante	30 K€
Etape 3 : identifier les solutions digitales référentes des pratiques clés	5 K€
TOTAL	40 K€

Proposition budgétaire

Option complète

	Budget HT
Etape 1 : cartographier les solutions digitales des professionnels de la restauration	5 K€
Etape 2 : quantifier les usages actuels & les pratiques de demain des établissements indépendants : 300 interviews par téléphone avec un questionnaire de 20 minutes 100 Restauration A table indépendante + 100 Restauration Rapide indépendante + 100 Restauration collective autogérée (scolaire et Ehpad)	35 K€
Etape 3 : identifier les solutions digitales référentes des pratiques clés	5 K€
TOTAL	45 K€



food.
service
vision

Get a sharper vision
make better decisions

Food Service Vision
Contact@foodservicevision.fr



@FSV_fr