

# Insights COVID #1

## L'avenir de la consommation en Foodservice

L'impact sur les comportements, perceptions et attentes des clients

### Quelles actions pour demain?

#### VOUS SOUHAITEZ

Comprendre l'état d'esprit, les évolutions actuelles de consommation, les attentes et les intentions de vos consommateurs en Foodservice afin de :

1. Expliquer les évolutions de consommation.
2. Mettre en place les actions adaptées aux attentes pour l'après.
3. Disposer d'une vision prospective.

### LES QUESTIONS QUE VOUS VOUS POSEZ

- Quelles **habitudes de consommation** :
  - **Avant la crise** : Quels types d'établissements Foodservice étaient fréquentés ? À quelle fréquence ? Quels critères de choix ? Quelles motivations de fréquentation ?
  - **Depuis le début du confinement et la fermeture des établissements**: Quelles réactions face à leur fermeture ? Y a-t-il eu transfert d'achat de produits consommés en Foodservice vers de la consommation à domicile pour des produits aujourd'hui achetés en hypermarché/supermarché? Si oui, quel %? Sur quels produits ? Quel impact sur la façon de les consommer : fréquence, moment / occasion, avec qui, budget dédié... Si non, pourquoi?
- **Livraison de repas à domicile** : Ont-ils recours à ce service ? Pourquoi ? Quelle place, quels sites, quels freins ? Est-ce un moyen de substitution, d'évasion... par rapport à la consommation en Hors Domicile? Commandent-ils auprès d'établissements fréquentés sur site habituellement ? A d'autres Pourquoi ? Quelle évaluation Quelles attentes en termes de mesures d'hygiène ?
- **Quel impact sur le fait-maison et l'autoproduction** ? Quelle évolution de la pratique de la cuisine à la maison ? Quelle fréquence ? Pour quels repas ? Pour quels types de cuisine? Quel impact sur le Foodservice lors de l'après ?
- **Quid des apéros à la maison** : en organisent-ils ? Participent-ils ? À quelle fréquence ? Quels produits consommés ? Avec qui ? Quels moyens ? Quelles évolutions par rapport à avant le confinement et quel impact sur le Foodservice lors de l'après ?
- **Quel transfert du budget qui était alloué au CHR** : Economies ? Courses alimentaires ? Shopping ?...
- **Quid de la notoriété de l'initiative « J'aime mon bistrot »** ? Quelle évaluation ? Quelle intention d'achat ? Quelles attentes quant à des initiatives similaires? Quelles intentions pour soutenir leurs établissements « préférés » ?
- **Comment les consommateurs se projettent-ils après la crise sanitaire** ? Quel projet pour cet été ? Quelle **intention de fréquentation des établissements après leur réouverture** ? Sous quelle échéance ? **Projection d'une éventuelle diminution ou augmentation de fréquentation** selon le type d'établissement ? Projection de changement d'établissements ? Pourquoi ? Quelle priorité la fréquentation des établissements occupera parmi toutes les activités non accessibles aujourd'hui et qui le seront post confinement ?
- Quelles **attentes des consommateurs envers les établissements après le confinement** : Quid de l'impact sur les normes d'hygiène, la traçabilité des produits, le Fait-maison, l'origine des produits, la qualité des produits, les attentes en termes de proximité, de sécurité sanitaire, propreté et hygiène, d'emballages, de services, d'offre, de circuits d'approvisionnement (circuits courts...) ... ?
- Quel intérêt pour la création d'un éventuel « label » permettant de classer les établissements ? Sur quels critères ?

## LA METHODOLOGIE

Interrogation online :

- 1 200 français consommateurs en CHD
- Echantillon représentatif national



Un échantillon qui permettra de lire les résultats :

1. **Par type d'établissement** (café, restaurant... / restauration à table, restauration rapide... / indépendant, chaîne...)
2. **Par profil consommateur Foodservice** (âge, CSP, nombre de personnes au foyer, en activité sur site Vs télétravail Vs en chômage partiel)
3. **Par région**
4. **Par type de zone de chalandise**

## TIMING

- Une étude **Baromètre en 3 temps** :

**Vague 1** : terrain en semaine 18 et 19

**Vague 2** : terrain après le 11 mai

**Vague 3** : terrain mi-juin

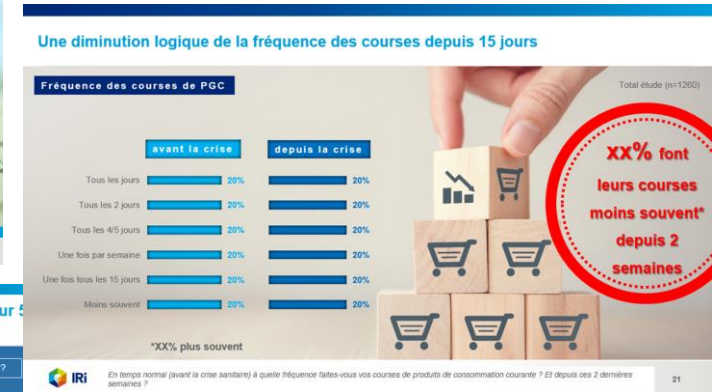
(timing des terrains à reconfirmer)

- **Résultats en semaine 22 pour la vague 1**
- **Livrables : Rapport PPT environ 80 diapositives, sans présentation**
- **Etude lancée si 3 souscripteurs minimum**

## EXEMPLES DE RESTITUTION



Une note logiquement basse pour le moral des français. A noter, plus de x shoppers sur sont plutôt pessimistes concernant l'avenir !



Vous souhaitez :

- Souscrire,
- Disposer d'informations complémentaires,
- Envisager la possibilité d'ajouter des questions spécifiques à votre métier,
- Ou nous faire part de tout autre besoin particulier.

Contactez-nous au 04 50 20 16 35 et/ou [gira@girafoodservice.com](mailto:gira@girafoodservice.com)