



ASSOCIATION  
RESTAURATION  
QUÉBEC

**BILAN DE L'ÉTUDE**



## **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.*



### UNE RÉOUVERTURE COURRONNÉE DE SUCCÈS ET UN ESSOR DE LA RESTAURATION À LA MAISON

L'année 2020 restera sûrement une année charnière dans le secteur de la restauration, la crise de la COVID-19 ayant forcé les restaurateurs à faire face à des défis sans précédent.

Les Québécois ont été au rendez-vous à la réouverture des salles à manger, où ils ont pu retrouver leurs proches et leurs amis après de durs mois de confinement (notons toutefois qu'ils ont surveillé leurs dépenses et dépensé des sommes moins importantes que d'habitude).

Parallèlement, nous avons pu constater depuis le mois de mars un véritable bond de la restauration à la maison (que ce soit en livraison, au comptoir à emporter ou au service au volant). Cette tendance, qu'on observait déjà dans le monde de la restauration, a été nettement accentuée par la crise de la COVID-19 et ses conséquences : fermeture des salles-à-manger et limitation des déplacements et des rassemblements. De plus, cela a été un moyen pour les Québécois de soutenir les restaurateurs locaux, un enjeu qui leur tient à cœur.

# 85%

**des Québécois ont fréquenté les salles à manger depuis leur réouverture au mois de juin.**

# 92%

**des Québécois ont consommé de la nourriture de restaurant au comptoir à emporter, en livraison ou au service au volant.**



## LA COMMANDE EN LIGNE : UN VIRAGE À PRENDRE

La restauration à la maison étant en plein essor, nous avons cherché à mieux cerner les comportements associés au mode de commande.

Près de la moitié des répondants (46%) ont préféré passer commande par téléphone plutôt qu'en ligne (36%). **Cependant, nous constatons que les commandes en ligne sont associées à des dépenses plus importantes, en plus de libérer du personnel** et donc d'augmenter l'efficacité indiquant là des opportunités d'amélioration à saisir.



ont passé leur commande par téléphone



26%  
ont commandé par le module  
en ligne du restaurant



18%  
ont commandé  
sur place



10%  
ont commandé par l'application  
d'un tiers



## LES QUÉBÉCOIS SURVEILLENENT LEURS DÉPENSES, SURTOUT EN SALLE-À-MANGER

Bien que la moitié des répondants aient déclaré dépenser **moins** lors d'un repas en salle à manger par rapport à leurs habitudes d'avant-COVID, cette proportion n'est que de **26% pour un repas en restauration à la maison**. Ceci souligne l'importance de capitaliser sur la restauration à la maison et notamment la commande en ligne.



1/2

Ont réduit leurs dépenses  
en salle-à-manger



1/4

Ont réduit leurs dépenses en  
restauration à la maison



### IMPACT DU TÉLÉTRAVAIL : PLUS IMPORTANT POUR LES SALLES-À-MANGER

Depuis le début de la crise de la COVID-19, 40% des Québécois sont en télétravail.

Sans grande surprise, le télétravail a eu un impact négatif sur les habitudes des Québécois en matière de restauration, mais plus encore sur les salles-à-manger.

De façon générale, le télétravail a conduit à des heures plus élargies de restauration, rendant nécessaire l'adaptation des restaurateurs.



### SENSIBILITÉ À L'AUGMENTATION DES PRIX

**64,5%** des Québécois sont en accord avec une **augmentation des prix** dans les restaurants en raison de la mise en place de nouvelles mesures sanitaires.



**62%**

fréquentent moins souvent  
les restaurants en salle à manger  
pendant les heures de travail



**44%**

consomment moins souvent  
de la nourriture de restaurant à  
emporter, en livraison ou au service au  
volant pendant les heures de travail



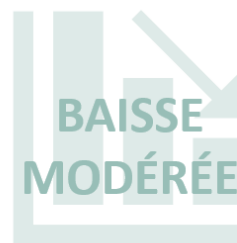


### UN SECTEUR EN CRISE? OUI MAIS...

Ainsi, comme le soulignent les experts interrogés, le bilan de la crise de la COVID-19 est très inégal, et pourrait se décrire comme une crise du restaurant traditionnel. En effet, les salles à manger et les centres-villes ont été des segments particulièrement affectés par la crise de la COVID-19 en raison de la fermeture des salles à manger et du télétravail, mais on observe parallèlement un bond non négligeable de la restauration à la maison.



