

# Hybridation : Faire perdre sa boussole au consommateur et à toute la chaîne de valeur



chdexpert  DATAESSENTIAL 

DATA INGREDIENTS • GROWTH SERVED

 chdexpert  
BY DATAESSENTIAL

chdexpert 

Leader Big Data  
& Insights on  
Global Foodservice

27

années d'expérience

60

pays

140

collaborateurs passionnés

8,5 M

Restaurants

85%

Couverture Globale de marché



DATA



INSIGHTS  
& CONSEIL



INNOVATION





# Hybridation,... et plus si affinités

Notre conso n'a jamais eu autant de choix disponibles dans ses prises de consommation alimentaires ou liquides. Il veut tout à tous les instants et pour toutes les faims



# Il cherche des lieux en adéquation avec ses envies anticipées ou spontanées



Idéalement avec des avantages  
sous une forme d'offres (LTO's), de réduction  
(remise ou cash back demain), de fidélisation



# Rappel du contexte consommateur à venir (2025)

**Au-delà de l'assiette :  
60% de la satisfaction**

Nouveaux goûts  
alimentaires : Poke, Tacos,  
Bobun, Banh Mi...

Premiumisation de l'offre :  
inédit, original

Amélioration de la  
praticité de  
consommation

Créer l'expérience clients :  
nouveaux lieux,  
foodcourt, digitalisation...



**Dans l'assiette :  
40% de la satisfaction**

Storytelling concernant la  
fabrication du produit

Ingrédients Healthy, locaux,  
eco-responsables...



Plus de qualité

Plats traditionnels revisités,  
modernisés, colorés sur une carte  
réduite en nombre d'items

# Ce qui engendre des points de vente :

Multiformes

Pluridisciplinaires

Résilients et réactifs

Nous suivons ce phénomène depuis plus de 5 ans



# Les frontières se délitent



Les univers se mélangent et les activités complémentaires se développent...

# De + en + réparti entre les univers



Moins de frontières des points de vente hybrides  
Un consommateur qui n'a jamais eu autant de solutions de restauration



Un fil conducteur le snacking. Il n'y a donc plus de lieux dédiés au snacking

Extrait des challenges de chaque univers  
**QUI FONT RÉFÉRENCE À CELA**

# En restauration à table

En 2018

#5

## BRISER LES FRONTIÈRES ENTRE RESTAURATION RAPIDE ET À TABLE

En fonction de sa localisation et de ses clients, il peut y avoir un restaurant rapide, un coffee shop, un caviste, une épicerie fine, un traiteur qui sommeillent dans chaque établissement.



En 2021



En 2018

**5 BRISER LES BARRIÈRES DU FOODSERVICE**



Il n'y a presque plus de différence entre un restaurant à table et un restaurant rapide. Il faut configurer son point de vente pour proposer une vente à emporter, sur place, au comptoir, livrée...

En 2020

**7 Construire une offre au-delà du déjeuner**

Trouver son créneau en fonction de la géolocalisation du point de vente pour avoir une offre adaptée aux autres instants de la journée.



**8 Aller chercher le millennial partout où il consomme**

Il crée la norme de consommation de demain ! Dans ce nouvel univers alimentaire, on se construit une réputation digitale, au delà de la proposition alimentaire. On ouvre tous les canaux de commande possibles. On est disponible pour toutes les envies à toute heure.

En 2021

**#10**

**RENDRE LA FRONTIÈRE ENTRE FAST CASUAL ET FAST FOOD ENCORE PLUS FLOUE**

La nouvelle normalité générée par la crise sanitaire favorise le développement d'un grand nombre d'acteurs qui rendent les frontières entre la consommation à la maison et hors domicile de plus en plus floues. Le fast casual (restauration rapide haut de gamme) a inspiré tous les segments de marché au travers de la qualité, de l'atmosphère, de la transparence, etc. Toutes les restaurations rapides devraient se rapprocher de plus en plus du fast casual. Finis les snacks insalubres, les échoppes à sandwich SNCF, les restaurations ethniques qui ne donnent pas envie...

# En restauration rapide

# En boulangerie pâtisserie

En 2021

#3

## FAIRE ÉVOLUER SON MERCHANDISING AU FIL DE LA JOURNÉE

La disposition des produits dans une boulangerie est une vraie stratégie appliquées par les enseignes.

La plupart des établissements suivent cette tendance de réviser la place des produits en fonction de la journée car le consommateur ne fait le focus que sur certains spots. Il y a donc une bonne alchimie à trouver.

#9

## VOIR S'IL Y A DES OPPORTUNITÉS DU CÔTÉ DE L'ENTREPRISE ?

La crise sanitaire a accéléré la perception de l'offre alimentaire proposée par l'entreprise dans son enceinte. Le modèle dans chaque entreprise est progressivement en train de changer.

Au delà de l'offre déjeuner disponible en boulangerie, il y a potentiellement des propositions à étudier : abonnement repas, offre traiteur, corner boulanger...



# En hôtellerie

En 2020

## 1 Créer un lieu de vie

Optimiser l'espace, accueillir une clientèle non hébergée en développant toutes les activités complémentaires, connexes ou non avec l'hôtellerie, et adaptées à la zone de chalandise : du bar à ambiance musicale, à l'espace de co-working, en passant par la salle de fitness.



En 2021



#2

## OPTIMISER LES ESPACES

Au sein de salon, accueil, espace petit déjeuner, il y a un co-working space et potentiellement un foodcorner qui sommeillent. Bien évidemment, en fonction de sa localisation et de son type de clientèle.

