COMMISSION ETUDES ET OUTILS MARKETING

Jeudi 2 février 2023

Fabienne ROCHEFORT
Frédérique LEHOUX

GECO
FOOD SERVICE

A VOS AGENDAS !

4 Réunions Commission Etudes & Outils Marketing en 2023 : 9h30-12h00

- **Jeudi 02 février 2023**
- *(Jeudi 06 avril 2023 si besoin pour auditions Etude 2023)*
- **Jeudi 01 juin 2023**
- **Jeudi 05 octobre 2023**
- **Jeudi 30 novembre 2023**

NOUVEAUTE 2023 !

Pour que vous puissiez bénéficier pleinement de **l'effet « Réseau des professionnels du food service » du GECO**,

Nous vous invitons à revenir tous ensemble dans les nouveaux locaux du GECO FOOD SERVICE pour :

- une **Réunion plénière** le **1er juin 2023**
- **UNIQUEMENT en présentiel**
- Avec **1 invité**,
- Réunion suivie d'un **moment de convivialité (pause déjeuner).**

Vous pourrez ainsi vous rencontrer, vous connecter, vous créer de précieux contacts !

RAPPEL : modus operandi pour participer aux réunions

1. **J'envoie le Calendrier** des réunions
2. **à chaque membre de noter la date des réunions** 2023 dans son calendrier;
3. en amont de chaque réunion, j'envoie **une invitation pour la réunion**
4. j'établis une liste de participants à chaque réunion, au vu des inscriptions reçues.
5. J'envoie, notamment le lien VISIO sur demande, uniquement à ceux qui se sont signalés.

= pour participer aux réunions, il faut s'inscrire à chaque réunion ☺

GECO
FOOD SERVICE

SOMMAIRE

1. **Rappel des règles du droit de la concurrence**

2. **Point sur notre Etude 2022 confiée à FSV** « Fournisseurs : comment s'intégrer à la dynamique digitale en restauration commerciale ? »
   - Point sur les Questionnaires Quali = Expert digital + Autres Experts restauration
   - Point Calendrier

3. **Rappel sur la 2ème Etude 2022 en cours : « HORIZON 2030 : les restaurations en mutations » par SOCIOVISION**
   - Point Calendrier

4. Débuter la Réflexion sur le **Thème Etude 2023**

5. Volontaires pour réflexions sur **Outils Restauration Collective**

6. **Quels invités** pour la Commission en 2023 ?

7. **Atelier NPD GROUP** sur l'utilisation efficace des **données PANEL CREST**

8. Les **outils fournis par le GECO** Food Service

9. Les **livrables du CNRC** : une mine d'informations !

RAPPEL DES REGLES DU DROIT DE LA CONCURRENCE

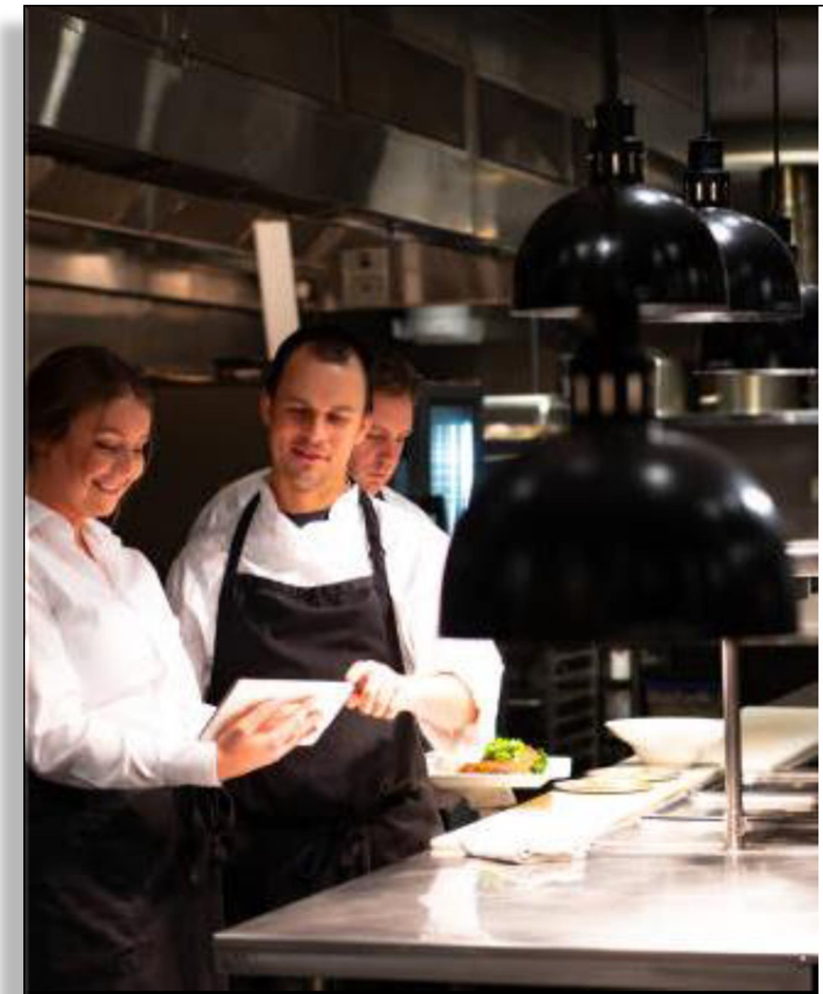
Les adhérents du GECO Food Service et les participants aux réunions s'engagent à respecter les règles du droit de la concurrence.

