



ENTRE _ TOUS

Communication pour un futur souhaitable de la
restauration

entre_tous restauration

Offre

- Proposer des produits plus sains, meilleurs pour la santé (88%)
- S'engager à réduire l'impact environnemental et sociétal des produits (81,6%)
- Faire travailler les producteurs locaux (84%)

Transparence

- Etre transparent sur la composition de ses produits (81,5%), notamment sur les étiquettes.

Communication

- Apporter des arguments responsables qui touchent les consommateurs (ex. conditions de production : argument convaincant pour 72,1 % des Français)

Les attentes des Français

Source: "Les français et la consommation responsable"
baromètre Greenflex 2017

- Pour 71,5 % des Français, la consommation responsable est au cœur des préoccupations !
- L'alimentation est le premier produit pour lequel les français sont prêt à payer plus (entre 5 et 30% de plus)
- La systématisation de la consommation "de saison" traduit la reconnexion des français au sol et au "palpable"
- 69,2% des français se préoccupent du bien-être animal dans leurs achats. la biodiversité, et plus précisément l'extinction des espèces animales/végétales, devient la seconde préoccupation des français, à 24,6%.

“

Mais il y a quelque chose de plus grave. La traçabilité des aliments que nous mangeons, leurs origines et leurs qualités, la manière dont ils sont produits et cuisinés, sont de plus en plus opaques. Et cette préoccupante opacité détruit la connexion symbolique que l'on peut avoir avec la nourriture. **Alain Ducasse, "Manger est un acte citoyen"**

RAISON D'ÊTRE

Les consommateurs veulent savoir toujours plus d'où viennent les aliments qu'ils mangent, comment ils sont produits et cuisinés. La transparence et votre engagement sur des valeurs sociales et environnementales sont donc **synonymes de garantie** pour eux. **La consommation durable** dans la restauration représente autant **un enjeu pour une société plus durable et juste** qu'une opportunité de se positionner sur **un marché émergent**.

En termes de communication, **la personnalisation et l'authenticité** sont en croissance constante. C'est l'avantage du **marketing de contenus** qui, en parallèle de techniques publicitaires plus traditionnelles, devient vecteur d'un rapport plus étroit, émotionnel et continu avec la clientèle, **signe de fidélité, de communauté et de diffusion élargies**. Indéniablement, ce lien s'établit aujourd'hui par les réseaux sociaux, internet, votre site web/blog, en plus de tous les autres canaux de communication qui entretiennent un lien étroit avec vos clients.

Ensuite, il s'agit de savoir comment **communiquer correctement votre identité**, vos engagements sociaux et environnementaux, selon les principes de **la communication responsable**, et bien sûr de mettre en œuvre des actions de communication qui sachent émouvoir et sensibiliser.

Pour cela, un bon **travail stratégique préalable est essentiel**, axé surtout sur les besoins de vos clients, votre identité, et bien sûr le marché et votre concurrence. **C'est le gage de résultats**.

Voici **la raison d'être d'entre_tous**, qui est appliquée au travers des différents services proposés.

QUELS BÉNÉFICES POUR VOUS?

- **Fidéliser vos clients en construisant une relation de confiance.**
- **Communiquer en adéquation avec vos valeurs.**
- **Connaître et appliquer des actions de communication qui mettent en valeur vos engagements.**
- **Vous positionner sur le marché émergent de la consommation responsable.**
- **Vous questionnez, vous engagez sur de nouveaux défis stratégiques et avancer, avec des actions concrètes, pour que votre restaurant soit plus durable.**

CONSULTATION (1/2)



entre_tous propose de passer votre communication au scanner et d'ouvrir la marmite de nouvelles idées de communication!

Il s'agit de pointer les manquements, de suggérer des améliorations et des actions de com.

Passons au scanner - selon vos nécessités - votre communication rattachée à:

- Vos actions en lien avec le développement durable*, dans votre restaurant ou sur internet.
- Votre présence online (votre web + réseaux sociaux + sur internet)
- Votre stratégie, votre identité de marque

Suite à ce bilan, entre_tous peut vous suggérer des actions de com adaptées à votre restaurant.

voir page suivante!

Exemples de points abordés par rapport à la stratégie:

Stratégie

Identité	En quoi êtes-vous unique pour vos clients? On va renforcer votre identité suivant vos clients, votre concurrence et le marché.
Benchmark	Quels sont vos concurrents? Comment communiquent-ils? Réalisation d'un benchmark.
Le profil de vos clients	Qui sont-ils vraiment? Quelles sont leurs attentes, désirs? Étude de votre clientèle. Analyse du marché.
Plan de com et planning éditorial	Suivez-vous une stratégie claire et orientées sur des objectifs? Réalisation d'un plan de communication simplifié et d'un planning éditorial pour vos contenus.
Influenceurs	Êtes-vous connu et relayé par un certain nombre de médias et d'influenceurs? Élaboration d'une stratégie.

* Pour faire le point de votre communication vis-à-vis de vos actions liées au développement durable, se référer à la page 6

BOUILLON D'IDÉES (1/2) – ON OUVRE LA MARMITE



entre_tous réalise un benchmark régulier des **bonnes pratiques** de communication dans la restauration, concernant notamment les actions en faveur du développement durable.

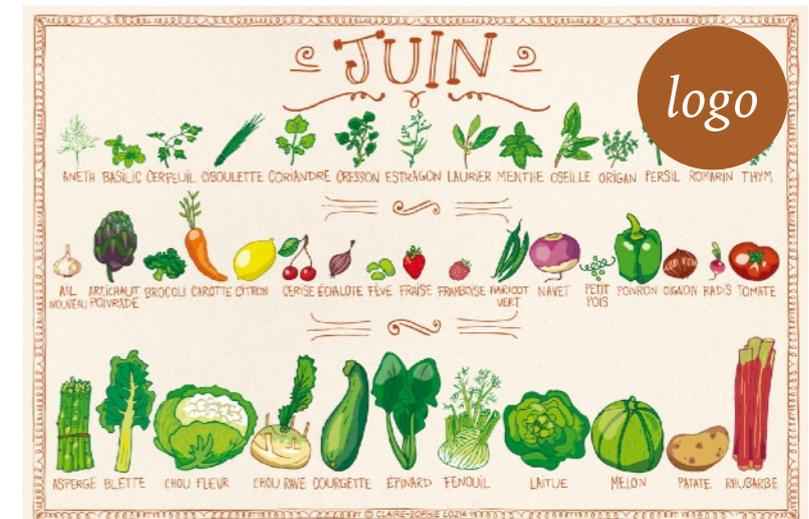
Suite à cette analyse et aux informations sur les **tendances de la consommation responsable**, entre_tous elabore, suggère de nouvelles idées et campagnes de communication pour votre restaurant, adaptées à votre stratégie, à vos clients.



vous avez le choix de:

- Les implémenter par vous même
- Laisser entre_tous les mettre en place

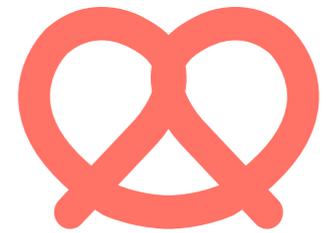
voir page suivante!



Placez une affiche des fruits et légumes de saison devant votre restaurant.

- Montrer votre engagement envers les produits de saison
- proposez à vos clients et aux passants de prendre une photo

COLLABORATION (2/2)



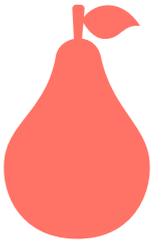
Entre_tous propose d'implémenter des campagnes et actions de com, et/ou de **prendre en charge votre communication** à moyen ou long terme.

Que vous manquiez de compétences, de temps, que vous souhaitiez simplement vous libérer de ce rôle ou explorer de nouveaux concepts et outils, **entre_tous vous accompagne, au plus près de votre projet, de manière humaine et professionnelle.**

Communication prise en charge - à choisir selon votre situation actuelle:

- Publication de contenus et dynamisation de vos communautés sur vos réseaux sociaux / votre blog (Facebook, Instagram, etc.).
- Création ou modification de votre page web en prenant soin au design et à la structure de l'information.
- Implémentation d'actions et de campagnes de communication sur internet et/ou dans votre restaurant (espace, carte, évènements, etc.).
- Implémentation d'une stratégie auprès des médias et des influenceurs du net.
- Réalisation de vos maquettes, flyers, etc.
- Adéquation de votre communication avec les valeurs&principes de l'ESS et de la communication responsable.
- Réalisation de campagnes payantes sur Facebook ou Instagram.

QUELLES ACTIONS ENTREPRENDRE ET COMMUNIQUER EN FAVEUR DU DD?



Produits

- ✓ Menu changeant
- ✓ De saison
- ✓ Offre végétarienne/vegan
- ✓ Sin gluten
- ✓ Fait maison

Production

- ✓ Lieu / local
- ✓ Bio / raisonné / commerce juste
- ✓ Distribution (circuits courts, etc.)

Produits: + infos

- ✓ Info nutritionnelle/santé
- ✓ Impact environnemental

Producteurs

- ✓ Qui sont-ils?
- ✓ Comment produisent-ils? (sans ogm, etc..)
- ✓ Rétribution juste pour les producteurs

Espace

- ✓ Vous partagez votre espace, vos décorations, votre vaisselle, etc.. ecole bien sûr!

Gestion interne

- ✓ Tri sélectif
- ✓ Supprimer au max l'usage du plastique
- ✓ Recyclage organique
- ✓ Gaspillage alimentaire

Sensibilisation

- ✓ Vous sensibilisez, formez votre personnel à une gestion plus durable des ressources
- ✓ Vous sensibilisez votre clientèle à la consommation responsable, selon votre culture d'entreprise

Médias/influencers

- ✓ Vous visez à apparaître dans des médias spécialisés (ou non) dans le DD
- ✓ Vous visez à être mise en valeur par des influenceurs du net spécialisés (ou non) dans le DD

CONTACT

Des envies? Des questions?

N'hésitez pas à me contacter pour compléter les informations sur les services proposés.

Alexandre Durrande

alex@entretous.org

+34 680.619.348

entretous.org