# Dans les pubs et bars

En 2020

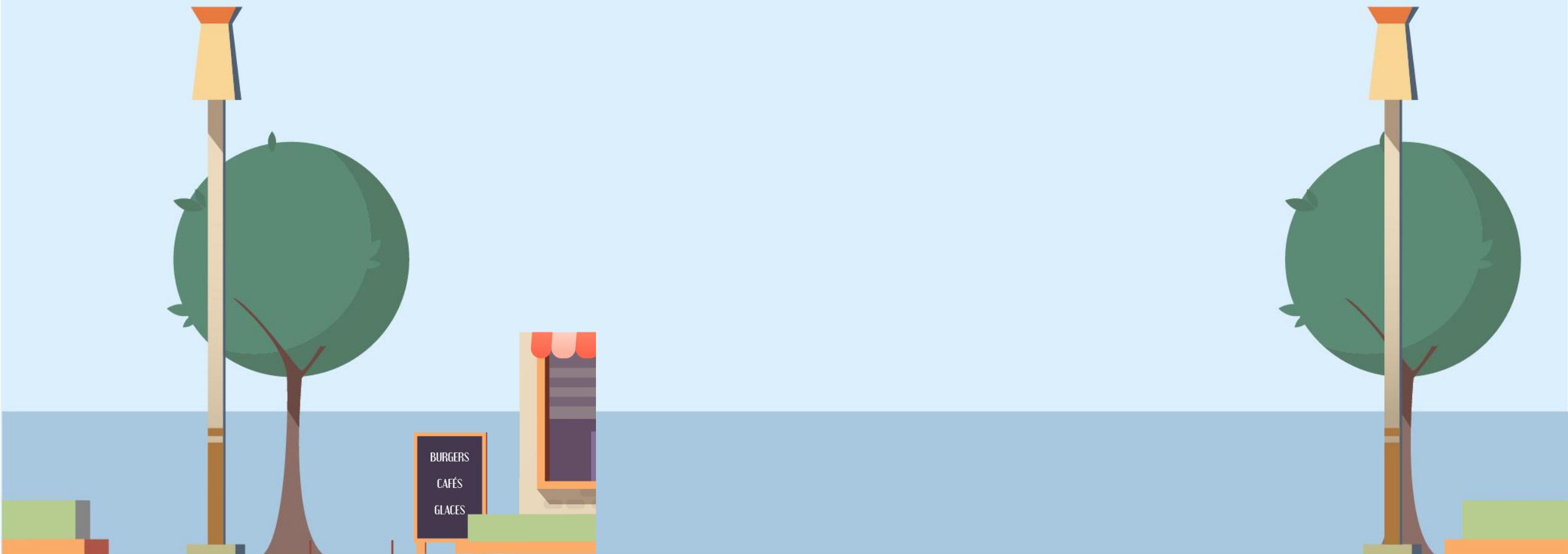
**6** Aller chercher de la saturation  
grâce à l'alimentaire

**8** Bar is the new  
office desk



Comment devenir  
Hybride, et quelles sont  
les incidences ?

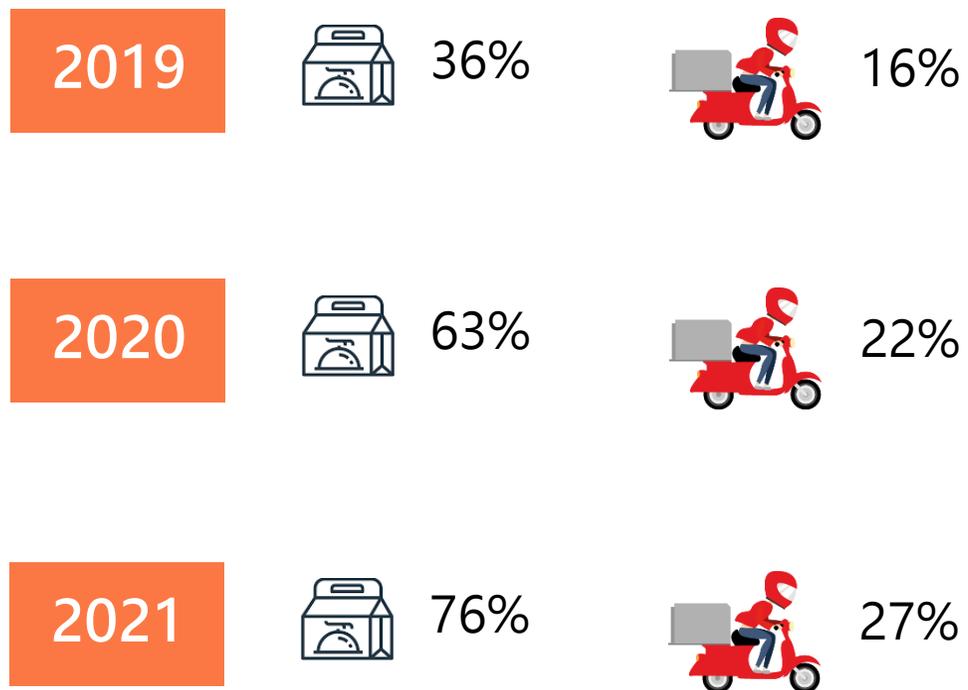
# Hybride... au travers des canaux de vente



# Illustrations France

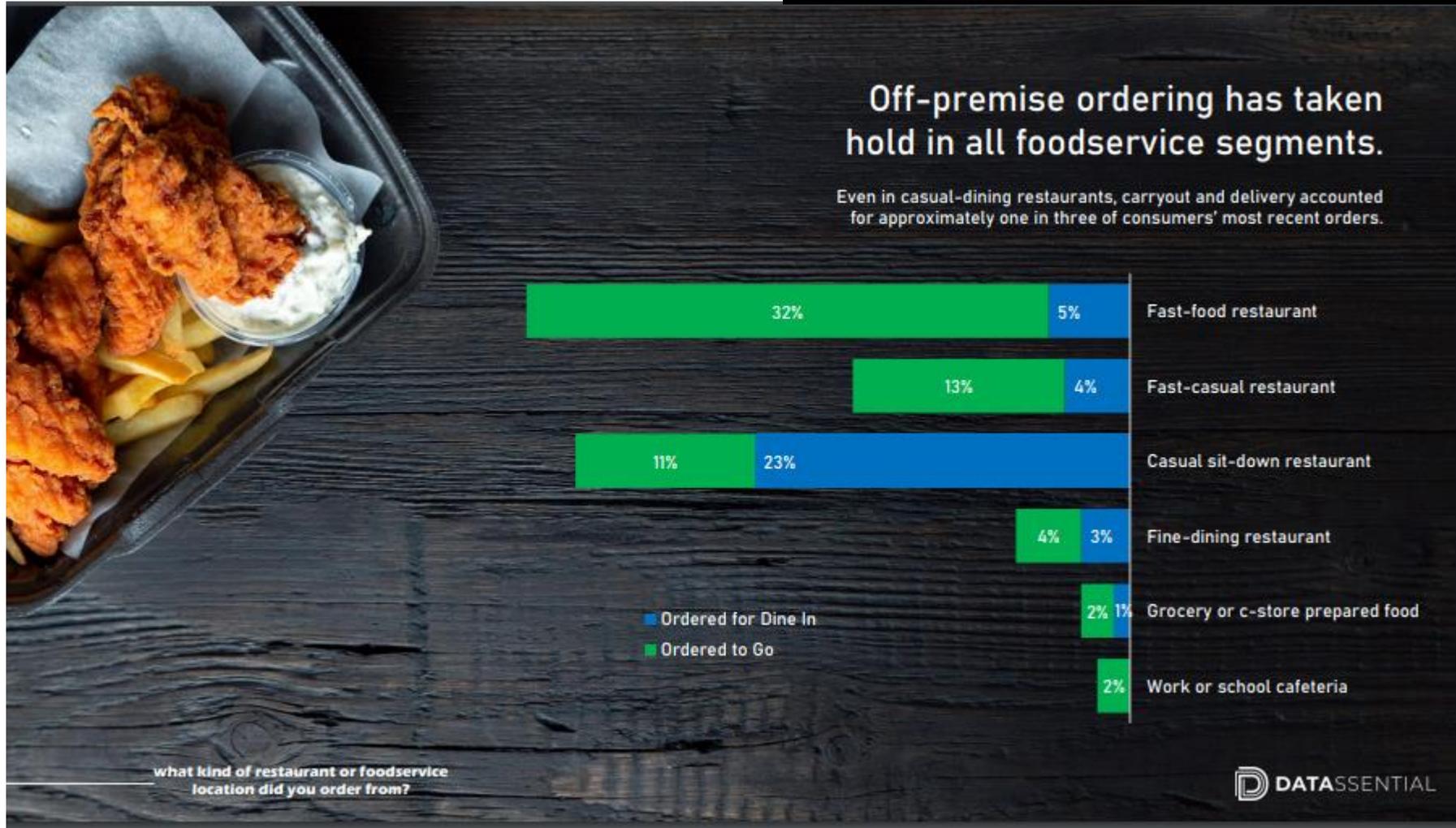
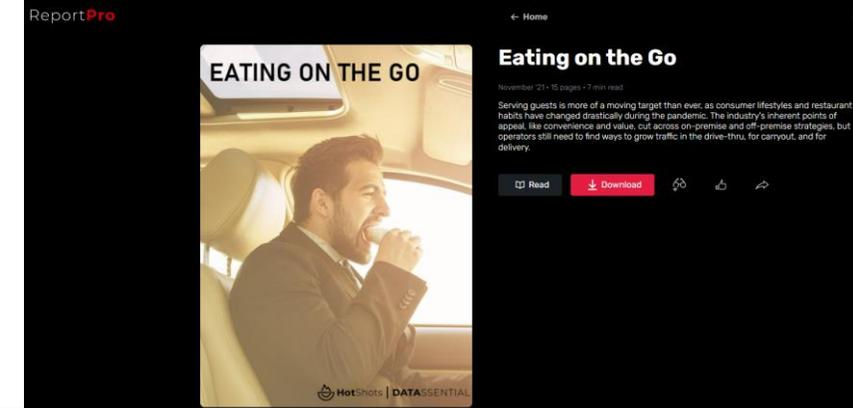
## Focus sur la restauration à table à emporter