En particulier, ils ne doivent pas communiquer ou échanger d'informations sensibles concernant leur politique et stratégie commerciale, marketing,publicitaire, industrielle et d'achat, notamment toute information relative aux prix, conditions de vente, opérations promotionnelles, bénéfices, marges, parts de marché, méthodes et coûts de production, de distribution et d'approvisionnement.

Le processus d'élaboration de positions établies ne doit pas servir de prétexte aux entreprises pour coordonner leur stratégie ni leur permettre d'imposer individuellement leur position dans un but qui leur est propre.

Chaque entreprise est responsable de sa stratégie commerciale et des décisions qu'elle prend à ce titre.

GECO
FOOD SERVICE



GECO
FOOD SERVICE

Fournisseurs : comment s'intégrer à la dynamique digitale en restauration commerciale

DOCUMENT CONFIDENTIEL

food. service vision

Get a sharper vision,
Make better decisions.

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

For:
GECO

Point à date : Questionnaire Quali + Calendrier

GECO
FOOD SERVICE

RAPPEL de nos partis-pris / décisions :

1. Sur le centrage de l'Etude :

- **On ne reste pas sur la photographie** des « transformations liées au digital pour les restaurateurs », mais à une **analyse** pour avoir les « **impacts** de ces transformations pour les fournisseurs ».

- Sur ces **impacts**, on ne restera **pas uniquement aux impacts identifiés** par les restaurateurs , notamment en termes de besoins et/ou attentes : **au terme de l'analyse**, on tentera de visualiser/identifier **ce qui va impacter** les fournisseurs.

- Il conviendra d'être tout particulièrement attentifs à ce que **le livrable ne soit pas seulement un constat**, mais bien **une hiérarchisation des transformations digitales** constatées/à venir, en précisant les **impacts pour les fournisseurs**, au travers notamment des nouveaux usages générés par ces transformations digitales.

- Les résultats attendus doivent être **orientés « pour action fournisseur ».**

GECO
FOOD SERVICE

RAPPEL de nos partis-pris / décisions :

- Afin de bien **replacer le fournisseur au centre** de l'étude, au centre de l'analyse puis de la lecture des enseignements à tirer, le titre retenu : **« Fournisseurs : comment s'intégrer dans la dynamique du digital de la restauration commerciale ? »**

2. **Construction des questionnaires :**

- **L'angle Réseaux Sociaux doit être abordé :** quelle place les réseaux sociaux occupent-ils dans les sources d'inspiration des opérateurs de restauration interrogés ? quels réseaux sociaux ?

3. **Sur les interviewés :**

- un vrai consensus pour **voir intégré le secteur de la Boulangerie Pâtisserie.**
- **Le secteur Restauration collective,** qui intéresse légitimement certains adhérents mais qui avait été écarté ab initio, **n'est pas conservé = le parti pris est de ne pas se disperser.**

GECO
FOOD SERVICE

RAPPEL Méthodologie retenue :

1. Méthodologie :

- **Quali** :
  - ✓ 1 chaine de restaurant tradi
  - ✓ 1 chaine de restaurant rapide
  - ✓ 1 Dark Kitchen
  - ✓ 1 expert du digital spécialiste des marchés de livraison
  - ✓ 1 expert chaines de BoulPat (type Marie BLACHERE – ANGE – Louise, etc.)

- **Quanti** : 80 restaurants traditionnels + 80 restauration rapide

2. S'agissant des interviews Quali BoulPat :

- Pour faire lien avec le Quanti, ITWs pourraient être orientées : la digitalisation en BP, **quelles différences avec la RR générale ? pour quelles raisons ?…**

- **Ces clés de différenciation** mises en exergue par les interviewés, pourraient permettre une lecture intéressante des résultats Quanti de la RR : en creux, on identifierait les points non transposables, a priori, dans l'univers BP.

GECO
FOOD SERVICE

Questionnaire Quali Draft 1 : Experts de Restauration

- **Questionnaire avec nos 1ères observations** (partagées avec FSV le 25/01)

POINTS D'ATTENTION FSV :

« Il s'agit d'un **guide semi directif**, qui sert donc **de base** à la discussion mais qui ne sera **pas suivi « à la lettre ».**
Nous avons essayé de mettre un maximum de **relances afin de stimuler les réponses**, mais dans la plupart des cas, **nous nous laisserons guider par la discussion** en étant attentifs à bien aborder toutes les questions clefs ».

