

METRO FRANCE ET PEPSICO FRANCE S'ASSOCIENT POUR UN PARTENARIAT EXCLUSIF EN SOUTIEN AUX PROFESSIONNELS DU HORS-DOMICILE

Le 3 février 2022 – METRO France, premier fournisseur de la restauration indépendante en France et PepsiCo France, acteur majeur du circuit hors-domicile, joignent leurs efforts pour proposer aux professionnels du secteur une plateforme digitale innovante et personnalisée. D'une durée de 3 ans, l'objectif est de soutenir le développement des activités des restaurateurs sur le long terme, de répondre aux nouvelles attentes de leurs consommateurs et de favoriser leur transformation digitale.

DISH, UNE PLATEFORME DIGITALE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES PROFESSIONNELS DE L'HOTELLERIE- RESTAURATION

Lancée en 2018, la plateforme DISH offre aux restaurateurs indépendants des solutions digitales pour développer leur visibilité en ligne et accroître leur chiffre d'affaires. Des experts digitaux METRO accompagnent les restaurateurs dans la digitalisation de leur établissement pour leur permettre de garder une longueur d'avance sur la concurrence.

Présente dans 16 pays européens, DISH offre une opportunité de développement inédite et simplifiée dans un contexte de déconfinement progressif de l'économie française et de reprise soutenue des activités.

Au total, ce sont plus de 36 000 restaurateurs qui ont jusqu'à présent fait confiance aux solutions digitales DISH, soutenues par METRO France et PepsiCo France, pour optimiser leur offre, renforcer la visibilité de leur établissement et accompagner la croissance de leur activité à l'appui d'expertises dédiées et d'outils simplifiés.

« Nous sommes extrêmement heureux d'offrir à nos clients, dont le chiffre d'affaires a été particulièrement impacté pendant la crise sanitaire, des outils digitaux adaptés à leurs besoins et qui répond également aux attentes actuelles de leurs clients en cette période de reprise. », explique Jérémy Santos, National Digital Sales Manager Metro France.

Déclinée en trois offres distinctes « Starter », « Professional » et « Premium », DISH vise à offrir des solutions sur mesures selon les contraintes des acteurs du circuit hors-domicile en matière de gestion, de communication, de visibilité et de logistique. La force de DISH réside dans la personnalisation de ses outils digitaux qui comprend une large déclinaison des interfaces :

- DISH Starter qui propose aux restaurateurs un site internet personnalisé à l'image de l'établissement, sans abonnement.
- DISH Professional Reservation, une solution de réservation de table en ligne pour les clients et d'optimisation du plan de salle pour le restaurateur.
- DISH Professional Order qui accompagne les restaurateurs en proposant la commande en ligne avec 0 % de commission, garantissant ainsi la rentabilité de leur modèle économique.

« A l'heure où la demande de réservation de table n'a jamais été aussi importante, notre offre répond à un besoin fort exprimé par l'ensemble des établissements de la restauration. Nous souhaitons ainsi avec notre partenaire PepsiCo France accompagner à court terme la reprise de l'activité, mais également soutenir sur le long terme le développement de l'activité de nos clients », explique Jérémy Santos, National Digital Sales Manager Metro France.

PepsiCo FRANCE REJOINT LA DEMARCHE DISH ET RENFORCE SON ACTION CHD

Leader sur le marché des BRSA et intervenant majeur du hors- domicile, PepsiCo France renforce son soutien aux acteurs du circuit, en nouant un partenariat exclusif de long terme avec METRO pour les trois prochaines années.

Une démarche innovante qui s'inscrit dans la continuité de la stratégie du groupe et tout particulièrement de ses engagements renforcés depuis plus d'un an pour accompagner ses clients. Le déploiement d'opérations dédiées telles que « Que c'est bon de se retrouver » ou « Savourons les moments qui comptent » sont des dispositifs destinés à épauler les clients sur l'ensemble des canaux de distribution, que ce soit sur le terrain avec les forces de vente ou sous format digital avec la mobilisation des experts marketing.

« Avec les équipes PepsiCo France, nous sommes ravis de renouer avec la convivialité dans les points de vente du hors-domicile. Nous sommes heureux de nous associer à METRO pour soutenir l'offre DISH et apporter à nos clients une solution concrète, simple et personnalisée. Un outil d'accompagnement digital auquel nous croyons et qui représente, dans le contexte actuel, un véritable atout pour dynamiser les ventes des commerces », déclare Bruno Cazelles, directeur commercial hors-domicile chez PepsiCo France.

Si la première année DISH devrait permettre de renouer avec l'activité économique, l'outil sera amené à évoluer au fil des mois selon les expériences utilisateurs pour devenir un service incontournable et une opportunité de croissance pour le circuit.

A propos de PepsiCo France

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, Bénénuts, Quaker, Lay's ou Doritos. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur du groupe PepsiCo se trouve le projet Winning with Purpose qui traduit la vision de PepsiCo d'être le leader mondial du secteur de l'alimentaire et des boissons. Winning with Purpose reflète notre ambition d'accélérer notre croissance de manière durable et d'insuffler de la responsabilité dans toutes nos actions. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.fr.

A propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration indépendante en France. Avec 98 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants indépendants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels. Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 100 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans, notamment avec la Charte Origine France qui valorise l'agriculture française auprès de la Restauration Indépendante. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, les Jeunes Talents Gault&Millau, le Trophée du Maître d'Hôtel ou le lancement du guide Michelin. Certifié ISO 22000 pour le management de la sécurité des denrées alimentaires, METRO France intègre pleinement la Responsabilité Sociétale et Environnementale à sa stratégie en adoptant les lignes directrices de la norme ISO 26000. Fidèle à ses valeurs, l'enseigne accompagne ses collaborateurs et ses clients avec des solutions clés en main pour un comportement socialement responsable et respectueux de l'environnement, afin d'améliorer leurs empreintes carbone et tendre vers plus de durable. www.metro.fr