Part des restaurants à table proposant la livraison et la VAE



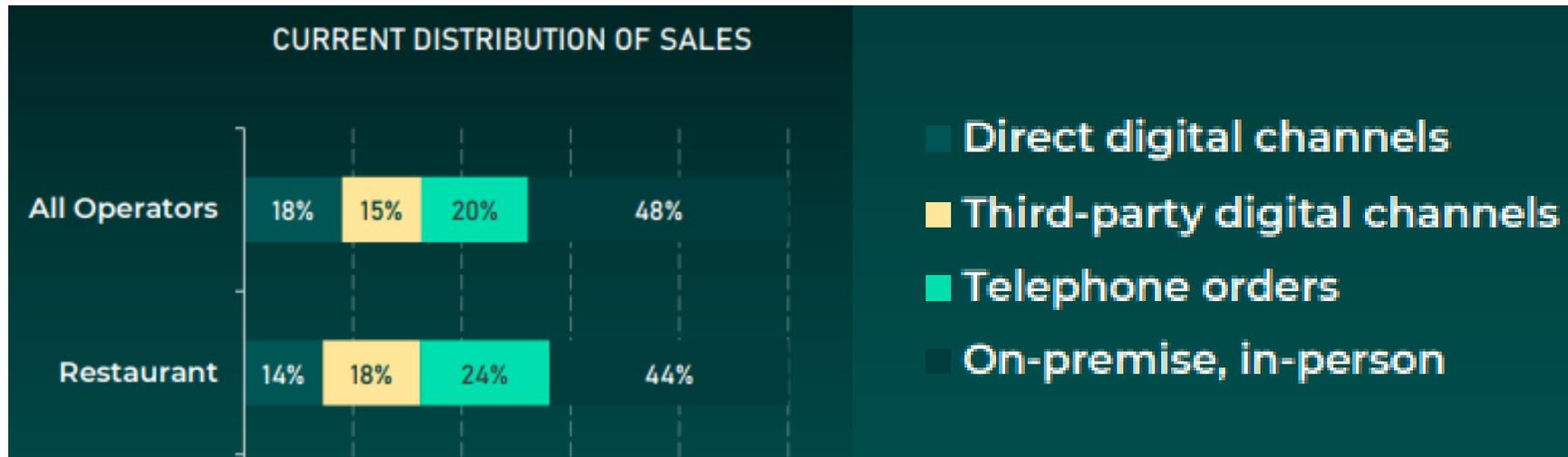
# Illustrations US

Répartition  
entre actes de  
consommation  
sur place vs à  
emporter : poids  
sur 100%



# Illustrations US

Répartition sur 100% des ventes des actes de consommation



**Five in Focus: Third-Party Delivery**

January '22 • 15 pages • 5 min read

Consumer adoption of third-party delivery apps continues to grow, forcing operators to confront how much revenue they want to drive via these digital-ordering channels, versus their direct platforms like their own app, website, or phone. Here are the top 5 things you need to know about third-party delivery.

[Read](#) [Download](#) [Share](#) [Like](#) [Share](#)