- **Clés de différenciation BoulPat : en attente de FSV**

GECO
FOOD SERVICE

Questionnaire Quali Draft 1 : Experts de Restauration

➢ Observations <u>complémentaires</u> 1/3:

- **Le guide d'entretien** : nous sommes à l'aise globalement mais nous avons l'impression qu'il se concentre uniquement sur les outils digitaux de gestion et qu'il ne laisse **pas ou peu de place pour les outils digitaux d'inspiration et de communication**

  Pour cela, nous aimerions a minima ajouter dans les relances sur la comm : **quels réseaux sociaux** utilisent-ils **pour s'inspirer** et et quels réseaux utilisent-ils **pour faire la comm** (qui peuvent être différents). Dans l'idéal, **consacrer plus de temps pour ces 2 piliers d'outils digitaux** que ce qui est prévu à ce stade.

- Il me semble cohérent et assez global vs les différents acteurs en demande sur cette étude.
  Bien insister sur quel type d'outils ou de besoins sont nécessaires pour la relation fournisseur au niveau digital.

- Le guide d'interview me semble très complet, toutefois serait-il également **possible d'évaluer l'impact financier de l'ajout des solutions digitales** dans les opérations d'un restaurant. Quel est le **montant annuel approx**, dépenser pour tous les outils et **comment est-ce que l'opérateur considère le ROI**. Et est-ce que cela a un **impact sur les profils en recrutement** recherchés ?

GECO
FOOD SERVICE

Questionnaire Quali Draft 1 : Experts de Restauration

➢ **Observations <u>complémentaires</u> 2/3 :**

- Dans le plan d'expérience : il est noté 1 expert chaîne de boulpat ; or dans le mail récap de Frédérique il est noté 2 ? est-ce que ça a changé ?

- Il n'est pas précisé **quel « profil » est interviewé ?** Vu la largeur du scope (logistique, comm ..), il serait peut-être parfois pertinent d'avoir plusieurs personnes pour avoir toutes les réponses ? je pense que l'orga des chaînes est en effet + centrée sur le métier qu'avec un chapeau transverse « digital ».

- Est-il prévu d'avoir **une « fiche signalétique » de chaque enseigne interviewée** avec les infos clés sur <u>leur fctionnement (nb étbs ..)</u> ; et <u>leur « équipement digital »</u> (réseaux sociaux : lesquels et combien de followers, site web ? vente en ligne ? CRM ?)

- Il me semble important de creuser le **mode de fonctionnement national / local**
  - ➢ dans la partie structure
  - ➢ dans les différents sujets liés au digital

GECO
FOOD SERVICE

Questionnaire Quali Draft 1 : Experts de Restauration

➢ **Observations <u>complémentaires</u> 3/3 :**

Pour comprendre **la marge de manœuvre des étbts** (et donc aussi des fournisseurs). Ex : est-ce que les RS sont animés uniquement **via la centrale ou via des initiatives locales** également ? La **mercuriale produit** est-elle uniquement nationale, je pense nott aux appros locaux ? Selon les réponses, cela pourrait ouvrir (ou pas) des opportunités aux fournisseurs.

- La **partie « fidélisation clients »** n'apparait pas, elle est certainement sous-jacente à la partie « communication » ou « expérience client », mais à confirmer ?

- **RH / formation des équipes** : cela intègre aussi les fiches recettes digitalisées / tutos ? dans une dimension + « culinaire » de la formation ?

- Dans la partie 6, et même si je partage tout à fait la nécessité d'orienter l'étude sur les plans d'actions fournisseurs qui pourraient ressortir, **attention à ne pas « biaiser » les questions en orientant uniquement vers les besoins fournisseurs**. Parfois, une chaîne/ un étbts n'a pas spontanément en tête une solution que pourrait mettre en place un fournisseur car cela peut sortir de la relation achats habituelle, et on pourrait donc passer à côté d'une bonne idée (c'est le rôle de FSV d'orienter l'échange si les échanges sortent complètement du cadre)

GECO
FOOD SERVICE

Questionnaire Quali Draft 1 : Expert Digital

- **En attente de FSV**

GECO
FOOD SERVICE

CALENDRIER Quali

1. **Etude quali** :

- Envoi du Guide d'entretien Quali Draft 1 à Commission **mardi 17/01**.

- Validation du Guide au plus tard le **lundi 06/02**.

- Interviews quali et analyse finalisées pour **le 15/02** (FSV)

- Restitution pour échange GECO/FSV sur 1ère phase d'analyse qualitative. **=> A partir du 03/03.** Propositions de dates : vendredi 03/03 matin ou après-midi, lundi 06/03 matin ou après-midi

- Réunion de restitution Phase Quali aux Adhérents GECO **=> A partir du 09/03**.
  Propositions de dates :
  - **Vendredi** 10/03 matin ~~ou après-midi~~,
  - **lundi** 13/03 matin,
  - ~~mercredi 15/03 matin ou après-midi~~,
  - ~~jeudi 16/03 matin ou après-midi~~.

GECO
FOOD SERVICE

CALENDRIER Quanti Fin Etude

2. Etude quanti :

- Lancement du terrain quanti (rédaction questionnaire, terrain, analyse) après la restitution quali.

