

nextstation
PARIS 2007

6 & 7 décembre 2007

2^{ÈME} CONFÉRENCE INTERNATIONALE
SUR LES GARES FERROVIAIRES



Next Station

*2^{ème} conférence internationale
sur les gares ferroviaires*



6 & 7 décembre 2007

2^{ÈME} CONFÉRENCE INTERNATIONALE
SUR LES GARES FERROVIAIRES



Comment rendre incontournable
la restauration dans l'expérience
du consommateur en gare?

Jean-François CAMARTY



1er enjeu : comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare

SOMMAIRE

4 enjeux:

- 1 - Comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare
 - 1.1 - 5 moments-type de consommation
 - 1.2 - 3 espaces temps
- 2 – Proposer des modes de consommation adaptés à la gestion du temps par le consommateur en gare
- 3 – Contribuer à faire de la Gare un véritable lieu de destination en Ville
- 4 - Accompagner l'évolution des tendances de consommation

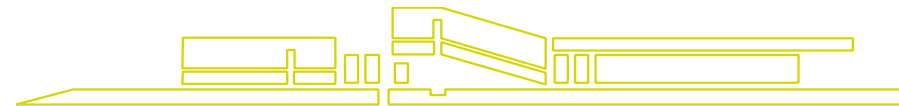
Exemples de réponse d'Elior



1er enjeu : comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare

SOURCES

- Large panel d'études clients / non clients menées par Elior en gare
- Partenariat Elior / Cofremca-Sociovision
 - partenaires depuis 2000 sur le marché des gares
 - étude des grandes tendances comportementales des consommateurs et leurs évolutions
 - création d'une segmentation comportementale



1er enjeu : comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare

Une typologie basée sur les moments -circonstances et non sur les personnes...

« Ca m'arrive d'aller dans des fast food quand j'ai faim et que je n'ai pas le temps, mais je ne suis certainement pas un monomaniac de Quick »

...qui prend en compte le fait que :

Une même personne peut avoir des comportements de consommation très différents au cours d'une même semaine

Ces moments de consommation viennent s'intégrer dans l'expérience globale en gare de nos consommateurs



1er enjeu : comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare

5 moments type de consommation différents...

Comportement 1: « Priorité à l'action »



Relation au temps: chronométrée

Comportement 2: « priorité à l'efficacité »



Relation au temps: encadrée

Comportement 3: « le compromis avec soi-même »



Relation au temps: négociée

Comportement 4: « priorité au plaisir du moment »



Relation au temps: dédiée

Comportement 5: « priorité au lieu »