**FIVE IN FOCUS: THIRD-PARTY DELIVERY**

# Hybride... sans horaires ou au delà



# Illustrations France

## Le focus de la boulangerie pour le petit déjeuner

**2014**

**33%** de proposition

**14 boissons chaudes par jour**

**2021**

**75,4%** de proposition

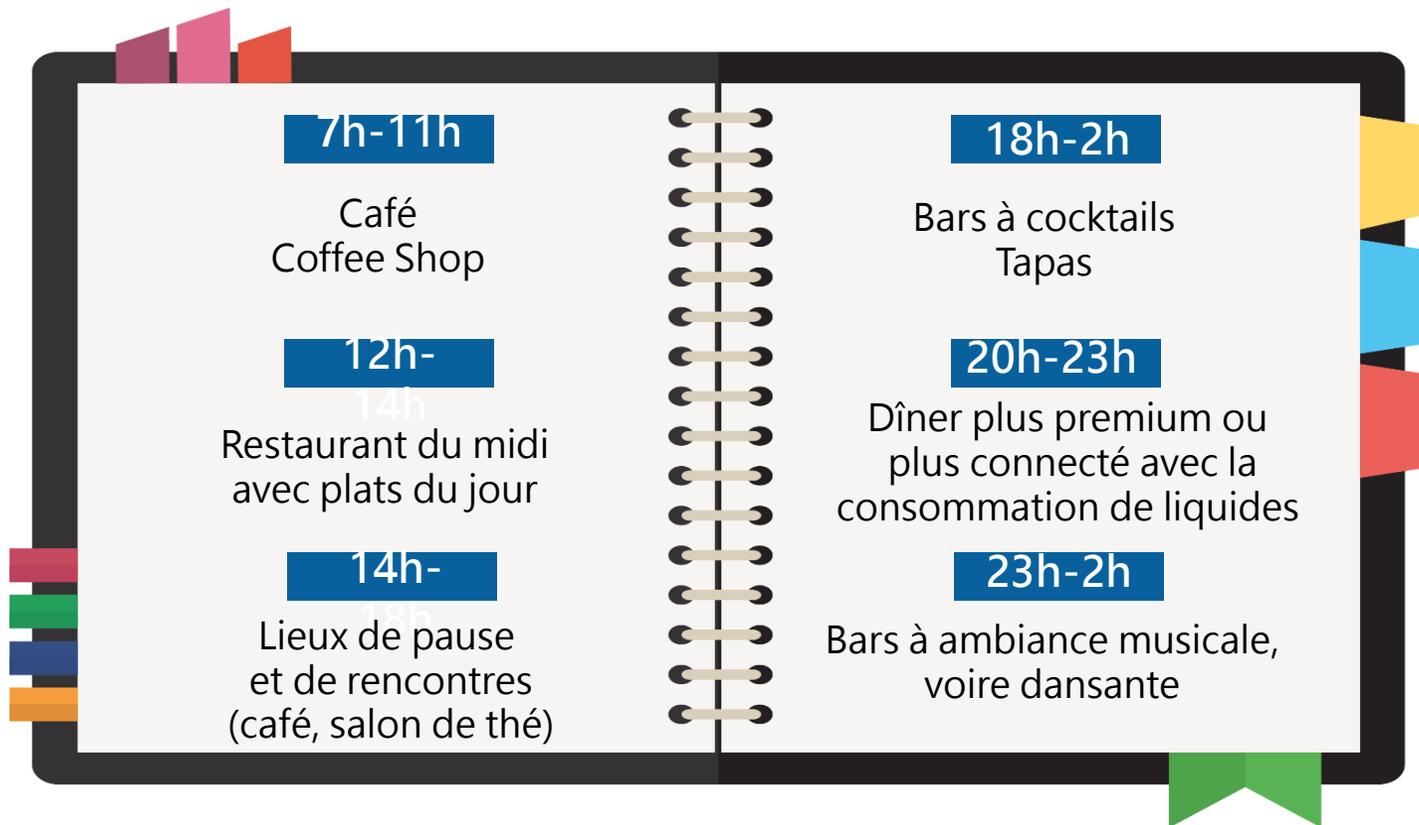
**33 boissons chaudes par jour**

**La boulangerie devient le nouveau coffee shop**



# Illustrations France

## Le focus sur la restauration à table à toute heure



# Illustrations US

**– Thursdays are twice as nice**



**One for you, one to share. Or not.**

Get two of your favorites for the price of one during Starbucks® Happy Hour on select Thursdays each month, from 2 p.m. to 7 p.m. at participating stores. Our app is the best place for Happy Hour alerts and offer redemptions.



# Hybride... et mutations (offres et genre)



# Illustrations France

## Départ

- DIPS DE HOUMOUS DE BETTERAVE • 10 légumes croquants
- SOUPE DE MELON DE NOS VOISINS • 9 au thé rooibos
- PETIT CEVICHE DE DAURADE • 15 radis rose, lait de coco, gingembre et citron
- ASPERGE BLANCHE ET VERTE • 12 couette mimosa
- BURRATA À PARTAGER • 25 espuma de roquette, tomates multicolores et pêches
- PLANCHE OMEGA 3/6/9 • 28 sardines du pays basque, mais épi, poulpe, avocat, cake de graines à coque, pain grillé et de shot de lait d'amande

## Salades

- LA CÉSAR • 15 poulet grillé, tomates cerise, oail, romaine, parmesan
- LA BIQUETTE DE ROCAMADOUR mielleuse et craquante • 16
- VÉGÉ BOWL • 16
- LA COLORÉE tris de tomate, fraise, nectarine • 16
- SCHITROUMPFETTE • 14 champignons de saison son œuf mollet, sauce crémeuse aux herbes

## Végé pour tous

- CHOU-FLEUR RÔTI demi • 15 entier • 26,5
- DOSA crêpe, sauce raita (sauce yaourt, cumin, poivre, Cayenne et aneth) • 16
- MOUSSAKA VÉGÉTARIENNE aux gombos • 14,5
- ARTICHAUT CAMU SURPRISE • 16
- MIJOTÉ DE LÉGUMES tofu, lait de coco • 16
- TOFU SNAKE pleurote, émulsion de petit pois, vieille mîmolette • 16
- FREGOLA pesto roquette, pignons torréfiés, tomates corifées • 16
- AUBERGINE CONFITE cœur de burrata, tomate toute nue, pesto roquette • 16
- TARTINE À LA NOIX tapenade, artichaut et asperges • 16
- RISOTTO PRIMAVERA asperges, artichaut et petit pois • 18
- TRUFFADE DES MONTAGNES • 15

Prix nets en euros, service inclus - L'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération. www.1ch.fr

## Carpaccio et caiche

- CARPACCIO DE POULPE • 22 fruits d'olive, pestilade et croûtons
- CARPACCIO DE BOEUF MI-CUIT • 20 escalottes crispy et tapenade
- CEVICHE DE DAURADE • 21 curry, coco, japaïe et sucrose
- CEVICHE DE LOTTE • 26 espuma de mais, cancha grillée et oignons pickels

## Huitres sélection

	x3	x6	x12
Fine de Claire n°3	8	16	32
Spéciale Claire n°4	9,1	18,2	36
Gillardeau n°3	11,7	23,4	46,8

Dans le numéro et grand, plus l'huître est petite.

## En attendant ses grillades

- CHIFFONADE DE JAMBON SERRANO 24 mois • 15
- FRICANDEAU DE DUTREVIS 500g quart • 10 / demi • 18 / entier • 32
- PLANCHE DE CHARCUTAILLE de notre sélection • 23

## Barbecue

- CÔTE DE BOEUF AU MIE • les 100g 5,9
- RIBS DE PORC DES PLAGES DU CAP • 18
- ÉPAULE D'AGNEAU DE LOZÈRE • 58 pour 2, suffisante pour 3, frie au bbq, caviar d'aubergine et condiment mentholé
- ONGLET DE BOEUF DE NOS PRAIRIES • 17 / pour 2 • 31
- CÔTELETTES D'AGNEAU • 20
- PLUMA DE PORC IBERIQUE • 17
- SALISSE AU COUTEAU • 15 de mon enfance
- POULET BRAISÉ de nos campagnes / quart demi • 25 / entier • 48

