

Comment communiquer auprès des professionnels du Food Service 3 nouvelles études y répondent



« **Si vous touchez 100 millions de gens,**
mais que seulement 0,000001% de l'auditoire achète votre produit,
vous n'en aurez vendu qu'un exemplaire » Seth Godin, *La vache pourpre*.

Communiquer oui, mais où et comment ?

Pour répondre à cette question avec précision, Mediapolitain sort 3 nouvelles études sur la manière dont les médias sont lus, utilisés, par qui et surtout quel est leur impact réel aujourd'hui.

Une communication de masse ne sert à rien si elle passe à côté des médias que vos cibles consultent et auxquelles elles font confiance.

Avec internet, les réseaux sociaux dédiés aux chefs et à l'hôtellerie, une presse professionnelle foisonnante et des émissions de télé culinaires, savez-vous quels médias pèsent vraiment sur qui ? Quel est leur impact sur les décideurs, les acheteurs et les chefs ?

Sorties en janvier 2014, ces 3 études, correspondant chacune à un segment de marché, livrent les informations indispensables à tout plan de communication ou d'achat médias. Elles permettent aussi de visualiser l'évolution des pratiques depuis 2011, date des dernières études parues. Enfin, une **étude globale** est consacrée à la comparaison entre les 3 segments de marché.

Les 3 segments de marché étudiés :

- la restauration commerciale indépendante
- la restauration collective en gestion directe
- la restauration rapide (définie par 50% de boupat + 50% autres types de restauration rapide)

Les 9 vecteurs d'informations analysés :

- la presse professionnelle (print + web)
- salon et événement
- internet
- réseaux communautaire
- catalogue distributeur
- concours
- association professionnelle
- télévision : émissions culinaires
- radio : émissions et radios culinaires

Ces 3 études sont produites par Food Service Vision, cabinet d'études et de conseil spécialisé sur la consommation hors domicile. Les enquêtes ont été réalisées par sondage téléphonique sur un questionnaire directif de 25 minutes, auprès de 300 interviewés représentatifs par segment de marché.

BON DE SOUSCRIPTION

à retourner par mail à laure@mediapolitain.com ou par courrier à MEDIAPOLITAIN Etudes MediaUnderground, 36, rue de l'Abbé Groult, 75015 Paris.

L'agence se déplace pour vous présenter et vous commenter le rapport illustré de l'étude.

	OUI	NON
<u>Restauration commerciale indépendante</u> Etude 2013 + analyse de l'évolution des pratiques depuis 2 ans Prix 2 800 € H.T		
<u>Restauration collective en gestion directe</u> Etude 2013 + analyse de l'évolution des pratiques depuis 2 ans Prix 2 800 € H.T		
<u>Restauration rapide</u> Etude 2013 + analyse de l'évolution des pratiques depuis 2 ans Prix 2 800 € H.T		
<u>Les 3 volets (commercial + collectif + rapide)</u> Etude 2013 + analyse de l'évolution des pratiques depuis 2 ans Prix 7 000 € H.T		

Bon pour accord

Nom
Fonction
Tél

Mail

Date

Signature et tampon