



ASSOCIATION  
RESTAURATION  
QUÉBEC

## INTENTION DE CHANGEMENT ET BONNES PRATIQUE PAR SEGMENT : CENTRES-VILLES

---

# RAPPEL DE L'ÉTUDE : DRESSER UN BILAN ET ANTICIPER LES CHANGEMENTS

dans les comportements, les besoins et les attentes des consommateurs dans le contexte de la COVID-19.

## **METHODOLOGIE :**

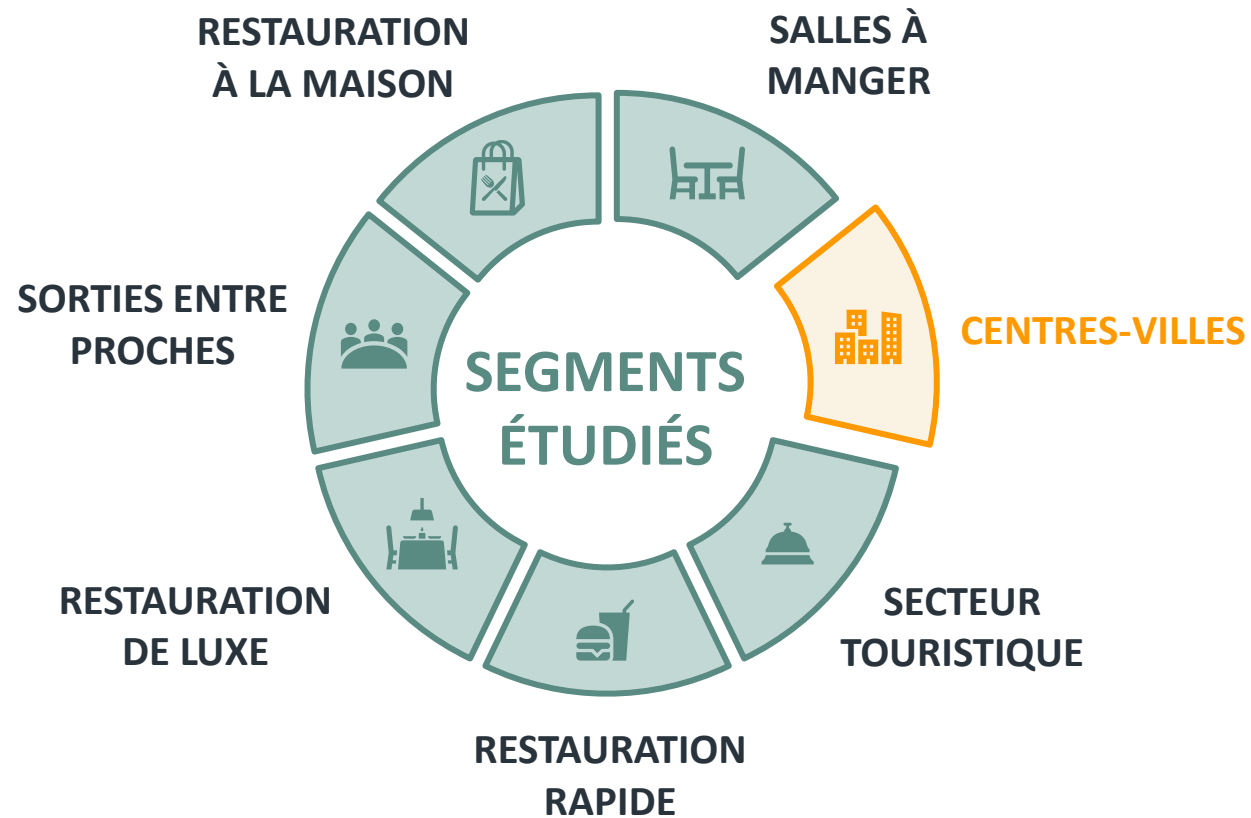
*SONDAGE INTERNET MENÉ DU 28 SEPTEMBRE AU 14 OCTOBRE AUPRÈS DE 5 494 QUÉBÉCOIS, AINSI QUE DES ENTREVUES MENÉES ENTRE LE 7 ET LE 21 OCTOBRE AUPRÈS DE 12 EXPERTS ET INFLUENCEURS EN MATIÈRE DE RESTAURATION.*



## MÉTHODOLOGIE : CENTRES-VILLES

Dans le cadre de cette étude, et en fonction des données obtenues, nous avons distingué 7 segments d'études afin de mesurer l'impact de la COVID-19 sur l'industrie de la restauration. Ils désignent aussi bien des secteurs (ex : tourisme) que des modes de consommation (ex : livraison) ou des comportements (ex : sorties entre amis).