### La Palette du Cap

Poitrine de cochon  
Poulet, Saucisse  
Boeuf de nos prairies  
Épigramme d'agneau

pour 4 = 76€

## Deissons

- HOWARD GRILLÉ gribiche à l'estragon demi • 36 / entier • 68
- SUPONS GRILLÉS aux agrumes • 18
- MAQUÉREAU BRETON GRILLÉ gremolata, pickles de concombre • 18
- LE LOUBAR ENTIER BBQ • 21

## Garnitures

- FRITES portion • 5
- PURÉE de 2 textures • 6
- RATATOUILLE • 6 aux légumes
- LES VERTS ET JAUNES • 4 aux légumes de saison
- LENTILLES DU PUY • 5
- LA POMME SANDRINE • 6 à la feuille de curry
- SALADE VERTE • 4

## Ris de cochon gras à suchar

- La demi • 18 / entière • 32

## Planches et apéro

- ASSIETTE VÉGÉ À PARTAGER • 23,5
- ASSIETTE DE CHARCUTAILLE • 23
- PLANCHE DE FROMAGE DE NOS MONTAGNES • 21
- PLANCHE MIXTE • 25
- PLANCHE OMEGA 3/6/9 • 28 sardines du pays basque, mais épi, poulpe, avocat, cake de graines à coque, pain grillé et de shot de lait DOSA crêpe indienne et ses condiments • 16
- FRICANDEAU DE DUTREVIS 500g 1/4 • 10 / 1/2 • 18 • 1 • 32
- BURRATA À PARTAGER • 25 poire, rutabaga, betterave
- HOT DOG À LA FRANÇAISE biguette tradition, saucisse de veau épice, oignon frit, Cantal 1/2 baguette • 10 / baguette entière • 18

## Huitres sélection

	x3	x6	x12
Fine de Claire n°3	8	16	32
Spéciale Claire n°4	9,1	18,2	36
Gillardeau n°3	11,7	23,4	46,8

Dans le numéro et grand, plus l'huître est petite.

## Vins au verre

ROUGES	13cl	25cl
KANONKOP KADETTE CAPE BLEND	7,9	15,2
GLENNELY SYRAH 2016 STELLENBOSH	7,8	15,1
M.A.N BOSSTOK PINOTAGE	7,8	15,1
PINOT NOIR IGP Le Versant	5,8	11,2
LITTLE GARANCE IGP Port du Gard	6,1	11,8
LE TITI BLAUE CÔTES DE BORDEAUX AOC	5,8	11,2
Oliver Chilly		
GRAVES AOC Haute Selve	7,9	15,2
MORGON VIEILLES VIGNES Domaine du Petit Pécou	6,9	13,2
CÔTES DU RHÔNE Les Abbatz Domaines Saint-Etienne	6,1	11,8
PIC ST LOUP Altitude 1092 Terres Haute	7,6	14,4
SAINT JULIEN Les Fiefs de Lagrange	14	26
CHINON AMARANTHE AOC le vin de notre ami pascal	6,1	11,8
BLANCS		
LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar	5,8	11,2
BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier	8,1	14,3
CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer	5,8	11,2
CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes	8,6	16,6
BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants	6,8	12,8
SANCERRE AOC Michel Girard	8,6	16,6
BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY	8	14
ROBÉS		
LE TITI IGP Méditerranée	5,8	11,2
CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté	6,9	13,2
BANDOL AOC by OTT	7,5	14,5

## Champagnes à la coupe

- CHAMPOMY • 4
- ROEDERER BRUT PREMIER • 15
- TAITTINGER CUVÉE PRESTIGE • 15
- HENRI ABÈLE BRUT • 10
- BOUTEILLES DE NOTRE SÉLECTION Roederer, Roederer cristal, Dom Pérignon, Billecart-Salmon rosé, Ruinart blanc de blancs

## Nos crêpes

- LE CROCK NELSONS • 10
- LE CROCK POULET • 12
- LE CROCK VÉGÉ • 12
- LE CROCK TRUFFE • 14

## Mug -9,5

- Cookie dough
- Chocolate Fudge Brownie
- Peanut butter cup

## Boissons chaudes

- EXPRESSO • 3,2
- NOISETTE • 3,5
- EXPRESSO DOUBLE • 6
- CAFÉ CREME • 5,8
- CAFÉ AU LAIT D'AMANDE • 6,6
- CAFÉ AMÉRICAIN en mug • 4,5
- CHOCOLAT GRAND-MÈRE • 5,4
- CHOCOLAT CHAUD À LA ROSE • 7,5 brochette charmalow

## Thés MARIAGE FRÈRES • 5,8

- NOÏRS
- EARL GREY IMPÉRIAL thé de Darjeeling à la bergamote
- SULTANE CEYLAN traditionnelle English breakfast tea
- MARCO POLO fleurs et fruits de Chine et du Tibet
- DARJEELING HIMALAYA jardin des fruits plateaux de l'Hind
- CHADERNAGOR sur la route des épices : gingembre, cardamome
- BLANCS
- LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar
- BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier
- CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer
- CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes
- BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants
- SANCERRE AOC Michel Girard
- BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY
- ROBÉS
- LE TITI IGP Méditerranée
- CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté
- BANDOL AOC by OTT

## Thé À LA FRENCH PRESS • 5,8

- ROOIBOS petit coussin de l'Algue du Sud
- INFUSION verveine, thé

## BOUTEILLES DE NOTRE SÉLECTION

- Roederer, Roederer cristal, Dom Pérignon, Billecart-Salmon rosé, Ruinart blanc de blancs

## CRÊPES

- Chocolat, beurre sucré, citron, confitureabricot ou fraise, miel • 6
- Caramel au beurre salé • 6
- SUZETTE, jus d'orange et Grand Marnier flambe • 12

## Dejuns

- PARISIEN • 11,5
- 2 MINI CROISSANTS • 2,5
- 2 MINI PANIS AU CHOCOLAT • 2,5
- PAIN BEURRE OU CONFITURE • 2,5

## Boissons chaudes

- EXPRESSO • 3,2
- NOISETTE • 3,5
- EXPRESSO DOUBLE • 6
- CAFÉ CREME • 5,8
- CAFÉ AU LAIT D'AMANDE • 6,6
- CAFÉ AMÉRICAIN en mug • 4,5
- CHOCOLAT GRAND-MÈRE • 5,4
- CHOCOLAT CHAUD À LA ROSE • 7,5 brochette charmalow