Relation au temps: relâchée

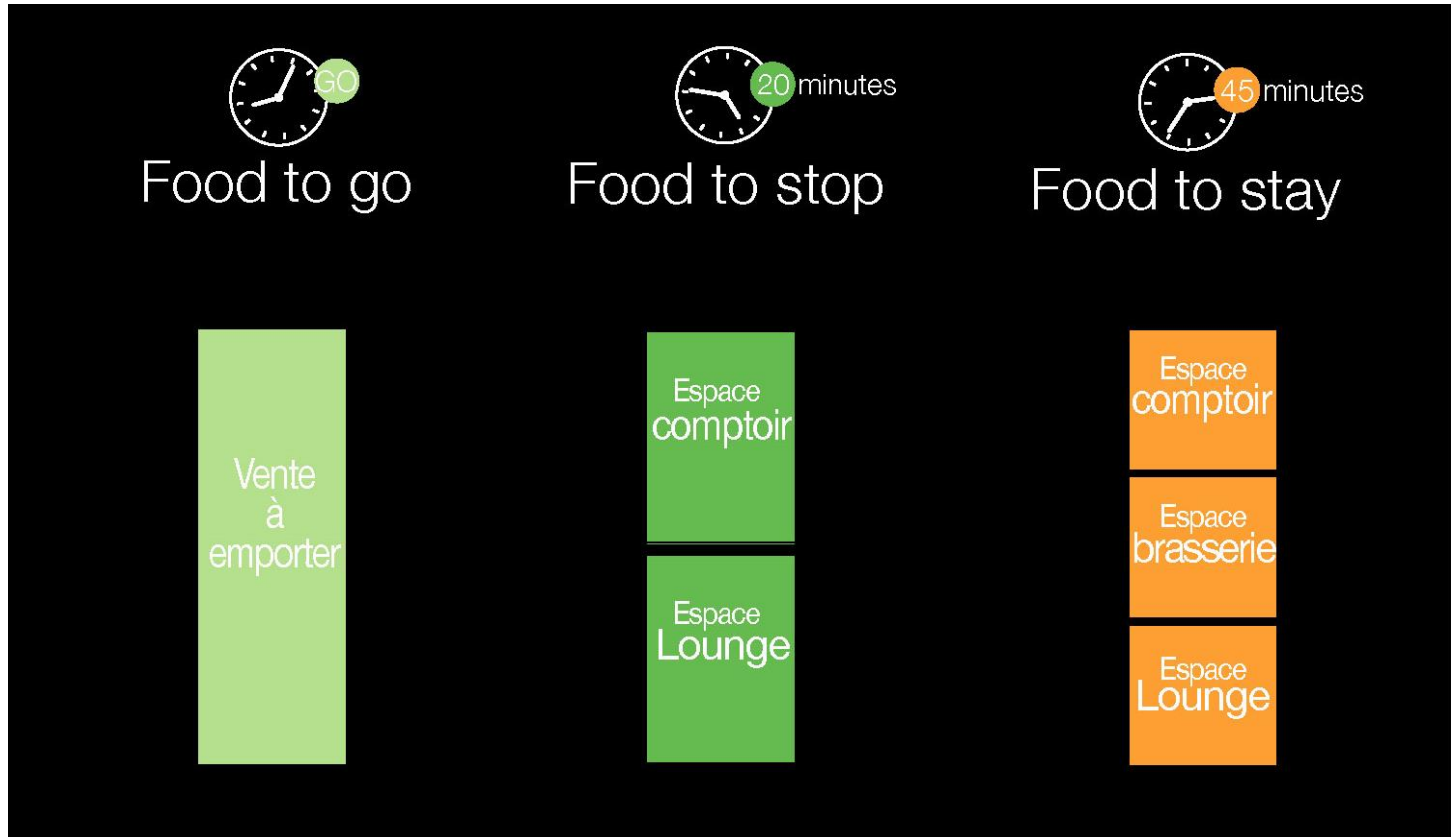


1er enjeu : comprendre les typologies et les comportements des consommateurs en gare

... qui correspondent à 3 espaces temps

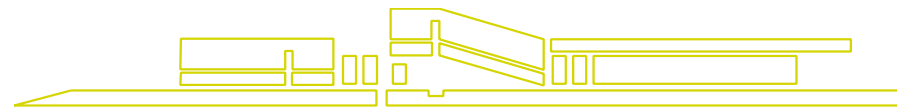
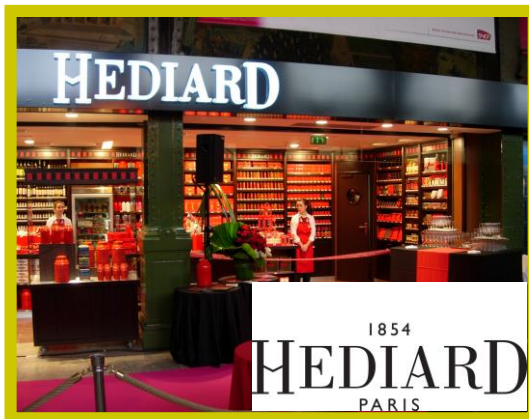


2ème enjeu : proposer des modes de consommation adaptés à la gestion du temps par le consommateur en gare



3ème enjeu : contribuer à faire de la gare un véritable lieu de destination en ville

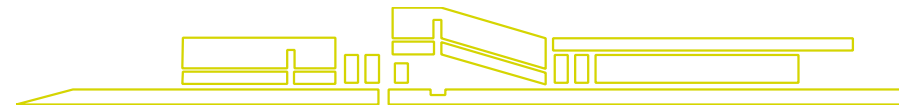
nextstation
PARIS 2007



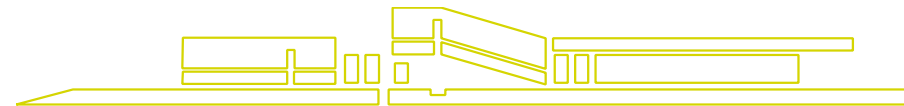
4ème enjeu : accompagner l'évolution des tendances de consommation

3 grandes tendances identifiées en centre ville et qui correspondent à des exigences fortes en gare:

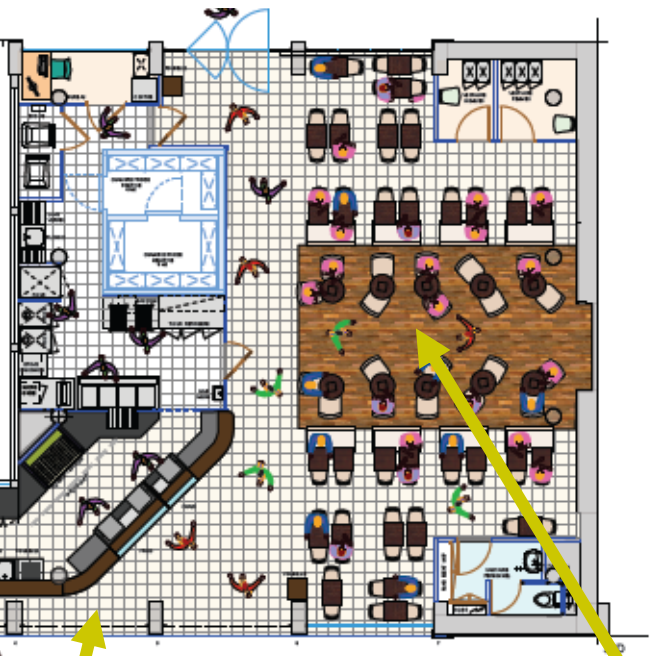
- Le design: l'incontournable de tout espace commercial
- Lounge & bien-être : la parenthèse, le lâcher prise
- Le libre-service: la maîtrise de son propre temps allié à un mode moderne de consommation



