

LA LETTRE D'ETRIE

Evolution des usages : l'apéritif dinatoire, en savoir plus...

- La distinction entre l'apéritif et le repas s'estompe : l'entrée, voire le repas lui-même disparaît au profit de ce nouvel art de recevoir, l'apéritif dinatoire.

Aujourd'hui, la moitié des personnes qui reçoivent pour un apéritif, soit près de 8 foyers sur 10, font souvent de celui-ci le substitut du repas.

- Lors de ces apéritifs dinatoires, l'éventail de produits proposés est large. Il s'agit à la fois d'assurer la fonction apéritif et celle du repas, rassasiant.

Au-delà des produits traditionnels apéritif, toutes les variétés d'aliments et de boissons y ont ainsi leur place. Conçus pour le repas, la plupart des produits actuels sont peu ou mal adaptés (présentation, format...) à cette nouvelle pratique et ses conditions de consommation déstructurée.

Si une offre spécialement conçue est désormais présente dans les GMS, celle-ci est dispersée dans de multiples rayons que les clients ne songent pas forcément à visiter.

- Les Distributeurs, constatant le dynamisme de l'apéritif dinatoire, s'interrogent (comme auparavant sur le marché du repas-snacking) sur la meilleure valorisation de cette offre et qui implique de revoir l'organisation traditionnelle des univers. Des tests de regroupement et d'implantation de rayons sont déjà en cours dans plusieurs enseignes.
- L'apéritif dinatoire, alliant simplification, décontraction et convivialité s'installe dans les pratiques de toutes les générations : il recèle pour les fabricants et les distributeurs des opportunités de développement encore mal maîtrisées.

Mieux connaître les potentialités et situer les enjeux stratégiques de ce marché est l'objectif de l'étude-club en souscription que lance Etrie International :

APERITIF DINATOIRE, APERITIF GOURMAND :
Comment profiter de son dynamisme ?
Enjeux et opportunités pour les fabricants et distributeurs

Consulter le descriptif détaillé, la démarche et les modalités de participation en cliquant sur l'onglet « études-club → étude en lancement »