## Thés MARIAGE FRÈRES • 5,8

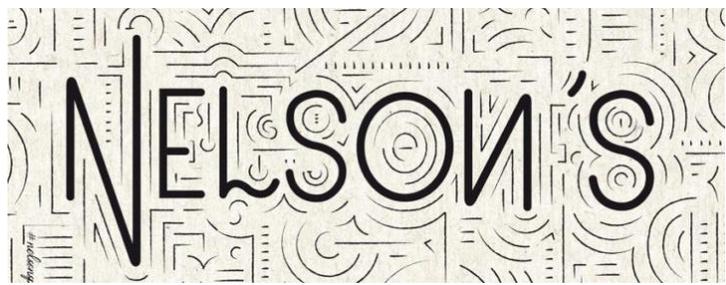
- NOÏRS
- EARL GREY IMPÉRIAL thé de Darjeeling à la bergamote
- SULTANE CEYLAN traditionnelle English breakfast tea
- MARCO POLO fleurs et fruits de Chine et du Tibet
- DARJEELING HIMALAYA jardin des fruits plateaux de l'Hind
- CHADERNAGOR sur la route des épices : gingembre, cardamome
- BLANCS
- LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar
- BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier
- CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer
- CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes
- BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants
- SANCERRE AOC Michel Girard
- BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY
- ROBÉS
- LE TITI IGP Méditerranée
- CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté
- BANDOL AOC by OTT

## Thé À LA FRENCH PRESS • 5,8

- ROOIBOS petit coussin de l'Algue du Sud
- INFUSION verveine, thé

## BOUTEILLES DE NOTRE SÉLECTION

- Roederer, Roederer cristal, Dom Pérignon, Billecart-Salmon rosé, Ruinart blanc de blancs



## Arrivée

- BABA AU RHUM NEGRITA pour vous deux • 20
- 2 TICKETS POUR PARIS-BREST • 20
- BIG WINNIE pour 6 personnes • 44/le demi 22 macaron maison, châtaigne, praliné et spéculos
- ASSIETTE DE FROMAGE 1 AU CHOIX • 7 MIXTE • 11
- TARTE FINE de saison • 10
- CARROT CAKE • 8
- POMME RÔTIE DE JAYA faisselle légère à la vanille • 9
- CHEESECAKE À L'ACAÏ • 10
- MOUSSE DE FROMAGE BLANC • 8 granola, miel de bruyère
- MOUSSE AU CHOCOLAT de mon enfance • 8 en 2 textures
- MINISTRONE DE FRUITS FRAIS au sirop rooibos • 8
- ACAÏ BOWL banane, fruits rouges et kiwi • 10
- CAFÉ ou THÉ GOURMAND surprise du chef • 10

## MUG BING&JERRY'S • 9,5

- cookie dough, chocolate fudge brownie, peanut butter cup

## Planches et apéro

- ASSIETTE VÉGÉ À PARTAGER • 23,5
- ASSIETTE DE CHARCUTAILLE • 23
- PLANCHE DE FROMAGE DE NOS MONTAGNES • 21
- PLANCHE MIXTE • 25
- PLANCHE OMEGA 3/6/9 • 28 sardines du pays basque, mais épi, poulpe, avocat, cake de graines à coque, pain grillé et de shot de lait DOSA crêpe indienne et ses condiments • 16
- FRICANDEAU DE DUTREVIS 500g 1/4 • 10 / 1/2 • 18 • 1 • 32
- BURRATA À PARTAGER • 25 poire, rutabaga, betterave
- HOT DOG À LA FRANÇAISE biguette tradition, saucisse de veau épice, oignon frit, Cantal 1/2 baguette • 10 / baguette entière • 18

## Huitres sélection

	x3	x6	x12
Fine de Claire n°3	8	16	32
Spéciale Claire n°4	9,1	18,2	36
Gillardeau n°3	11,7	23,4	46,8

Dans le numéro et grand, plus l'huître est petite.

## Vins au verre

ROUGES	13cl	25cl
KANONKOP KADETTE CAPE BLEND	7,9	15,2
GLENNELY SYRAH 2016 STELLENBOSH	7,8	15,1
M.A.N BOSSTOK PINOTAGE	7,8	15,1
PINOT NOIR IGP Le Versant	5,8	11,2
LITTLE GARANCE IGP Port du Gard	6,1	11,8
LE TITI BLAUE CÔTES DE BORDEAUX AOC	5,8	11,2
Oliver Chilly		
GRAVES AOC Haute Selve	7,9	15,2
MORGON VIEILLES VIGNES Domaine du Petit Pécou	6,9	13,2
CÔTES DU RHÔNE Les Abbatz Domaines Saint-Etienne	6,1	11,8
PIC ST LOUP Altitude 1092 Terres Haute	7,6	14,4
SAINT JULIEN Les Fiefs de Lagrange	14	26
CHINON AMARANTHE AOC le vin de notre ami pascal	6,1	11,8
BLANCS		
LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar	5,8	11,2
BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier	8,1	14,3
CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer	5,8	11,2
CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes	8,6	16,6
BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants	6,8	12,8
SANCERRE AOC Michel Girard	8,6	16,6
BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY	8	14
ROBÉS		
LE TITI IGP Méditerranée	5,8	11,2
CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté	6,9	13,2
BANDOL AOC by OTT	7,5	14,5

## Champagnes à la coupe

- CHAMPOMY • 4
- ROEDERER BRUT PREMIER • 15
- TAITTINGER CUVÉE PRESTIGE • 15
- HENRI ABÈLE BRUT • 10
- BOUTEILLES DE NOTRE SÉLECTION Roederer, Roederer cristal, Dom Pérignon, Billecart-Salmon rosé, Ruinart blanc de blancs

## Nos crêpes

- LE CROCK NELSONS • 10
- LE CROCK POULET • 12
- LE CROCK VÉGÉ • 12
- LE CROCK TRUFFE • 14

## Mug -9,5

- Cookie dough
- Chocolate Fudge Brownie
- Peanut butter cup

## Boissons chaudes

- EXPRESSO • 3,2
- NOISETTE • 3,5
- EXPRESSO DOUBLE • 6
- CAFÉ CREME • 5,8
- CAFÉ AU LAIT D'AMANDE • 6,6
- CAFÉ AMÉRICAIN en mug • 4,5
- CHOCOLAT GRAND-MÈRE • 5,4
- CHOCOLAT CHAUD À LA ROSE • 7,5 brochette charmalow

## Thés MARIAGE FRÈRES • 5,8

- NOÏRS
- EARL GREY IMPÉRIAL thé de Darjeeling à la bergamote
- SULTANE CEYLAN traditionnelle English breakfast tea
- MARCO POLO fleurs et fruits de Chine et du Tibet
- DARJEELING HIMALAYA jardin des fruits plateaux de l'Hind
- CHADERNAGOR sur la route des épices : gingembre, cardamome
- BLANCS
- LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar
- BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier
- CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer
- CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes
- BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants
- SANCERRE AOC Michel Girard
- BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY
- ROBÉS
- LE TITI IGP Méditerranée
- CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté
- BANDOL AOC by OTT