- La totalité du protocole quanti (rédaction questionnaire, terrain, analyse) devrait prendre 10 semaines environ. Si nous lançons le quanti entre mi-février et fin-février, nous pouvons compter sur une restitution finale fin avril 2023.

- Je vous propose de finaliser le planning quanti quand nous aurons une date de restitution pour la partie quali afin d'avancer en séquentiel.

GECO
FOOD SERVICE

HORIZON 2030 : Des restaurants en transition – SOCIO VISION

GECO FOOD SERVICE

Etude Sociovision

Etape 1 de l'étude :

- Etudes et baromètres récurrents que SOCIOVISION mène chaque année. Ces analyses vont nous apporter des hypothèses sur nos univers
- Livrable en Nov 2022 - **Réunion Restitution 18 nov**

Etape 2 de l'Etude veille documentaire et Interviews des experts ciblés

A partir des Hypothèses de la phase 1 , tirer les fils sur notre univers en interrogeant une dizaine d'experts / fournir des études GECO SI BESOIN

Nous avons retenu **3 grands segments de restauration**

- Restauration à table
- Restauration rapide
- Restauration collective avec un Focus sur la restauration d'entreprises ou plutôt la restauration des actifs et autres institutionnels (Santé scolaire)

Avec 3 champs de restitution pour le Collège

-les Equipements de cuisine

-les consommables

-les services (sécurité sanitaire, maintenance etc.) lien avec alimentaire

GECO
FOOD SERVICE

Etude Sociovision

<u>Quali</u> = ont été interviewés :

1. Président d'une fédération d'acteurs de l'hôtellerie et de la restauration
2. Consultant en restauration collective
3. Consultant en restauration hors foyer
4. Consultante RSE experte du secteur de la restauration
5. Experte en sécurité alimentaire
6. Dirigeant d'une start-up spécialisée dans les équipements de cuisine reconditionnés
7. Consultant en innovation, spécialiste de l'écosystème alimentaire
8. Chef cuisinier étoilé
9. Directeur des relations extérieurs d'un site de réservation de restaurants en ligne
10. Directrice Marketing de l'innovation d'une école de cuisine
11. Restaurateur, ancien serveur en brasserie
12. Editeur de manuels de formation pour les métiers du secteur CRH
13. Directeur marketing d'une chaîne de restauration rapide
14. Dirigeant d'une entreprise de logiciels de gestion de restauration à table

2. **<u>Livraison du Rapport</u>** Intégral + synthèse : **à partir du 27/02**

3. **<u>Réunion Restitution finale</u>** : **mercredi 22 mars après-midi** au GECO

Un atelier avec NPD GROUP sur le PANEL CREST : date ?

atelier de 2h00 de 8h0 à 10h30 - date à positionner

WEBINAR a priori = à voir ensemble.

GECO
FOOD SERVICE

LE PANEL CREST

Panel Consommateurs CREST

Mesurer l'activité des marchés CHD :

- 14 000 consommateurs interrogés
- 365J/an sur leur consommation hors foyer (occasions, dépenses, tickets moyens, parts de marché)
- avec un historique depuis 2008
- + VAE/LAD/SUR PLACE lecture au trimestre

GECO FOOD SERVICE

COM. ETUDES ET OUTILS MARKETING

FOCUS PANEL CREST

Détails et flexibilité des informations du Panel CREST : chaque dimension peut se croiser avec une autre sous réserve de significativité

R. Rapide
R. À Table
Hôtels
Loisirs
Transports
R. Collective
Distr. Automatique
Chaînes/Indépendants

Age/Genre/CSP
Region
Motivation de Visite
Critères de choix
Satisfaction de la visite
Intention de revisite
Competitive replacement

MESURES
Dépenses
Occasions
Ticket Moyen
Nombre d'items
Prix moyen / Items
Nombre de prises produits
Taux de prise produits

Viennoiseries/Patisseries
Sandwiches
Burgers
Entrées
Viandes/Poissons
Accompagnements
Snacks
Desserts
Boissons

Moment de la journée
Jour de la semaine
Promotion/Menus
Lieu de consommation
Type de service
Activité avant la visite
Personnes présents lors de la visite

COM. ETUDES ET OUTILS MARKETING

FOCUS PANEL CREST

- **PANEL CREST** (NPD Group) – **15 sous-segments**

Restauration Rapide (RR) :

▪***Burgers :*** *Fast food tels que McDonald's, Quick, KFC...*

▪***Sandwicheries :*** *Chaînes et indépendantes.*

▪***Boulangeries :*** *Artisanales indépendantes (hors achat du pain seul).*

▪***GMS :*** *Rayons libre-service GMS vendant des sandwichs, salades... en portion individuelle. Les données isolées GMS sont disponibles à compter de l'année 2015.*

▪***Pizzas VAE/livrées :*** *Chaînes telles que Pizza Hut, Domino's Pizza... et pizzerias indépendantes.*