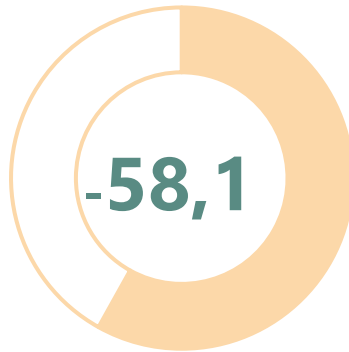
À l'intérieur de chacun de ces groupes, nous avons isolé des **CONSUMMATEURS RÉGULIERS**, c'est-à-dire fréquentant un restaurant ou consommant de la nourriture de restaurant au moins une fois par mois (pré-COVID) dans ce contexte afin de pouvoir mesurer les impacts de la crise de la COVID-19.



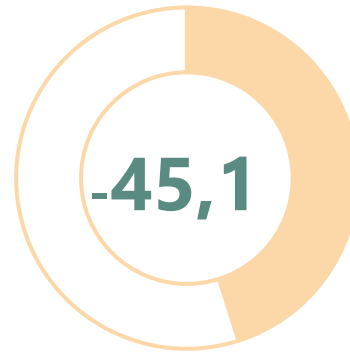


## INDICE DE CHANGEMENT : LES CENTRES-VILLES

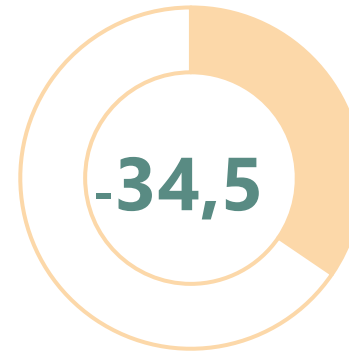
INDICE DE CHANGEMENT :  
**EN BAISSSE**



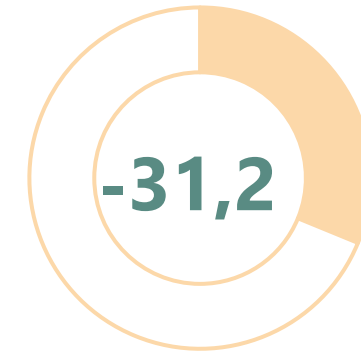
DÎNER D'AFFAIRES



FOOD COURT



DÉJEUNER SUR LE POUCE



LUNCH SUR LE POUCE

### LE TÉLÉTRAVAIL A UN IMPACT IMPORTANT SUR LA FRÉQUENTATION DES CENTRES-VILLES

Alors que 40% des répondants ont déclaré être en télétravail, parmi eux, plus de 6 sur 10 ont déclaré moins fréquenter les salles à manger pendant les heures de travail et 44% consommer moins de la nourriture de restaurant à emporter, en livraison ou au service au volant pendant les heures de travail. On constate de plus de fortes baisses dans les intentions de fréquenter divers lieux associés aux centres-villes ou au repas d'affaires, allant de -31,2 pour un déjeuner sur le pouce à -58,1 pour un dîner d'affaires.



### LES CENTRES-VILLES : LES EXEMPLES À ADOPTER



#### MISER SUR DES FORMULES ADAPTÉES À LA NOUVELLE RÉALITÉ

**À CONSIDÉRER :** Les clients qui fréquentaient les restos du centre-ville sur l'heure du dîner n'ont probablement pas plus envie de se faire un lunch le midi, même en télétravail. Ces restaurants pourraient envoyer un menu hebdomadaire sous forme de liste où le client peut cocher les plats qu'il souhaite commander et pour quels jours de la semaine. Ces plats seraient ensuite directement livrés chez lui à une heure précise. Couplé à un programme de fidélité où des points s'accumuleraient à chaque commande, c'est une formule qui peut s'avérer gagnante.

