

Le Mapping

Trois étapes :

- Déterminer l'échelle (économique, notoriété...) que vous allez appliquer sur l'axe des ordonnées et des abscisses.
- Classer chaque prestataire en fonction de la segmentation
- Vous pouvez ensuite croiser les données et les cartographier sur la carte comme celle présentée ci-dessous

Quels types de restaurants à mobiliser ?

En théorie, peu d'offre de ce type.
Mais si on en rencontre, intérêt à les faire basculer de l'autre côté !

Restauration gastronomique

A sensibiliser en priorité

Ce type de restaurant correspond à la démarche enclenchée.

Prendre en compte la demande sur le territoire : +/- haut de gamme

Approvisionnement en GMS Produits type surgelés, industriels

Pas la cible des restaurants désirant intégrer la travailler les circuits courts.
Risque de perdre du temps pour peu de retour car s'adapter à la démarche nécessite trop d'effort pour le restaurateur, au vu de ses habitudes actuelles

Approvisionnement chez producteurs Produits frais et locaux

A sensibiliser en priorité

Ce type de restaurant correspond à la démarche enclenchée.

Prendre en compte la demande sur le territoire : +/- haut de gamme

Restauration rapide

Quels restaurateurs sensibiliser ?

Motivés par la démarche

Ces restaurateurs **prometteurs** sont à encourager et à mettre en relation avec les producteurs du territoire. Mais incorporer les produits locaux dans leur carte les obligera à faire de nombreux ajustements. Il est important de s'assurer que leur motivation ne se base pas essentiellement sur une recherche de communication « gratuite ».

Ce sont les restaurateurs les plus motivés et déjà investis dans la valorisation et la mise en valeur des produits locaux dans la restauration. Ils sont à impliquer impérativement. Ils pourront partager leurs expériences, pérenniser leur démarche et même devenir **prescripteurs**.

0% de produits locaux sur la carte

100% de produits locaux sur la carte

Les restaurateurs **poids-mort** qui ne manifestent pas d'intérêt pour la démarche et qui ne travaillent pas ou très peu avec les produits du terroir ne sont pas la cible de la démarche. Pour ces restaurateurs, les efforts à fournir pour intégrer la démarche sont trop importants et donc rédhibitoires, vouloir les impliquer à tout prix reviendrait à une perte trop importante d'énergie et de temps.

Ces restaurateurs **indifférents** qui mettent déjà en valeur les produits locaux dans leur restauration sont à sensibiliser à la démarche. Si leur motivation reste faible il est possible de les réorienter vers une démarche ou un label plus adapté, comme par exemple le titre de Maître restaurateur.

Peu impliqués

NB – Il est intéressant de croiser les matrices précédentes afin de voir si les données correspondent.

Quels producteurs sensibiliser ?