▪***Autre restauration rapide :*** *Vente à emporter en dehors des segments ci-dessus, et traiteurs (italiens, chinois, etc.). A compter de 2015, les données Traiteurs sont désormais dans le segment « Autre restauration rapide ».*

Restauration Servie à Table (RAT ou SAT) :

▪***Cafétérias :*** *Chaînes telles que Flunch, Cafétéria Casino... et indépendantes, hors cafétérias d'autoroutes (regroupées dans le segment Transports).*

▪***Cafés Bars Brasseries :*** *Etablissements pouvant servir de l'alcool seul (comptoir bar).*

▪***Restauration à thème :*** *Chaînes (toutes) et indépendants avec un thème spécifique tel que grill, italien, traditionnel, poisson, asiatique...*

▪***Restauration non thématique :*** *Restaurants indépendants sans spécialité particulière.*

Loisirs & Transports : *NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les touristes étrangers (représentativité : population française).*

▪***Loisirs :*** *Restauration dans les hôtels, cinémas, musées, parcs à thème, sites sportifs...*

▪***Transports :*** *Restauration dans les stations-services, gares, aéroports...*

Restauration collective :*NB : La méthodologie CREST ne couvre pas les cantines scolaires.*

▪***Travail :*** *Restauration d'entreprise (bureaux ou usines) autogérée ou concédée. NB : Exclu la distribution automatique.*

▪***Autres collectivités :*** *Toutes les restaurations collectives hors travail, pour le personnel et les visiteurs, incluant le secteur santé/social (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite), l'enseignement supérieur (universités et écoles supérieures), les autres établissements (tels que l'armée, les foyers…).*

Distribution Automatique (DA) :

L'indicateur des données « Distribution Automatique » (DA) a été mis en place en 2016.

Consommation Nomade :

toutes les réponses autres *que « sur place dans l'établissement ». Cela comprend toutes les occasions liquides et solides non consommées sur place.*

COM. ETUDES ET OUTILS MARKETING

FOCUS PANEL CREST

- **En 2022 et 2023 :**

✓ **Par semestre** – **Livraisons au GECO** : début août 2022/23 + fin février 2023/24

✓ Avec **focus sur le mode de consommation** **A table, LAD et VAE**

Résultats pour **6 macro-segments :**

- ***Restauration Commerciales***
- ***Restauration Rapide (RR)***
- ***Restauration Service à Table (RAT ou SAT)***
- ***Loisirs & Transports***
- ***Restauration collective***
- ***Distribution Automatique***

Quels Outils GECO 2023 Restaurations Collective ?

VECTEUR PLUS :

Hervé CHEVALLIER

Katell CHARLES

GECO FOOD SERVICE

Quels themes d’étude en 2023 ?

GECO
FOOD SERVICE

POUR RAPPEL : l'expression des besoins lors du choix du thème de l'Etude 2022

la répartition des marchés en fonction du territoire/région, voire les différences zones urbaines/rurales :

- un des points marquants de la crise COVID, c'est l'écart accru d'une région à une autre, et entre ville/campagne
- 2 clés d'entrée :
  - ✓ des écarts liés aux tendances de consommation
  - ✓ des écarts liés à la structuration du marché hors do selon les zones
- intérêts derrière pour nous = mieux cibler où géographiquement mettre de l'effort et sur quoi

l'impact télétravail :

- la CHD y perd-t-elle complètement ? ou est-ce plus nuancé ? on a des CSP+ majoritairement en télétravail – à plus fort pouvoir d'achat – lassitude de cuisiner tous les jours – besoin de sortir de chez soi = VAE et LAD – comment les fournisseurs accompagnent cette évolution ? – comment ils aident la restauration répondre à la demande ? que restera-t-il plus précisément dans la durée de l'explosion de la LAD ? que peut-on appréhender du télétravail qui sera mis en place de manière pérenne ?

GECO FOOD SERVICE

Thèmes à venir ?

NOUVELLES PROPOSITIONS : pour l'Etude 2023

Communication et inspiration des restaurateur via le digital :

- Si le côté communication et inspiration via le digital ce n'est pas l'objectif sur lequel s'accordent les membres de la commission pour l'étude 2022, peut-être envisager ce sujet spécifiquement dans les idées pour l'étude 2023 ?

Crise économique et climatique : quels impacts sur la carte/menu des restaurateurs ?

- Dans nos autres pistes pour la future étude : une vision quali de l'adaptation des cartes aux enjeux actuels économiques et climatiques ?

XX

- XX

GECO FOOD SERVICE

Thèmes à venir ?

Quels invités pour échanger avec notre Commission ?

- Anne-Claire PARE de BENTO ?
- FRENCHEFS ?
- Autres ?

GECO FOOD SERVICE

RAPPEL DES OUTILS FOURNIS PAR LE GECO FOOD SERVICE

IMPORTANT :

Les chiffres achetés par le GECO Food Service le sont pour l'usage exclusif de ses adhérents.

