

APERITIF DINATOIRE, DINER DECONTRACTE : Comment profiter de son dynamisme ? Quelles réponses apporter aux nouvelles attentes ?

- La distinction entre l'apéritif et le repas s'estompe : la substitution fréquente de l'entrée ou du repas lui-même lors de l'apéritif concerne **plus de 60 % des occasions**.
Bien évidemment **l'attention à l'économie** renforce l'attractivité de cette nouvelle forme de repas. Cette évolution conduit l'apéritif à devenir une **solution-repas à part entière**, sans formalisme. Si l'apéritif dinatoire s'installe dans les pratiques de chacun, le degré d'implication et le choix des produits varient selon la situation familiale : jeunes célibataires, couples avec enfants....
- **L'apéritif dinatoire** doit apporter aux convives ce que l'on attend du repas : plaisir, complémentarité harmonieuse des mets, rassasiement... Au-delà des produits traditionnels apéritifs, toutes les variétés d'aliments y ont leur place : légumes et salades, charcuteries, viandes et poissons, fromages, fruits et desserts.
Evidemment, ces produits doivent s'inscrire dans le cadre décontracté, déstructuré d'un moment amical sans contraintes.
- L'enjeu d'image peut être important et une attention forte est portée sur ce que l'on va préparer et servir, boissons, alcoolisées ou non, et aliments, en particulier par la présence de produits plus recherchés mais sans excès, la mise en scène autour de l'imaginaire cocktail ou buffet.
Cette préoccupation génère des attentes en termes de variété, de créativité et d'usage des aliments et boissons que l'on souhaite proposer.
- Si certains produits se positionnent clairement sur cette pratique (recette, format, présentation...), beaucoup reste à faire pour débanaliser et **spécifier l'offre** attendue.
Conçus pour le repas traditionnel, la plupart des produits sont peu ou mal adaptés à cette nouvelle pratique.
- Pour les **distributeurs** l'apéritif dinatoire est un comportement dont ils constatent le dynamisme et l'attrait commercial d'image. Aujourd'hui ils s'interrogent sur la constitution d'une véritable offre apéritif dinatoire, proposant un choix varié de produits bien adaptés. Toutefois, les distributeurs ont du mal à en concrétiser la déclinaison en point de vente, faute pour partie, d'interlocuteurs industriels aptes à proposer une structuration pertinente de l'offre et les produits adéquats.

**« L'apéritif dinatoire, dîner décontracté » constitue désormais
un enjeu stratégique pour les fabricants et les distributeurs**

Etrie International vous propose de participer à cette étude-club « Apéritif dinatoire, dîner décontracté » conduite auprès des consommateurs, des industriels et des distributeurs et de bénéficier des conditions préférentielles « souscripteurs initiaux » avant démarrage.

APERITIF DINATOIRE, DINER DECONTRACTE

LE CHAMP DES PRODUITS

- De nombreuses familles de produits sont concernées par cette pratique :

Aliments

- Charcuteries, viandes et rôtisseries
- Produits traiteur
- Foies gras et terrines
- Saurisseries et poissons
- Pâtisseries salées, quiches, tartes
- Salades simples et composées
- Légumes et mousses de légumes
- Produits ethniques (Asie, Tex Mex, grecs...)
- Sauces froides et chaudes
- Pains spéciaux, blinis, toasts
- Fromages
- Desserts et fruits
- Grignotage apéritif (biscuits, graines salées, snacks...)
- ...

Présentés tout prêts ou fait-maison

Boissons

- Jus de fruits
- Colas, sodas, tonics...
- Eaux
- Apéritifs (whisky, anisés, cocktails, vodka, porto,...)
- Vins et champagne
- Bières

Des opportunités dans tous les univers de produits

LES OBJECTIFS-CLES

Les pratiques et les consommations

- Les pratiquants, leurs profils, leurs comportements et les facteurs d'évolution, leurs attentes
- Les occasions et moments de consommation (improvisé, thématique, estival,...) et leur impact sur les produits et pratiques
- Les produits et boissons proposés, les associations privilégiées
- Les produits essayés, abandonnés et enseignement pour les producteurs
- Les variantes selon le sexe, l'âge et la situation familiale de l'invitant
- La typologie des apéritifs dinatoires

Le territoire des apéritifs dinatoires, repas décontracté et le contexte économie

- La position à l'égard du repas : substitution totale ou partielle
- L'organisation et variantes : occasions, prévision ou non, nature des invités, saison, assis/debout...
- L'impact de l'économie sur les choix

Les produits servis (fait-maison et tout prêts) et les attentes à l'égard de l'offre

- La place du fait maison et du tout prêt
- Les achats spécifiques et le recours au stock disponible : aliments, boissons
- L'attractivité de l'offre actuelle et de nouveautés repérées
- L'offre idéale : produits privilégiés et éléments caractéristiques
- L'intérêt d'une organisation spécifique en points de vente : regroupement ou dispersion (boissons, aliments)

La position des distributeurs

- Les stratégies développées et envisagées à l'égard de l'offre apéritif dinatoire, dîner décontracté
- Les intentions concernant l'organisation et la déclinaison de l'offre en points de vente
- Les attentes à l'égard des fabricants et des leaders sur les segments fédérateurs (aliments, boissons)

