

AU MENU

- **Restauration par enseignes en Amérique du Nord : la gestion en ligne ou par mobile du cycle commande se généralise sur fond de course à l'avantage technologique**
- **Restauration commerciale au Québec : La restauration à service restreint se rapproche graduellement de celle à service complet en termes de recettes monétaires**

Restauration par enseignes en Amérique du Nord : La gestion en ligne ou par mobile de la commande se généralise sur fond de course à l'avantage technologique¹

La gestion en ligne ou par mobile de la commande est une tendance que vit la restauration à service restreint au Québec. Aux États-Unis, elle semble déjà bouleverser un certain ordre en matière de restauration. Ainsi, pour une première fois, en 2015, le classement des 10 premières enseignes en matière de croissance des recettes aux États-Unis ne comptait aucune chaîne de restaurants à service complet². Ces positions étaient toutes occupées par des chaînes de restaurants à service restreint.

La restauration à service restreint est ainsi récompensée pour ses efforts destinés à étendre son offre, élargir ses clientèles, accélérer sa rapidité et, ce faisant, augmenter sa part du marché de la restauration. En effet, les chaînes de restaurants à service restreint s'activent sur plusieurs fronts afin de gagner de nouveaux clients ou de mieux fidéliser ceux qu'elles ont déjà. Ces fronts sont : la proposition de menus nouveaux ou personnalisables, les menus-santé, notamment avec l'information appropriée afin de répondre à une demande de saine alimentation, la promotion des achats d'ingrédients locaux, la prise d'engagements en faveur du bien-être animal et de la lutte contre l'antibiorésistance, ainsi que la facilitation de la prise de commande et de sa livraison (autonomie, délocalisation, automatisation, rapidité d'exécution visant le juste à temps).

La facilitation de la prise de commande et de sa livraison impressionne notamment par la rapidité de ses progrès à l'aune des technologies d'interactions par réseaux, en temps réel et de plus en plus mobiles. Ces technologies sont massivement mises à contribution comme sources d'avantages stratégiques dans la relation client-vendeur. Les chaînes de restauration à service restreint adoptent ces technologies à un rythme accéléré selon deux axes de nouveautés :

1. *La commande numérique et sa livraison minimisent les interactions humaines.* La commande est composée et payée par le client, dans le restaurant, à partir de l'écran tactile d'un kiosque³ détaillant le menu. Cette approche permet la réduction des files d'attente au comptoir et la transmission directement à

la cuisine de la commande sans intermédiaire. La livraison au client intervient soit à la table du client, soit dans un compartiment vitré, sécurisé qui lui est exclusif.

Les chaînes telles que McDonald's, Wendy's, Panera et Eatsa opèrent de plus en plus selon cet axe.

2. *La commande mobile ou en ligne effectuée et payée à partir d'un site web ou d'une application mobile.* Cette approche favorise un gain de temps et l'économie d'intermédiaires entre la commande du repas et sa consommation.

De nombreuses chaînes telles que Wendy's, Subway, Taco Bell, Domino's (pizza), Dunkin' Donuts, St-Hubert sont déjà engagées dans cette voie.

La capacité à déployer des applications mobiles qui combinent la commande et son paiement recèle un tel potentiel qu'elle est l'objet d'une course entre Burger King's et McDonald's aux États-Unis⁴. D'ailleurs, ces concurrents sur le segment du hamburger ont un retard à combler sur ceux du café (Starbucks et autres) et de la pizza à l'égard de cette capacité technologique stratégique.

La tendance à la généralisation de ces modes de commande est telle que ceux-ci devraient représenter des canaux de vente de 38 milliards de dollars américains en 2020, soit 10,7 % des ventes de la restauration à service restreint aux États-Unis⁵. Cette tendance donne même lieu à l'apparition et à la possible expansion de sites agrégateurs de commandes mobiles, tels que GrubHub. Elle ouvre également des perspectives de libre-service total (zéro intermédiaire) de la commande numérique, mobile ou en ligne, avec prise de livraison aux kiosques installés dans les restaurants.

Restauration à service complet comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de restauration à des clients qui commandent et sont servis aux tables et qui règlent l'addition après avoir mangé; ces établissements peuvent vendre des boissons alcoolisées, préparer des mets à emporter, exploiter un bar ou présenter des spectacles sur une scène en plus de servir des repas et des boissons.

Restauration à service restreint comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de restauration à des clients qui commandent ou choisissent les produits à un comptoir de service ou de cafétéria (ou encore par téléphone) et qui paient avant de manger; les aliments et les boissons sont pris par le client en vue d'être consommés sur place ou à l'extérieur de l'établissement ou sont livrés chez le client. Ces établissements peuvent offrir une diversité de produits alimentaires, des collations spéciales ou des boissons non alcoolisées.

Services de restauration spéciaux comprennent les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de restauration chez le client, dans un lieu désigné par ce dernier, à partir de véhicules motorisés ou sur des chariots non motorisés (ex. : traiteurs, cantines et comptoirs mobiles). Sont aussi compris dans cette classe les établissements qui offrent des services de restauration aux compagnies aériennes, aux compagnies ferroviaires et aux institutions de même que les établissements qui exploitent des comptoirs de vente d'aliments dans des installations sportives ou d'autres installations similaires.

1. Il ne s'agit non pas tant d'implanter la technologie dernier-cri que de mettre la flexibilité et l'instantanéité des interactions vendeur-client que permet la technologie au service d'une stratégie d'offre commerciale de nature à fidéliser une base de clients et à l'élargir.