Dans le respect de l'accord passé avec les cabinets d'études, merci de réserver les résultats à ceux qui ont financé les études et outils, les adhérents du GECO Food Service : **MERCI DE NE PAS LES DIFFUSER.**

A défaut, si les résultats sont diffusés, vous risquez de faire perdre, à terme, à votre association la possibilité d'acheter de manière mutualisée des études et des chiffres : ce serait dommage pour chacun.

GECO
FOOD SERVICE

LE PANORAMA DE LA CONSOMMATION HORS FOYER

OBSERVATOIRE 360° RECENSANT TOUTES LES DONNÉES INDISPENSABLES POUR SE DÉVELOPPER SUR LES MARCHÉS DE LA CHF

La bible des marchés de la consommation Hors foyer

Réservé à nos adhérents, intégrant les chiffres macro fournis par GIRA Food Service, le PANORAMA investigue et approfondit tous les sous-segments de marchés : chiffres, tendances, enjeux, impacts réglementaires, acteurs, focus (ex sur le Covid).

Réactualisé chaque année, le PANORAMA collecte **au cours d'une année entière** toutes les **informations sur les marchés** que nos adhérents ne peuvent suivre en détail.

GECO
FOOD SERVICE

LE PANORAMA DE LA CONSOMMATION HORS FOYER

OBSERVATOIRE 360° RECENSANT TOUTES LES DONNÉES INDISPENSABLES POUR SE DÉVELOPPER SUR LES MARCHÉS DE LA CHF

1.MARCHÉS, ACHATS ET DISTRIBUTION

Chiffres clés macroéconomique, segmentations, acteurs de la filière et impacts crise Covid

2. LES ENJEUX

Liés aux règlementations sur les marchés et les impacts sociétaux, sociaux et démographiques

3. RESTAURATION COMMERCIALE

- Segmentation
- Chiffres clés
- Tendances (consommateurs, concepts, offres, ...)
- Evolutions
- Monographie des enseignes

4. RESTAURATION COLLECTIVE

- Segmentation
- Chiffres clés
- Tendances (concepts, offres, ...)
- Evolutions
- Monographie des enseignes
- Marchés publics
- Coûts en matières premières

5. CIRCUITS DE VENTE ALTERNATIFS

Segment, chiffres clés et tendances.
Les sous-segments : commerces alimentaires, stations-services, autres circuits

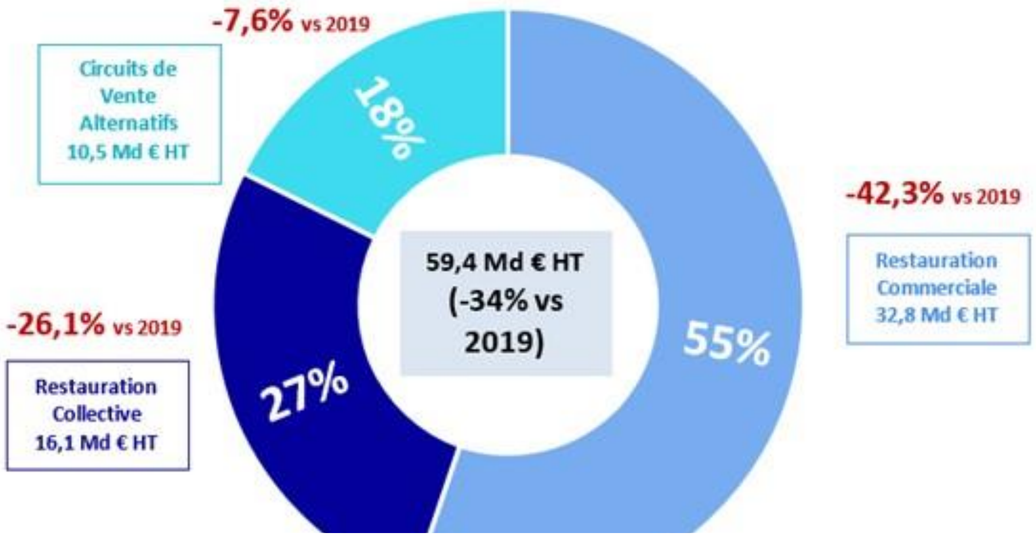
6. LA CHF EN EUROPE

Chiffres clés sur les principaux pays de l'Europe de l'ouest

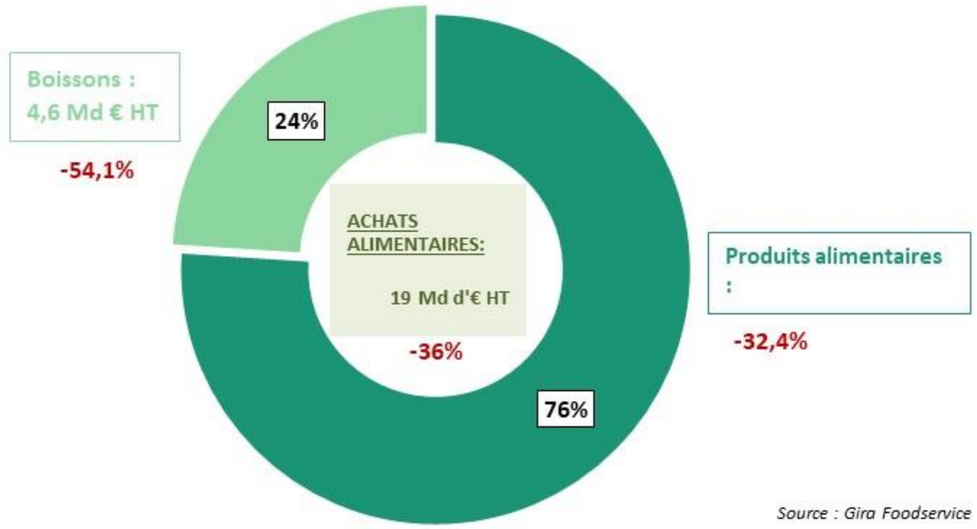
LE PANORAMA DE LA CONSOMMATION HORS FOYER

