



**LE PARRAIN DE LA FÊTE DE LA GASTRONOMIE**

La 7<sup>e</sup> édition de la Fête de la gastronomie se tiendra les 22, 23 et 24 septembre et sera parrainée par Stéphane Layani, président du Marché d'intérêt national de Rungis. Avec pour thématique « Au cœur du produit », elle a pour ambition de mettre en valeur les produits régionaux, emblèmes d'un patrimoine culinaire d'exception et symboles des terroirs français. Elle proposera également une réflexion sur le monde du vivant et sur les savoir-faire associés.

**MC DONALD'S MISE SUR LA LIVRAISON EN EUROPE**

Alors que ce système est déjà en place depuis plusieurs années en Asie, la livraison Mc Donald's devrait être expérimentée prochainement en Europe. Le Royaume-Uni sera le premier à en bénéficier au mois de juin vraisemblablement, a révélé Paul Pomroy directeur général UK. La France pourrait suivre, indique *Les Échos*, rappelant qu'en mars, le géant avait estimé qu'il y avait des opportunités inexploitées pour la livraison en France, en Allemagne et au Canada. Les États-Unis ont, pour leur part, déjà bénéficié d'expériences ponctuelles de livraison à domicile qui devraient se pérenniser.



**Boissons**

**Mauvais crus en 2016 en CHR**

Fort de son panel de détaillants hors domicile, l'agence Nielsen fait le point sur les tendances de l'année 2016 dans le réseau CHR et pointe une certaine morosité avec un recul de 2,7 % des volumes de boissons écoulés par rapport à l'année précédente. Ainsi, les Français ont réduit leurs sorties sous l'influence d'un contexte défavorable alimenté par trois facteurs en particulier : des raisons économiques, les attentats et la météo pluvieuse au premier semestre, avec des inondations exceptionnelles au printemps à Paris et dans plusieurs autres villes de France. Par ailleurs, les



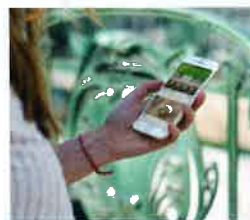
PHOTO FOTOLIA

CHR perdent des établissements, à l'exception des bars de nuit, impactant les ventes de boissons dans la plupart des circuits. Ce recul des ventes n'épargne aucune des grandes familles de boissons : les cidres (- 7,9 %) sont les plus pénalisés, puis les boissons sans alcool (- 5,2 %) et les spiritueux (- 3,7 %). Les bières (- 0,9 %) résistent mieux, avec un effet Euro 2016 et la croissance de l'offre locale et/ou artisanale et des bières de spécialité. Les whiskys, les vodkas et les anisés expliquent la majorité des pertes. En revanche, on observe une montée en puissance des rhums, qui sont désormais la deuxième catégorie la plus vendue, derrière les whiskys, et détrônent la vodka. Les gins et les amers ont également le vent en poupe. Des tendances sur lesquelles les établissements devront surfer en 2017 pour séduire les consommateurs.

**Insider**

**Sélection premium de La Fourchette**

C'est en présence du chef du Bristol, Éric Fréchon que Matthieu Bagur, directeur France, Belgique et Suisse du site de réservation La Fourchette, a présenté le lancement parisien d'Insider, une nouvelle sélection de restaurants haut de gamme. Il s'agit d'établissements bien notés dans différents guides gastronomiques (Michelin, Gault et Millau, et Lebey) ou bénéficiant d'un très haut niveau de notation sur le site La Fourchette. À Paris, où est lancé



mondialement Insider, le site propose près de 5000 restaurants et près de 800 d'entre eux pourraient prétendre au référencement dans la catégorie

Insider. Jusqu'à présent, Éric Fréchon répugnait à inscrire son restaurant gastronomique Épicure sur le site de réservation au milieu de restaurants anonymes et surtout dans un environnement de menus en promotion. Cette nouvelle sélection l'a convaincu de franchir le pas. Sur Insider, il ne faut pas s'attendre à trouver beaucoup de promotions. En revanche, les restaurateurs trouveront là le moyen de personnaliser leur accueil, de mieux gérer la rotation de leurs tables et surtout de lutter contre les « no shows » chroniques qui concernent aujourd'hui 20 % des réservations. Le site offre des outils qui permettent de mieux sécuriser les réservations, comme un indice de fiabilité signalant les internautes coutumiers du « no show ».

**Zenchef**

**La réservation en ligne à la loupe**



PHOTO ZENCHEF

Les trois cofondateurs : Thomas Zeitoun, directeur commercial, Julien Balmont, directeur technique, et Xavier Zeitoun, P-DG

Anciennement 1001 menus, Zenchef, qui propose à la restauration commerciale un outil digital permettant aux indépendants de gérer leurs réservations, fidélisation et e-réputation, vient de passer à la loupe les habitudes de ses 3000 clients. Ceux-ci sont majoritairement des indépendants de la restauration assise, affichant un ticket moyen de 25 euros et 87 couverts/jour. Selon cette étude maison, les restaurateurs utilisateurs du logiciel Zenchef ont enregistré + 126 % de réservations en ligne entre 2015 et 2016. Sur le site internet des établissements, les informations les plus consultées par les internautes sont le menu, puis les photos de la salle, des plats... les coordonnées du restaurant mais aussi les avis. Point non négligeable, les restaurateurs ayant fait le choix de gérer eux-mêmes leurs sites, évitant ainsi les apporteurs d'affaires qui ponctionnent une commission de 2 euros par couvert, économiseraient en moyenne 2408 euros par an.