Plusieurs bureaux du centre-ville vont se transformer et se diriger vers des endroits collaboratifs. Pourquoi ne pas développer une offre de boîte à lunch ou de repas prêt-à-manger destinée à ces espaces. La livraison est bien sûr une option, mais un réfrigérateur sur place rempli de repas cuisinés frais du jour pourrait également faire fureur.



#### LES « GHOST KITCHEN » OU CUISINES FANTÔMES

**BON COUP :** Q-ZN (prononcé Cuisine), qui ouvrira ses portes en décembre prochain, fournira à 16 restaurateurs sa propre cuisine équipée des principaux appareils et tables de travail. Cet espace ne sera pas connu du public et servira seulement aux commandes de livraison. Ce point de vente sera complètement intégré aux systèmes de UberEats, Skip the Dishes et DoorDash.

--- À Toronto, Kitchen Hub est un concept similaire, mais qui permet en plus aux consommateurs d'avoir accès au menu de tous les restaurants en un seul endroit et avec une seule commande. Les commandes pour emporter sont aussi offertes et une petite salle à manger est également disponible.

**AVANTAGE :** Ce concept peut permettre de grosses économies d'argent puisque les dépenses sont partagées et les locataires profitent d'un meilleur pouvoir d'achat.

Le concept peut aussi être intéressant pour les propriétaires de « food trucks » nécessitant un espace de cuisine, ou bien pour de nouveaux joueurs qui pourraient bénéficier de l'expertise de leurs voisins de cuisine. Il s'agit également d'un lieu propice aux collaborations et partenariats, à moindres risques.



#### TRANSFORMER LA VOCATION DES ESPACES

**À CONSIDÉRER :** Les restaurants du centre-ville principalement achalandés à l'heure du lunch pourraient revoir leur vocation tout en offrant une formule similaire. Le menu plus simpliste, moins dispendieux et qui se fait rapidement pourrait être offert en formule 4 à 6, pour les clients souhaitant sortir de la maison après leur journée de télétravail. Ils pourraient prendre un verre, grignoter ou même souper rapidement en famille.

**AVANTAGE :** On mise sur le même genre de formule mais en visant une autre occasion de consommation. Ce peut être une belle opportunité de remplir les restaurants en début de semaine, où l'achalandage est habituellement moindre.



# QUELLES PISTES D'ACTION?



## SERVICE D'ACHAT DE GROUPE DANS LES FOIRES ALIMENTAIRES

Il faut encourager les travailleurs de retour dans les bureaux en venant à eux directement : dans le cas des foires alimentaires, cela pourrait être de reproduire l'expérience en proposant un service de livraison de groupe provenant de différents stands alimentaires aux employés d'un même bureau.



## LIVRAISON ADAPTÉE AUX ENTREPRISES

Un repas au restaurant représente souvent un moment de partage, ou même festif entre collègues. Les restaurants pourraient proposer de reproduire cette expérience en offrant la livraison d'un même repas à des employés en télétravail pour partager des moments virtuels. C'est notamment une option à développer pour des party de Noël.



## ALLER CHERCHER LE CLIENT EN TÉLÉTRAVAIL

Le fait de ne plus aller au bureau ne veut pas dire ne plus manger au restaurant! En effet, les employés en télétravail continuent à apprécier les repas de restaurants comme moment plaisir ou gain de temps : il est important de développer une offre qui corresponde à ce besoin, que ce soit la livraison, ou le prêt-à-manger.

## AUTRES PISTES D'ACTION

- **OFFRIR DES FORMULES BOÎTES À LUNCH** : Particulièrement apprécié en été, pour manger dans le Vieux-Montréal ou dans les parcs.
- **PROPOSER UNE FORMULE DE LIVRAISON HEBDOMADAIRE** : Un choix de repas rapides et bons livrés tous les midis (offre modulable).
- **DÉVELOPPER DE NOUVEAUX RABAIS** : Des offres lève-tôt ou lève-tard par exemple, pour correspondre aux nouvelles réalités du télétravail et des horaires moins classiques.