

LA RESTAURATION GAGNANTE 2016 EN FRANCE : UNE ÉTUDE INÉDITE ET ÉCLAIRANTE

Décryptage des bonnes pratiques et des facteurs clés de succès pour comprendre les différents modèles de restauration gagnante.

Un contexte de crise, des habitudes de consommation qui évoluent, une montée en puissance du digital. À l'heure où la restauration commerciale connaît de fortes mutations, les décideurs du marché ont besoin d'**identifier** et de **comprendre les facteurs clés de succès**. Quels **types d'offre** et de **nouveaux services** proposer aux clients ? Quelles **méthodes efficaces pour attirer les clients** ? Quels sont les **modèles de restauration qui performant** ?

FOOD SERVICE VISION, cabinet d'études et de conseil spécialisé en hors-domicile, et le magazine **Le Chef**, des Éditions de la RHF, se sont associés pour mener l'étude « **Paroles de Restaurateurs – la restauration gagnante 2016** »

Une étude unique partant de l'interrogation de **16 décideurs qui réussissent** (grands chefs gastronomiques et patrons de chaînes) suivie d'une **quantification auprès de 500 restaurateurs indépendants**. Une étude qui permet de décrypter cette nouvelle restauration commerciale plus agile, plus performante : **la restauration gagnante d'aujourd'hui et de demain, à travers 7 modèles de performance.**



LES GRANDS ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

Un retour aux sources, une offre courte à base de produits frais

Plus de **2 restaurateurs sur 3** (72%), reviennent à une **offre courte et renouvelée**, tous les jours ou par saison. Le « bien manger », le retour à des produits frais, locaux et cuisinés au rythme des saisons, se confirment comme des tendances de fond. En hausse, les **produits frais** représentent la **majorité des achats** de produits alimentaires (85%) et le **local** un peu **plus de la moitié** (52%).

De nouveaux services issus de la restauration rapide

Les restaurateurs s'adaptent aux nouvelles attentes des consommateurs et la frontière avec la restauration rapide est de plus en plus floue. Le **service en moins de 30 min** le midi en semaine est pratiqué par près de **2/3 des établissements** et la **vente à emporter** : est proposée par **plus de la moitié** d'entre eux (53%).

Internet, une vitrine indispensable, mais des outils encore peu exploités

La visibilité en ligne est désormais un prérequis du succès. **91%** des restaurants performants utilisent des modes de **communication on-line**.

La **réservation en ligne** est pratiquée par plus d'un tiers des établissements, mais **peu pilotent leurs promotions et leur visibilité de manière dynamique**, en fonction de leur taux de remplissage (12%). L'**intérêt** pour remplir son établissement ou connaître les avis clients afin de s'améliorer est réel, **mais la crainte** d'une perte de contrôle sur les prix ou du bad buzz est bien présente.

Une forte exigence envers les fournisseurs

Le **sourcing** en produits frais, locaux ou produits d'exception et la **transparence de qualité et de livraison** apparaissent comme **les deux principales attentes** des restaurateurs envers leurs fournisseurs. Fait intéressant, **près de 6 restaurateurs sur 10** attendent des fournisseurs qu'ils leur **racontent une histoire** autour des produits proposés.

La grande majorité des interviewés cite au moins un **distributeur comme étant un partenaire de leur réussite**. Ainsi, **Métro** est en tête pour la moitié des interviewés. Côté industriels, **Elle&Vire** et **Président Professionnel** se partagent l'affiche.

Les 7 profils de patrons identifiés et leur vision du métier



Les Créateurs



Les Fédérateurs



Les Marketers



Les Conviviaux



Les Emplacements n°1



Les Investisseurs



Les Saisonniers

FOCUS sur le modèle gagnant du « Fédérateur »

« Le secret de ma réussite repose sur ma cuisine de grande qualité et à ma capacité à fédérer les bonnes compétences autour de moi. »

Le « Fédérateur », souvent titré Maître Restaurateur, propose une carte courte fréquemment renouvelée, à base de produits de qualité, frais et locaux.

Dynamique et ouvert aux autres, il s'entoure de partenaires (fournisseurs, confrères, agence de communication...) avec qui il entretient des relations basées sur la confiance, l'échange et la mutualisation. Il sait fédérer et fidéliser les équipes autour de son établissement.



Source inédite d'informations, l'étude « **Paroles de Restaurateurs – la restauration gagnante 2016** » s'est attachée à analyser les types d'offres et les nouveaux services proposés aux clients, à identifier les bonnes pratiques pour attirer les clients et à décrypter les 7 profils de patrons identifiés. Une vision à 360° du rôle du patron de restauration en 2016.

La méthodologie de l'enquête

conduite en octobre 2015 par Food Service Vision avec les Editions de la RHF

- **Phase qualitative** : 16 interviews approfondies confidentielles auprès de décideurs à succès (chefs gastronomiques, restaurateurs et dirigeants de chaîne) afin d'identifier leurs meilleures pratiques
- **Phase quantitative**
 - **Cible** : 500 restaurateurs indépendants qui performent en France recrutés et triés en fonction de leur performance
 - **Échantillonnage** : représentativité de la restauration avec service à table qui réussit
 - **Lecture des résultats par cible** : Restaurants gastronomiques, Restaurants traditionnels à table et Brasseries
 - **Mode de recueil** : questionnaire téléphonique de 20 minutes

À Propos de FOOD SERVICE VISION

Food Service Vision est aujourd'hui leader du conseil et des études sur le marché de la consommation hors-domicile.

Food Service Vision accompagne les acteurs du marché industriels, distributeurs ou chaînes pour un développement efficace en hors-domicile.

www.foodservicevision.fr

À Propos des Éditions de la RHF

La société « Les Éditions de la RHF » édite 6 magazines professionnels à destination de la restauration hors foyer : Le Chef, BRA tendances restauration, Industrie Hôtelière, Collectivités Express, Le Cuisinier et Grandes Cuisines.

Chaque magazine couvre un segment de ce marché pour répondre au mieux aux attentes de ses lecteurs et leur apporter le meilleur niveau d'information.

Elle propose une offre digitale segmentée (6 sites différents) qui informe au mieux en temps réel des actualités professionnelles.

www.lechef.com

Pour toutes demandes d'informations, merci de contacter :

Magali Caufman, Directrice Associée Food Service Vision

Tel : +33 (0)6 12 36 76 26 / +33 (0)4 37 45 02 65 / Email : m.caufman@foodservicevision.fr

Pour toutes citations de données sources :

« Paroles de Restaurateurs – la restauration gagnante 2016 » / Food Service Vision et Le Chef - Etude Ad'hoc.