UNE **BIBLE** RECENSANT TOUTES LES DONNÉES INDISPENSABLES POUR SE DÉVELOPPER SUR LES MARCHÉS DE LA CHF ET POUR NOURRIR VOS PRESENTATIONS – **ALIMENTER VOS PRESENTATIONS**

9.A - EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA CHD

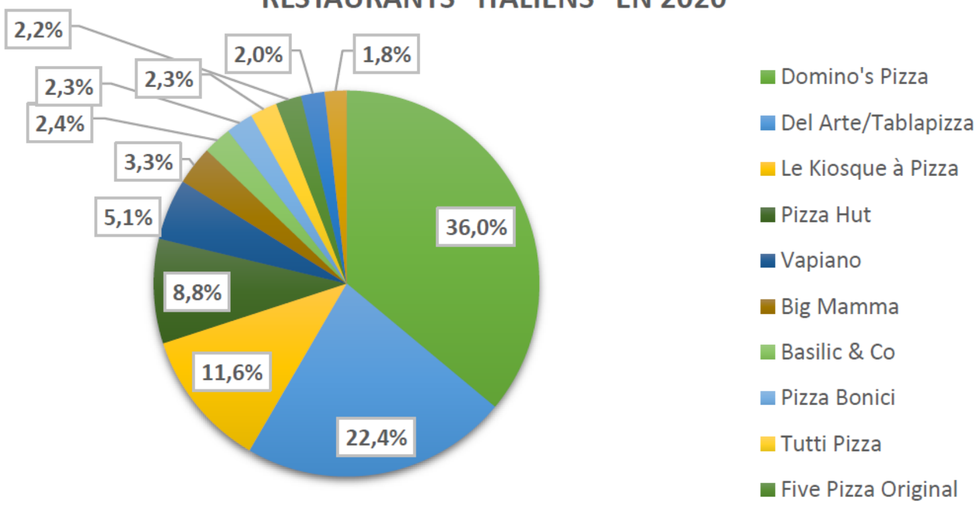


19. LES ACHATS DE LA CHD EN FRANCE EN 2020



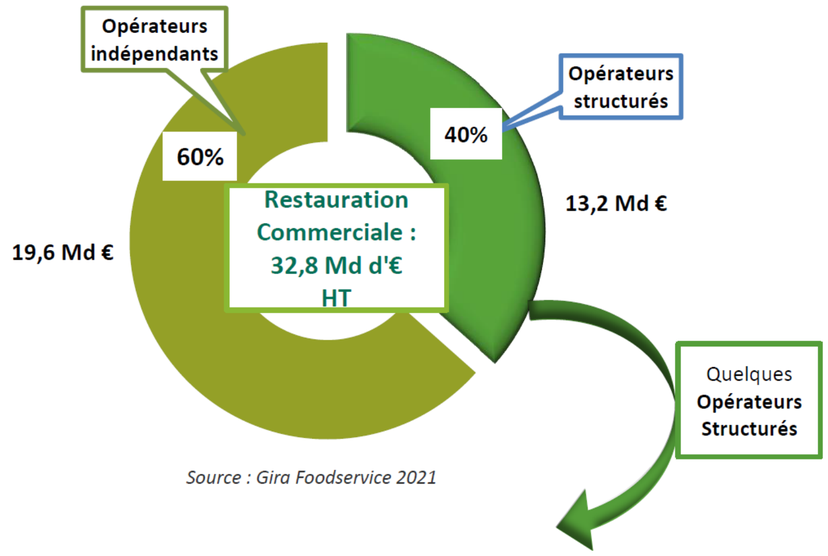
Source : Gira Foodservice

20. PDM DES GRANDS GROUPES DE CHAINES DE PIZZERIAS & RESTAURANTS "ITALIENS" EN 2020



*Source : B.R.A. Tendances Restauration *N°418* Mai 2021*

3. PART DE MARCHE DES OPERATEURS STRUCTURES ET INDEPENDANTS DANS LA RESTAURATION COMMERCIALE EN 2020 (en valeur)



Source : Gira Foodservice 2021

UNE ÉTUDE ANNUELLE POUR TOUS

UN THÈME CHOISI CHAQUE ANNÉE PAR LA COMMISSION ETUDES & OUTILS MARKETING :

