



Restauration et digital

Nouveaux outils de gestion, parcours client, restaurant connecté, startups de la foodserviceTech... : le secteur de la restauration se réinvente

Une étude pour

Analyser

l'impact du digital sur la chaîne de valeur de la restauration commerciale et identifier les bonnes pratiques numériques

Saisir

les opportunités du numérique pour optimiser l'activité et enrichir l'expérience client en restauration

Dresser

un panorama et une typologie de la FoodserviceTech au travers d'un panel de 145 startups analysées

Connaître

le point de vue des différents types d'acteurs sur les bouleversements induits par le digital dans le secteur de la restauration

La restauration commerciale face à la révolution numérique

UN CONSOMMATEUR CONNECTÉ ET EN DEMANDE, MAIS DES OUTILS QUI PEINENT À SE DÉVELOPPER DANS LA RESTAURATION

Du côté des consommateurs, l'usage du digital progresse très vite : choix du restaurant sur Internet, essor de la livraison à domicile, click & collect, recours aux applications pour réserver ou payer en ligne... Le consommateur, déjà très habitué à l'usage d'Internet dans le retail, initie très rapidement un nouveau parcours d'achat dans le secteur de la restauration commerciale. Le restaurateur est désormais obligé d'adapter son offre et ses services pour y répondre.

Toutefois, face aux enjeux de la transformation digitale, les restaurateurs restent encore aujourd'hui très prudents. Peu d'entre eux ont réellement investi dans de nouveaux services, de nouveaux outils de gestion ou de nouveaux équipements digitaux. On observe encore une relative méfiance vis à vis d'Internet et de ces acteurs. Même si on remarque une tendance plus forte à la digitalisation dans la restauration rapide, il reste énormément à faire pour réussir la modernisation du secteur. Les restaurateurs doivent comprendre les enjeux du digital, se former au numérique, et identifier les vraies solutions digitales répondant aux besoins de leur établissement.

UN POTENTIEL ÉNORME POUR LES NOUVEAUX ACTEURS DE LA FOOD SERVICE TECH

De nombreuses startups se lancent dans la FoodTech, et les levées de fonds se succèdent montrant un réel engouement des investisseurs sur ce marché.

Toutefois, le chemin est difficile et l'annonce de la fermeture de Take Eat Easy en juillet 2016 puis celle de Tok Tok Tok en septembre 2016, deux startups présentes sur le secteur de la livraison à domicile, montrent à quel point il est difficile de se faire une place sur un marché fortement concurrentiel, et de parvenir à la rentabilité.

Le bon concept ne suffit plus. Il faut bien comprendre les réalités du métier de restaurateur pour proposer des solutions pertinentes et à un prix juste. Enfin, il faut trouver les bonnes stratégies pour émerger dans un secteur hautement concurrentiel.

Les enjeux sont donc immenses tant au niveau des restaurateurs qui doivent réussir leur transition digitale que du côté des startups, où la bonne idée, le bon concept ne sont plus suffisants pour se faire une place.

VERBATIM

« Le digital me permet de gagner en efficacité et ainsi de pouvoir consacrer plus de temps à mon métier et à mes clients. »

Source : François Pasteau, Chef de l'Epi Dupin, interview Les Echos Etudes

LES + DE L'ÉTUDE

Un panorama de la FoodService Tech et une analyse détaillée des nouveaux outils et services digitaux en restauration :

- > Analyse détaillée des nouvelles solutions digitales pour :
 - Travailler la visibilité et la notoriété
 - Mieux gérer l'établissement
 - Recruter de nouveaux clients
 - Fidéliser les clients
- > Un panel de 145 startups de la Foodservicetech passées au crible
- > Des business cases sur des startups innovantes : Barnaby, Brigad, Citron, FoodMeUp, Job Minute, L'addition, La Belle Assiette, Les Habités, Live Pepper, OptiMiam, Popchef
- > Une quinzaine d'entretiens qualitatifs : acteurs traditionnels (chaînes et indépendants), startups, experts

FOODSERVICE TECH : QUELLES RÉALITÉS ET PERSPECTIVES EN FRANCE, QUELS IMPACTS POUR LES ACTEURS TRADITIONNELS ?

01 Synthèse et enseignements clés de l'étude

02 Le food service en France en 2017 et la maturité digitale du secteur

Données de contexte sur la restauration commerciale

La digitalisation dans les restaurants français en 2017

Le développement du food service soutenu par un contexte favorable

Le nouveau parcours client

03 Un virage sur le digital indispensable pour les acteurs traditionnels de la restauration

La restauration rapide en avance sur les nouveaux services digitaux

Le boom de la livraison à domicile : opportunité ou risque pour le restaurateur

Quelle stratégie digitale pour quel concept : trouver les bons outils et les bons services digitaux adaptés à l'établissement, les critères à prendre en compte

Zoom sur quelques acteurs de la restauration commerciale : L'Epi Dupin, Mc Donald's, Domino's Pizza, Pita Pit, Poivre Rouge, Sushi Shop...

Quelle place pour le digital dans le restaurant de demain ?

> Business cases : Gust Have, Duck Me, Max à Table

04 Les principaux enjeux pour les restaurateurs

Travailler sa visibilité et sa notoriété

Recruter des clients et développer le chiffre d'affaires en proposant de nouveaux services

Mieux gérer l'établissement grâce aux nouveaux outils digitaux

La fidélisation, utiliser le digital pour augmenter la fréquentation

05 La Food serviceTech en France : panorama des startups (panel de 145 start-ups)

Typologie de l'écosystème de la FoodserviceTech en fonction des solutions innovantes proposées par les startups : présentation des catégories, du panel de startups et mapping des acteurs

> Business cases : Barnaby, Brigad, Citron, FoodMeUp, Les Habitueés, Job Minut, L'addition, Live Pepper, OptiMiam

L'émergence d'une nouvelle concurrence pour les restaurateurs

> Business cases : La Belle Assiette, Popchef

06 Les enjeux des startups de la food service Tech

Trouver le bon concept

Convaincre et trouver les financements

Séduire les restaurateurs

Construire une communauté d'utilisateurs

Maîtriser son développement

PÔLE DISTRIBUTION - AGROALIMENTAIRE

des Echos Etudes animé par Cécile DESCLOS

Coopératives agricoles françaises, Novembre 2017

Relever le défi de l'innovation

Les enseignes alimentaires de proximité de la grande distribution, Juillet 2017

Quelles stratégies gagnantes (concepts de magasins, offre, services....) pour nourrir la croissance de demain sur la proximité ?

Stratégies omnicanal et magasins connectés, Mars 2017

Les stratégies gagnantes pour enrichir l'expérience client et optimiser les performances commerciales

Les nouveaux concepts de restauration rapide, Novembre 2015

Cartographie, best practices et modèles économiques gagnants

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO

Tél : 01 49 53 65 18 - Email : fflausino@lesechos.fr

NOTRE EXPERT





Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Distribution - Agroalimentaire

cdesclos@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE RESTAURATION ET DIGITAL

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
2 550 € HT - 2 690,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 315 € HT - 3 497,33 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
3 825 € HT - 4 035,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 255 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Version papier

- 2 550 € HT - 2 690,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : E080INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR