



# La Vente à Emporter : une double opportunité

**entegra**  
Europe



## Accélérer la réouverture Renforcer l'activité sur le long terme



### UN CONTEXTE QUI

#### DEMANDE DE FAIRE FACE A

- **une réalité entrepreneuriale** : pas d'activité
- **une réalité économique** : gérer les coûts, anticiper la production (précommande) et optimiser ses liens fournisseurs
- **une réalité commerciale** : garder le lien avec les clients
- **une réalité sociale et sanitaire** : la distanciation et gestes barrières
- **une réalité humaine** : adaptation des effectifs (polyvalence, distanciation, absence)

### POUR REpondre A MES ENJEUX

- Anticiper la reprise et réouvrir l'outil de travail
- Repenser l'activité et l'offre du restaurant à court et long terme
- Maîtriser les coûts
- Rassurer le consommateur
- Se sentir utile et participer activement à la vie sociale et à la relance de l'économie globale



**LE facteur clef de réussite : faire de la vente à emporter une activité en tant que telle et pas une activité « annexe ».**

## DEMARRER UNE ACTIVITE DE VENTE A EMPORTER EN 4 ETAPES

### 1 - Mettre en place une organisation opérationnelle spécifique :

- ✓ Maîtrise du risque sanitaire : plan formalisé et suivi
- ✓ Schéma de production : choisir liaison froide ou chaude en fonction des contraintes techniques => impact direct sur la gestion, la structure des coûts, la souplesse
- ✓ Packaging : cohérent avec le positionnement de l'établissement - adapté au type de production

### 2 - Choisir le canal de distribution :

- ✓ Service Take Away : en commande directe ou en click'n collect
- ✓ Service de Livraison à domicile : spécifique à l'établissement ou utilisation d'un opérateur externe
- ✓ Mise en place des conditions logistiques adaptées à chaque cas

### 3 - Définir un positionnement prix cohérent avec :

- ✓ Les attentes de la clientèle habituelle
- ✓ Le niveau de marge attendu (Intégrant tous les coûts directs et indirects : temps de production, coût denrées, contenants, livraison, site de commercialisation, taux de perte...)

### 4 - S'assurer d'une communication efficace :

- ✓ Valorisez vos clients fidèles
- ✓ Attirez de nouveaux clients
- ✓ Créez la confiance, l'envie et le lien
- ✓ En utilisant tous les supports à disposition (communication directe – toutes les possibilités d'internet, presse, relais de proximité...)
- ✓ Sans oublier la communication réglementaire : ingrédients, allergènes et mode de remise en T°C ou de conservation, DLC, origine des viandes...



## LES BONNES QUESTIONS POUR UNE OFFRE PERFORMANTE

#### → Ma proposition répond-elle à l'expérience consommateur souhaitée ?

- Elle reflète mon identité
- Elle permet de renforcer et de créer un lien direct avec mes clients
- Elle donne envie de revenir sur place lors de la réouverture du service en salle

#### → Comment construire une carte TAKE AWAY ?

- Ne pas dupliquer la carte habituelle : mais l'adapter
- Penser les recettes en fonction du mode de consommation (direct ou différée), livraison et conservation
- Limiter les choix sur la carte mais inclure de la diversité avec un « roulement » sur plusieurs semaines de certains plats
- Avoir une offre complète : entrées, plats, desserts mais aussi boissons, fromages sans oublier les plats à partager
- Stimuler le chiffre d'affaire à travers des ventes additionnelles

#### → Y a-t-il des démarches obligatoires ?

- Déclaration spéciale à la Chambre des Métiers
- Règles de service produits emballés au moment de la vente
- Règles d'hygiène

## VOUS N'ETES PAS SEULS

*Notre ADN, vous accompagner dans toutes les opérations concrètes vous permettant de garantir la réussite de votre établissement.*

Accompagnement opérationnel en proximité

Soutien et accompagnement sur la maîtrise du coût denrées

Le bon produit adapté à votre prestation, au meilleur prix