## Thé À LA FRENCH PRESS • 5,8

- ROOIBOS petit coussin de l'Algue du Sud
- INFUSION verveine, thé

## Dejuns

- PARISIEN • 11,5
- 2 MINI CROISSANTS • 2,5
- 2 MINI PANIS AU CHOCOLAT • 2,5
- PAIN BEURRE OU CONFITURE • 2,5

## Boissons chaudes

- EXPRESSO • 3,2
- NOISETTE • 3,5
- EXPRESSO DOUBLE • 6
- CAFÉ CREME • 5,8
- CAFÉ AU LAIT D'AMANDE • 6,6
- CAFÉ AMÉRICAIN en mug • 4,5
- CHOCOLAT GRAND-MÈRE • 5,4
- CHOCOLAT CHAUD À LA ROSE • 7,5 brochette charmalow

## Thés MARIAGE FRÈRES • 5,8

- NOÏRS
- EARL GREY IMPÉRIAL thé de Darjeeling à la bergamote
- SULTANE CEYLAN traditionnelle English breakfast tea
- MARCO POLO fleurs et fruits de Chine et du Tibet
- DARJEELING HIMALAYA jardin des fruits plateaux de l'Hind
- CHADERNAGOR sur la route des épices : gingembre, cardamome
- BLANCS
- LE TITI SAUVIGNON IGP Colombar
- BELLERUCHE CÔTES DU RHÔNE Maison Chappoutier
- CHARDONNAY IGP Louis Eschenauer
- CHABLIS AOC Laroche Les Charonnes
- BOURGOGNE ALIGOTE AOC Les Panchants
- SANCERRE AOC Michel Girard
- BOUCHARD FINLAYSON WALKER BAY
- ROBÉS
- LE TITI IGP Méditerranée
- CASA ROSA IGP Corse Ile de Beauté
- BANDOL AOC by OTT

## Thé À LA FRENCH PRESS • 5,8

- ROOIBOS petit coussin de l'Algue du Sud
- INFUSION verveine, thé

## BOUTEILLES DE NOTRE SÉLECTION

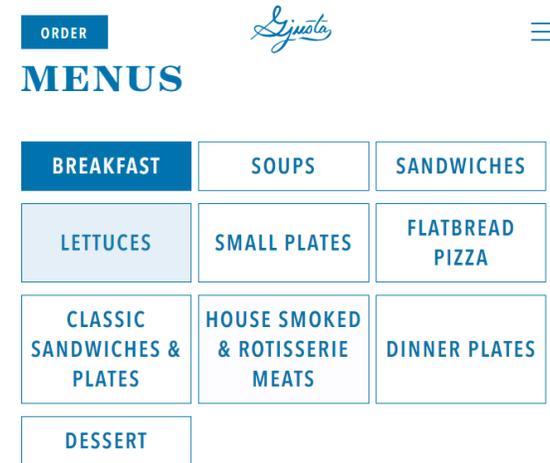
- Roederer, Roederer cristal, Dom Pérignon, Billecart-Salmon rosé, Ruinart blanc de blancs

# Illustrations US



Gjusta is a California deli, bakery, café, and market created to serve fresh, seasonal food to our community. Our menu, space, and offerings change as we go, evolving with the seasons and the needs of our neighborhood.

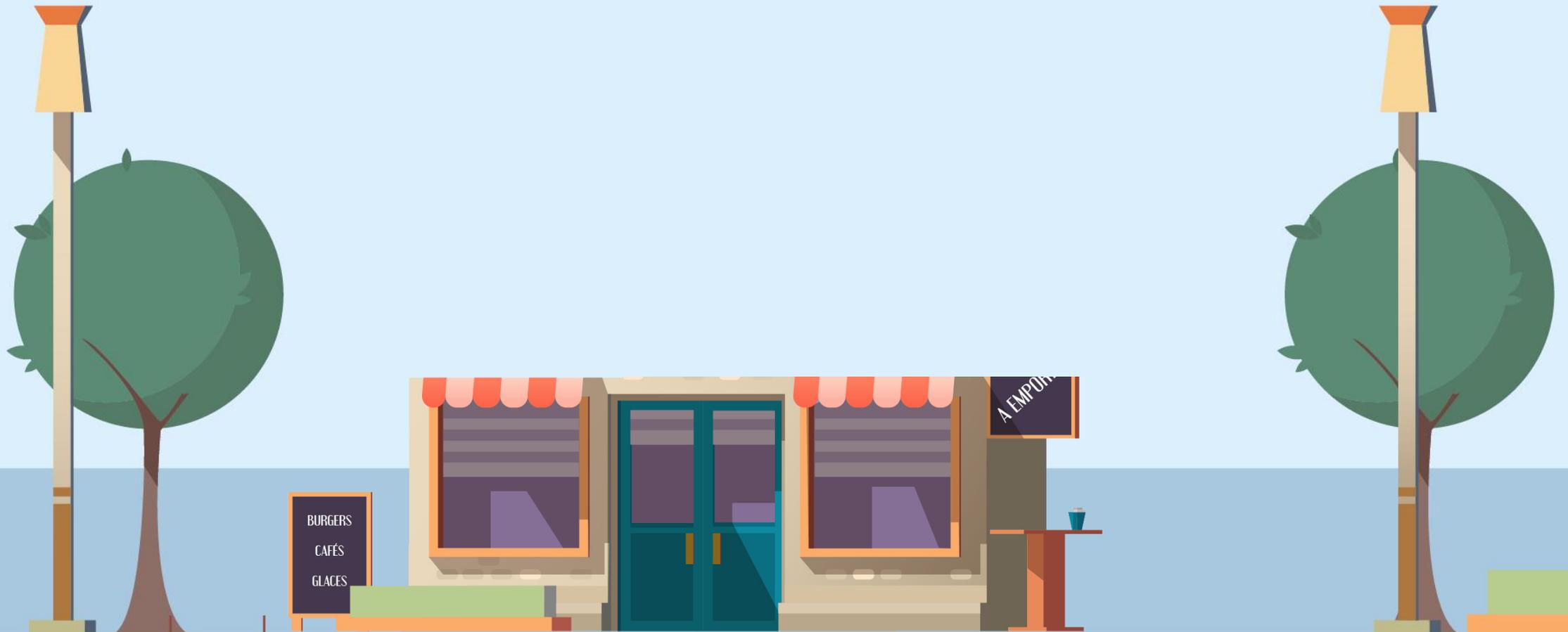
## Gjusta, CA



butcher + deli + restaurant + bar + concert



# La dominante boissons au-delà de l'alimentaire



# Illustrations France

## Estimation des points de vente de restauration à table avec dominante boissons et estimation des points de vente festifs et des dominante cocktails

Une restauration à table dédiée aux services du repas

Une restauration à table assurant un service continu

Une restauration à table assurant un au-delà des repas sans être continu

31%

52%

17%

En scrutant les reviews des consommateurs..