Sorties entre proches  
Centres-villes  
Restauration traditionnelle  
Secteur touristique  
Restauration de luxe



Restauration rapide



Restauration à la maison

### CRISE DU RESTAURANT TRADITIONNEL

Selon les Québécois, les principaux freins à la fréquentation des restaurants sont le fait de limiter les sorties et les occasions de rassemblements, mais également les inquiétudes quant au respect des mesures d'hygiène.



### S'ADAPTER POUR PROSPÉRER

Un de ces constats majeurs de cette étude est la **place prépondérante du digital comme stratégie de réponse à la crise de la COVID-19**. Des évidences comme un système de réservation ou de commande en ligne à des solutions bonifiant l'expérience en restaurant tels que le menu en ligne ou le paiement sans contact, la technologie se met au service des restaurateurs pour lui permettre d'offrir à leurs clients une expérience à la fois plus connectée et plus sécuritaire. De plus, l'existence d'un certain nombre de plateformes de réservation ou de livraison permettent une adaptation rapide à ces nouvelles tendances.

**Un certain nombre d'autres pistes s'offrent aux restaurateurs, telles que :**

- Développer le prêt-à-manger et les repas à assembler afin de faire venir le restaurant à la maison;
- Proposer des concepts aux entreprises pour pallier la perte du télétravail, comme par exemple des menus de groupe pour un party virtuel, la livraison dans les bureaux sur l'heure du lunch;
- Capitaliser sur l'engouement pour le commerce local et mettre cet aspect en avant dans leur communication;
- La mise en place de système de fidélisation pour retenir une clientèle parfois volage, et leur donner envie de revenir dans les salles à manger à leur réouverture.



**PRÈS DE 4 QUÉBÉCOIS SUR 10  
SONT INTÉRESSÉS  
PAR DES BOÎTES DE PRÊT-À  
CUISINER  
OU DE PRÊT-À-MANGER DE  
RESTAURANT**



### LES SALLES À MANGER, EN VOIE DE DISPARITION?

Disparues, les salles à manger? Loin de là! **Au contraire, les Québécois ont été nombreux à les remplir cet été, et jugent d'ailleurs y avoir vécu une expérience agréable.** Cependant, les exigences ont changé, et l'expérience doit donc nécessairement s'y adapter. Les experts soulignent d'ailleurs qu'un menu réduit mais de qualité est plus à même de convaincre les consommateurs qu'un menu similaire à l'avant-COVID, mais peu satisfaisant.

D'une part, avec l'essor de la livraison, l'expérience proposée en salle à manger doit se démarquer pour convaincre la clientèle.

D'autre part, il est important que l'expérience demeure une expérience agréable malgré les normes sanitaires, et donc de penser les mesures en prenant en considération l'expérience client.

#### QUELQUES PISTES DE RÉLEXION



Se maintenir  
comme un lien  
social

En famille ou au  
travail, un repas de  
restaurant reste un  
moment apprécié



Outils  
technologiques

Mettre à profit les  
outils aussi bien  
pour la gestion que  
l'expérience client



Prêt-à-manger et  
restaurant  
boutique

Développer d'autres  
options que la  
livraison pour la  
restauration à la  
maison



Expérience  
client de qualité

Malgré les normes  
sanitaires, le client  
veut vivre une  
expérience de  
qualité





## AU-DELÀ DE LA COVID : UN VIRAGE NÉCESSAIRE

Le virage technologique de la restauration qui se profilait déjà depuis un moment est maintenant devenu un incontournable. La diversité des ressources technologiques disponibles permet de développer de nouvelles stratégies pour les restaurateurs.

La crise a aussi été un terrain propice au développement de solutions innovatrices et créatives de la part de certains restaurateurs, montrant que ce secteur, avec le support des ressources nécessaires, est capable de se transformer pour s'adapter et de répondre à la demande complexe d'une époque changeante.

Pour finir, nous suggérons aux restaurateurs de partager ces pistes de réflexion à leur personnel afin de s'assurer de proposer une expérience satisfaisante à tous les niveaux pour les consommateurs.



ASSOCIATION  
RESTAURATION  
QUÉBEC

Merci.



Christian Watier, Ph.D., M.B.A.  
Chef de la direction scientifique (CSO), Lanla  
cwatier@lanla.com  
1 866 333-5265 #222

Suivez-nous!



Lanla Measure + Gestion Expérience Client



@LanlaCX