



31 Janvier 2011

## Communiqué de presse

### Le bilan des distributeurs en restauration à table

A l'aube du mois de Février, après un Sirha 2011 d'une fréquentation record et d'un dynamisme exemplaire, CHD Expert fait le point sur les distributeurs alimentaires et de boissons, qui ne sont pas totalement étrangers à ce succès.

Les fournisseurs alimentaires et de boissons les plus cités dans notre étude sont Metro, Davigel, Relais d'Or Miko, Promocash, Brake France, Transgourmet, Pomona, France Boissons, C10, et Promocash. A noter par exemple, que le cash & carry Metro représentent une source d'approvisionnement alimentaire principale ou secondaire pour près de 77% des établissements interrogés.

En moyenne, toutes catégories confondues (alimentaire, boisson, café, alcool, etc.), les restaurants à table utilisent 12 fournisseurs en moyenne : 5 à titre principal et 7 à titre secondaire. Ce qui indique la très grande mixité des sources d'approvisionnement pour chaque établissement

### Quels sont les avantages proposés par les fournisseurs qui sont les plus appréciés ?

L'avantage principal des restaurateurs auprès de leurs distributeurs alimentaires et de boissons est de bénéficier de gratuités : produits gratuits, 1 acheté 1 offert, etc.

Les promotions sont également un critère important pour 80% des établissements interrogés, que ce soit sur catalogue ou sur des opérations spécifiques. Elles sont suivies de près par les offres de destockage, ce qui rejoint une information complémentaire de notre enquête qui indique que le prix et la qualité du produit sont finalement les 2 seuls points prioritaires dans la sélection d'un exploitant.

C'est la démarche commerciale qui suit en ce que les visites représentent un avantage très important pour plus de 4 établissements sur 10. Au même niveau on retrouve également le conseil de la télévente.

Toutes les démarches périphériques : publicité sur le lieu de vente, démonstrations produits, invitations,... sont d'une importance nettement plus faible pour les exploitants.

Selon Nicolas Nouchi, Directeur Général de CHD Expert France : « En période de crise, c'est la recherche du prix le plus bas qui est prioritaire chez son fournisseur. Pour une marque ou un produit cherché, on va pencher pour le distributeur qui est le mieux placé, compte tenu de ses tarifs réguliers, ou des promotions éventuelles. La télévente devient alors un atout essentiel pour leur permettre de débusquer les remises au sein d'un catalogue toujours plus étoffé... »

Enquête réalisée auprès de 500 professionnels de la CHR le 17-18 Janvier 2011.

Pour connaître les dernières informations sur la consommation hors domicile veuillez vous inscrire à notre blog : <http://chdexpert.blogspot.com/> et à notre page twitter : [http://twitter.com/chd\\_expert](http://twitter.com/chd_expert)

### A propos de CHD Expert

CHD Expert est le leader mondial de la Collecte, Gestion et Analyse de l'Information marketing sur les marchés de la Consommation Hors Domicile (CHD).

Depuis plus de 10 ans, CHD Expert assiste (en Europe, Amérique du Nord et Asie Pacifique) les fournisseurs et les principaux acteurs de ces marchés, en leur fournissant une vision globale et une meilleure compréhension de la CHD. Avec sa base de données de plus de 4 millions d'opérateurs, ses outils web ou ses études de marchés, CHD Expert accroît l'efficacité des actions commerciales et marketing de ses clients.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à contacter Nicolas NOUCHI - Tél : 01 73 73 42 01 – [nnouchi@chd-expert.com](mailto:nnouchi@chd-expert.com)