Exemples de réponse d'Elior



Pomme de Pain Café – Gare d'Angers



Food to go
5 min

Food to stop
20 min

Food to stay
45 min



Espressamente Illy

Food to go

5 min



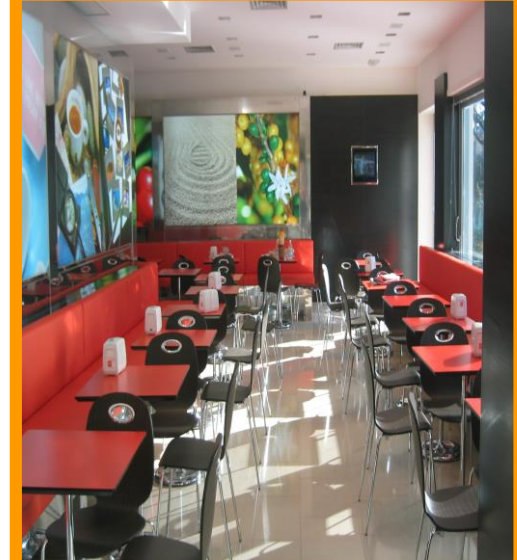
Food to stop

20 min



Food to stay

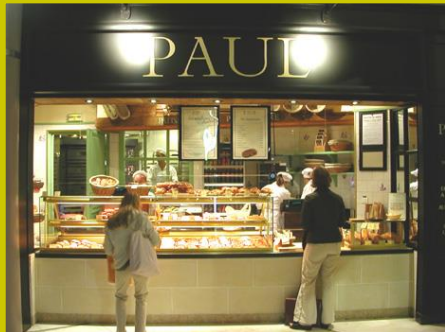
45 min



PAUL

Food to go

5 min



Food to stop

20 min



Food to stay

45 min



Le futur: Meet & Go

Vente à emporter



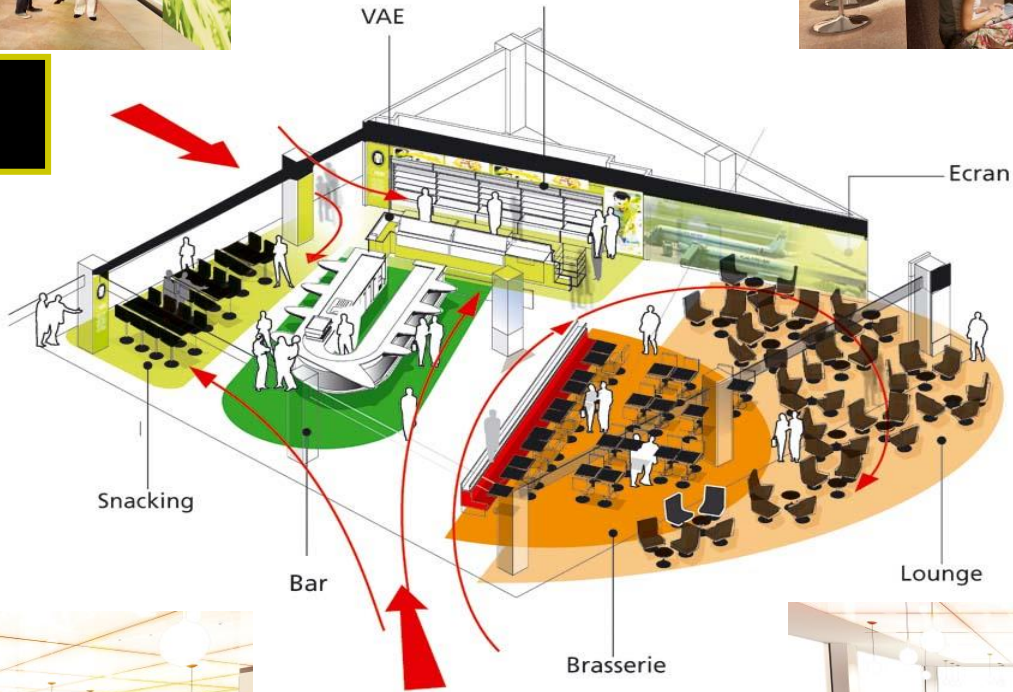
Food to go
5 min

Lounge



Food to stop
20 min

Food to stay
45 min



Bar



Food to stop
20 min

Brasserie



Food to stay
45 min