Une priorité à la boisson  
Plus de 40% du parc avec une vraie dominante boisson dans leur activité

Un intérêt accru pour le cocktail et les offres à partager  
Plus de 18% avec une vraie carte de cocktails commentée au sein des réseaux sociaux

# Illustrations UK

## Dry pubs et Wet pubs

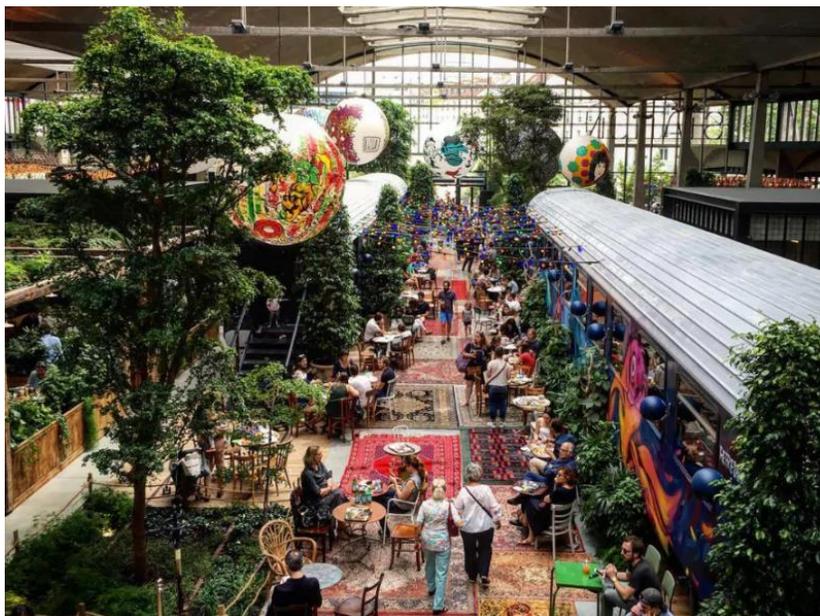


# La transformation des espaces



# Illustrations France

## Le foodcourt et les lieux de vie



NOUS PENSONS QUE  
LE CHANGEMENT RADICAL  
DONT NOUS AVONS BESOIN  
NE POURRA SE FAIRE QU'AVEC  
**UNE ACTION COLLECTIVE** DES  
ENTREPRISES, DES POUVOIRS  
PUBLICS ET DES CITOYENS.

LA CASERNE EST LE LIEU OÙ LES ACTEURS DU  
CHANGEMENT POURRONT SE RÉUNIR  
**POUR IMAGINER COLLECTIVEMENT**  
LE MONDE DE DEMAIN.

# Un exemple européen

**THE  
STUDENT  
HOTEL**

**THE  
STUDENT  
HOTEL** Séjourner Travailler Se réunir Boire & Manger



**THE  
STUDENT  
HOTEL** Séjourner Travailler Se réunir Boire & Manger



**THE  
STUDENT  
HOTEL** Séjourner Travailler Se réunir Boire & Manger



# Encore plus d'activités complémentaires



# Illustrations France

La limite à l'activité complémentaire étant la cohérence (localisation et connexion)



## MUTTS CANINE CANTINA



**FOR MORE PET TRENDS:**  
See our [TIPS: Fall 2020](#) issue where we shine a spotlight on how foodservice and retailers can take pets into consideration when menu and product planning.



	Among consumers who have been before, % who are "very interested"
Vintage arcade / game emporium	58%
Next-gen movie theaters	56%
Next-gen gaming bars / gamer cafes	55%
Board game / tabletop game bars	55%
Immersive murder mystery dining	54%
Next-gen bowling alleys	53%
Sports and dining venues	53%
Music clubs / lounges	51%
Performance dine-in theaters	50%
Family-friendly entertainment venues	39%

# Nouvelles technologies



# Illustrations France

Au-delà des solutions digitales multiples qui nous entourent et qui occupent petit à petit les points de vente, il faut chercher toutes les solutions génératrices de plus value en termes de trafic et de notoriété

## MENU DIGITAL

### DANS QUEL BUT ?

Pour permettre à vos clients de consulter votre menu en toute sécurité depuis leurs téléphones.



des restaurateurs ont mis en place un menu digital depuis le confinement.



en avaient déjà un avant le confinement.



Présence de menu digital en fonction des régions

Vous êtes donc **30%** à avoir mis en place un menu digital.

Le menu digital fait partie des solutions capables d'apporter une satisfaction au-delà de l'offre alimentaire...

# Illustrations US

## Chipotle Step 1



**Today 50% of consumers have heard of the metaverse**

Q: Have you heard the term "metaverse" before? | Fielded January 2022 (n = 1001)



Food brands are already moving quickly into digital spaces. Chipotle opened a virtual restaurant in Roblox last year as part of a Halloween promotion, giving away (real) burritos to the first 30,000 people who visited.

## Chipotle Step 2



Chipotle Burrito Builder on Roblox

**Chipotle BURRITO BUILDER** on ROBLOX

Regarder sur YouTube

Le foodservice pénètre la réalité virtuelle et artistique : #NFT

# Résumé de la composition d'un point de vente hybride



Un point de vente hybride qui drive  
les mesures à déployer dans le contexte  
**DES CHALLENGES 2022**

*Redonner envie aux  
chômeurs de rejoindre les  
marchés de la restauration*

*Repenser son activité*

*Offrir pour mieux séduire*

*Laisser de la place à l'offre éphémère*

*Premiumiser autant  
que possible*

*Optimiser le digital*

*Trouver le juste équilibre  
entre qualité de l'assiette  
et l'expérience clients*

*Repenser la configuration  
de son point de vente*

*Semer le doute  
sur la définition de votre  
établissement*

*Le plastique,  
c'est plus fantastique*

# Comment considérer l'hybridation?

## Opérateurs

- Une vraie opportunité de différenciation
- Une vraie aptitude à générer du business additionnel
- Un axe de communication: encore + décalé et instagrammable
- Idéal pour pouvoir tester des approches sans affecter son concept

**Un point de vigilance :**  
**La cohérence**

## Fournisseurs

- Une approche multiple avec des points de vente + concentrés mais avec des besoins + larges
- Un discours, du support, des outils adaptés aux points de vente hybrides et à ceux qui veulent le devenir
- Des usages nouveaux et à venir

**Plusieurs points de vigilance :**  
**La segmentation, l'approche catégorielle à adapter**



# Votre contact

**Nicolas Nouchi**

*Global Head of Insights*

nnouchi@chd-expert.com

+33(0)6 98 90 42 01

[www.chd-expert.fr](http://www.chd-expert.fr)

**CHD Expert AmNotre conso as**  
130 S. Jefferson Street  
Suite 250  
Chicago, IL 60661 - USA  
+ 1-888-CHD-0154

**CHD Expert EMEA**  
92-98 Boulevard Victor Hugo,  
92110 Clichy- France  
+33 1 73 73 42 00

**Global Innovation Center**  
41 Montefiore St  
6520112 Tel-Aviv - Israel  
+972 54-332-9690