2019/2021

Les drivers de choix du consommateur /convive dans sa consommation hors domicile
CHD EXPERTS

2017/2018

Mieux piloter sa communication (Salon, réseaux sociaux, presse pro, etc.) selon ses sujets : les sources d'informations influençant les responsables de restauration hors foyer dans leur décision d'achats
IFOP

2022 en cours

Etude prospective Horizon 2030 Restauration de demain
SOCIOVISION

Etude sur la digitalisation de la restauration
Food Service Vision

2020

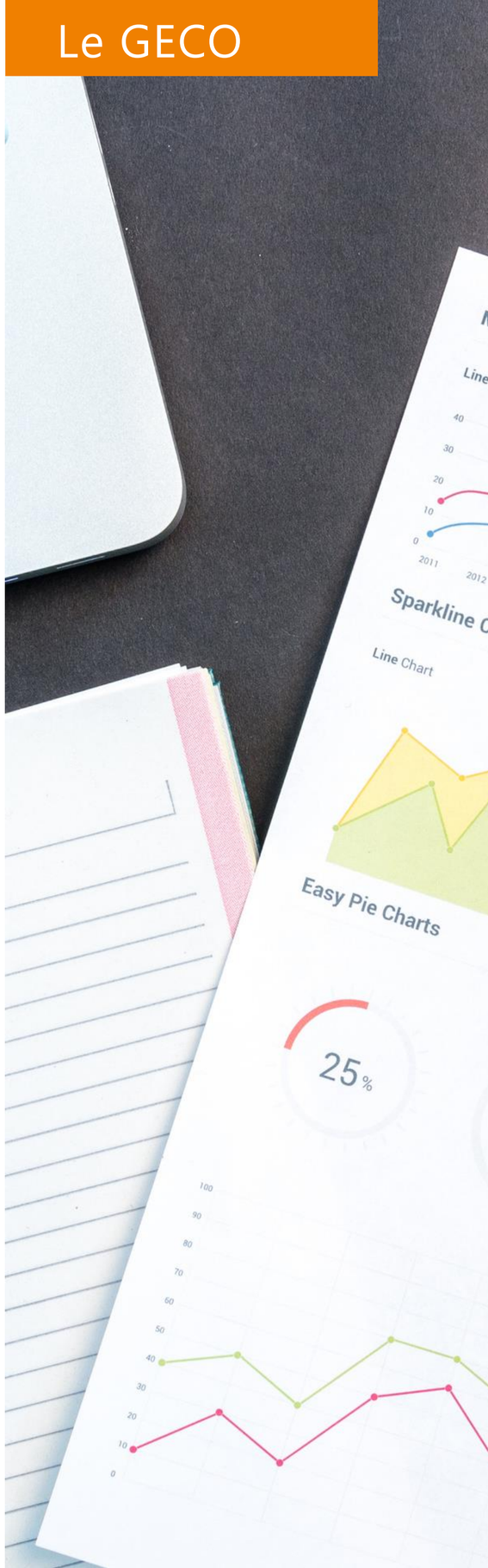
Impacts COVID19 sur le comportement du consommateur
IRI GIRA Food Service

2015

Comment les professionnels appréhendent le développement durable ?
DECRYPTIS

2016

Se préparer au Digital en CHF - **DECRYPTIS**



LES PANELS

Baromètre de la restauration collective

Mesurer les tendances et évolutions des Restaurations Santé – Social – Scolaire – (Entreprise)

NOUVEAU

2022 Baromètre de l'Offre Alimentaire & Boissons en Entreprise

Post COVID l'entreprise diversifie ses offres envers ses salaries : Restauration d'entreprise + Frigos connectés + Livraisons au Bureau ou à domicile des salaries + Corners, etc. : appréhender cette nouvelle offre, enjeu d'attractivité pour l'employeur, pour l'accompagner

Panel Consommateurs CREST

Mesurer l'activité des marchés CHD : 14 000 consommateurs interrogés 365J/an sur leur consommation hors foyer (occasions, dépenses, tickets moyens, parts de marché) avec un historique depuis 2008

Rappel les Livrables du CNRC sur la loi EGALIM

GECO
FOOD SERVICE

Ressources utiles concernant la mise en œuvre de la loi EGAlim

Sur la **plateforme "ma cantine"** https://ma-cantine.agriculture.gouv.fr/accueil

Documentation de la communauté ma cantine

GECO FOOD SERVICE

Livrables du CNRC

MANIFESTER LA FIERTE DE NOS ENTREPRISES

GECO
FOOD SERVICE

Communication Collective

Différent

Rebondir

Confiance

Engagement

Prometteur

Combativité

PERSÉVÉRANCE

Enthousiasme

Optimisme

Adaptabilité

Exigence

Communication Collective

CONTACT Commission Etudes & Outils Marketing

Frédérique LEHOUX -Directrice Générale

Ligne directe : 01 53 01 93 12
Portable : 06 23 06 10 09
frederique.lehoux@gecofoodservice.com