Les dynamiques et les axes de développement

- Les perspectives et facteurs de croissance
- Les opportunités pour les produits et concepts d'offre porteurs
- Les actions fournisseurs / distributeurs souhaitables

Des réponses précises et opérationnelles

APERITIF DINATOIRE, DINER DECONTRACTE

LES THEMES EXPLORES

1. Les pratiques de l'apéritif dinatoire, dîner décontracté et les produits

- Les occasions et les fréquences :
 - convivialité restreinte ou élargie
 - place de la saisonnalité
 - localisation : à l'extérieur, à l'intérieur
 - prévision et impulsion
- La pénétration des produits et l'impact des différentes occasions :
 - l'organisation de l'apéritif dinatoire : en buffet, assis ou debout, présence de couverts ou non
 - les choix de produits lors d'un apéritif dinatoire récent :
 - * les produits associés et variantes selon les profils
 - * les produits privilégiés
 - * la consommation froide, chaude
 - * la mise en œuvre : produits tout prêts à consommer ou fabriqués partiellement ou totalement par soi
- Les grands types d'apéritifs dinatoires
- L'impact des nouveaux produits positionnés apéritif dinatoire sur les pratiques
- L'évolution des choix de produits : produits dynamiques, produits en déclin

▷ Aliments et boissons

2. La typologie

- Les profils des pratiquants de l'apéritif dinatoire, dîner décontracté et leur quantification
- La description des types caractéristiques :
 - profils socio-démographiques
 - pratiques dominantes : occasions, raisons, fréquence
 - attitudes à l'égard du tout prêt, du « à faire »
- Les profils les plus favorables et facteurs de sensibilisation

4. Les attitudes et les arbitrages

- Les motivations : convivialité, disponibilité des hôtes, économie...
- La prévision et l'improvisation et les conséquences
- Les arbitrages entre simplicité et sophistication, classicisme et différenciation ou innovation
- Les critères de choix entre les produits aliments et boissons, dont l'impact :
 - du discours nutritionnel
 - de l'occasion et la nature des convives
 - de la localisation (à l'intérieur, à l'extérieur)
 - de la saison
 - de l'économique
 - ...
- Le recours au tout prêt et/ou au fait maison :
 - l'impact de l'offre « tout prêts » sur les attitudes et pratiques
 - les évolutions et raisons

5. L'image des offres apéritif dinatoire et les attentes sur les aliments et boissons

- La perception des couples produits / formats : les produits adéquats et critères de jugement
- L'attractivité d'exemples étrangers et raisons d'appréciation
- L'offre idéale : produits incontournables, produits souhaités et principales caractéristiques attendues
- L'intérêt d'un espace / linéaire dédié apéritif dinatoire dans les GMS

6. Les initiatives et attentes des distributeurs

- L'état des réflexions et actions sur cet univers
- Les tactiques d'offres-produits : produits cœur de marché
- Les implantations proposées :
 - offres larges ou focalisées
 - organisation en points de vente

7. Les axes de développement de l'apéritif dinatoire

- Les facteurs de croissance et leurs limites
- Les cibles prioritaires
- Les aliments, ingrédients, recettes, formats attendus
- Les opportunités pour le tout prêt, pour le « à faire » / « à assembler »
- Les boissons et pratiques émergentes (long drink, exotique...)
- Les perspectives selon les concepts d'offre au sein des circuits
- L'interactivité fabricants / distributeurs
 - nature et caractéristiques
 - ses champs et ses limites

LA DEMARCHE

Association de trois approches complémentaires

1. Consommateurs

1.1. Exploration qualitative

- 4 groupes, segmentation par cycle de vie : 25-35 ans, 36-50 ans, 51-65 ans

1.2. Quantification

- Enquête auprès de **400 femmes et hommes responsables des courses alimentaires**, foyers représentatifs de la population française

2. Distributeurs

Exploration qualitative auprès des principales enseignes

- 6 entretiens approfondis avec des responsables stratégie marchés

3. Desk Research

Description d'offres positionnées apéritif dinatoire ou dîner décontracté en GMS et exemples d'organisations exemplaires

LES MODALITES DE SOUSCRIPTION « AVANT DEMARRAGE »

- Les conditions avant démarrage comportent :
 - le rapport général
 - la réunion de présentation et de réflexion au sein de votre entreprise (frais de déplacements en sus)
 - la possibilité d'intégrer des questionnements particuliers exclusivement pour votre Société
- Cette étude est régie par les conditions générales des études-club d'Etrie International.
En particulier, son lancement définitif est conditionné par la participation d'un nombre suffisant de souscripteurs

L'EXPERTISE D'ETRIE INTERNATIONAL

- Etrie International est depuis 30 ans le spécialiste des études sur les univers alimentaires, les consommateurs et les circuits.
- Son équipe réalise régulièrement, au travers du département études-club, des programmes en souscription portant sur les nouvelles pratiques et marchés en développement.
- Cette nouvelle étude s'appuie sur les études « apéritifs gourmands » et « repas sur le pouce » régulièrement actualisées.