2. Selon le *Technomic's Top 500 Chain Restaurant Report* cité dans *la Food Industry Review 2016 Edition*

3. Une amélioration possible pour désengorger les kiosques ou pour s'en passer consisterait à en reproduire l'interface et les fonctionnalités dans une application mobile permettant de s'installer à une table avant de passer sa commande sans pression.

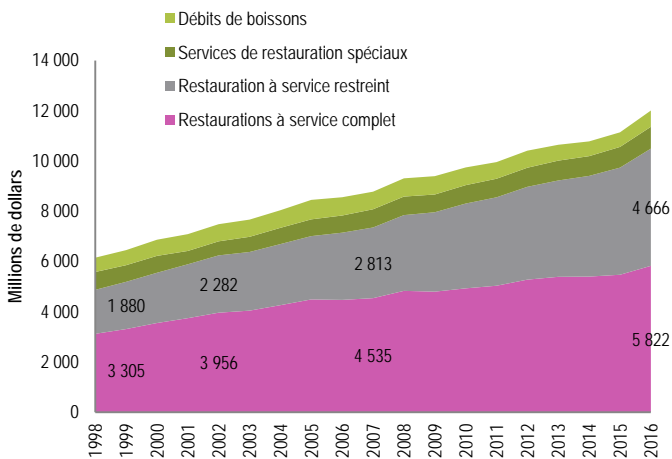
4. *Burger King Seeks Edge Over McDonald's in Mobile-Payment Battle* by Leslie Patton, consulté le 9 mai 2017: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-09/burger-king-seeks-edge-over-mcdonald-s-in-mobile-payment-battle>

5. Selon le *Business Insider Intelligence's 2016 Mobile Order-Ahead Report* cité dans *la Food Industry Review 2016 Edition*

Restauration commerciale au Québec : Le chiffre d'affaires de la restauration à service restreint se rapproche graduellement de celle à service complet en termes de recettes monétaires

La restauration à service complet domine encore au Québec pour ce qui est des recettes, mais ces recettes augmentent plus rapidement dans la restauration à service restreint. Ainsi, en 1998, la restauration à service complet générait 50,7 % des recettes totales de la restauration, alors que la restauration à service restreint en fournissait 28,5 %. En 2016, ces pourcentages respectifs étaient de 48,5 % et de 38,9 %. À l'échelle canadienne, les recettes de la restauration à service complet et celles de la restauration à service restreint sont à des niveaux comparables l'un à l'autre depuis 2009.

Évolution des recettes de la restauration commerciale au Québec



Source : Statistique Canada tableau CANSIM tableau 355-0006. Compilation du MAPAQ

Le rapprochement observé au Québec est alimenté par les efforts que déploie la restauration à service restreint, comme ailleurs en Amérique du Nord, notamment par cette facilitation de la prise de commande et de sa livraison qui est également à l'œuvre chez nous. Ce rapprochement s'explique aussi par des éléments de structure de prix et de conjoncture économique.

En effet, la restauration à service restreint conserve un avantage en matière de prix avec une facture par commande⁶ au Québec de 6,09 \$ en 2015 contre les 12,01 \$ et 15,84 \$ respectifs de la restauration familiale et de la restauration en ambiance décontractée qui se situent dans la gamme moyenne la restauration à service complet. C'est cette gamme moyenne de restauration à service complet qui concurrence la restauration à service restreint.

À l'échelle canadienne, les données de l'indice des prix à la consommation (IPC)⁷ indiquent que les prix dans la restauration à service complet se sont accrus de 26 % de 2007 à 2016, soit plus rapidement que dans la restauration à service restreint où ils ont augmenté de 23 %. À titre d'information, une telle situation peut favoriser un déplacement des ventes vers la restauration à service restreint.

6. François Pageau Faits saillants de l'industrie de la restauration en 2016 HRImag 14 mai 2016. Cet article cite des données du NPD Group Inc.
7. Il s'agit de l'indice des prix à la consommation établi par Statistique Canada. Les données de l'IPC pour ces catégories de restauration ne sont pas disponibles pour le Québec.

Une conjoncture économique favorable n'est pas étrangère au fait qu'au Québec, les recettes de la restauration commerciale, prise dans son ensemble, ont connu une année particulièrement positive en 2016. En effet, chacune des catégories de la restauration a affiché au Québec une croissance annuelle de ses recettes supérieure à la moyenne canadienne : dans la restauration à service complet comme dans la restauration à service restreint, dans les services spéciaux de restauration comme dans les débits de boisson. Cela ne s'était pas produit depuis 2002.

Recettes par secteurs de la restauration commerciale, Québec et Canada, en 2016 en millions de dollars

	Québec		Canada	
	Ventes M\$	Croissance 2016/2015	Ventes M\$	Croissance 2016/2015
Restauration et débits de boissons				
Restaurants à service complet	5 822	6,5 %	28 135	5,7 %
Restaurants à service restreint	4 666	9,4 %	28 911	7,6 %
Services de restauration spéciaux	869	5,4 %	5 460	2,8 %
Débits de boissons (alcoolisées)	648	11,6 %	2 411	5,3 %
Total, services de restauration commerciale	12 005	7,8 %	64 918	6,3 %

Source : Statistique Canada tableau CANSIM tableau 355-0006. Compilation du MAPAQ

À l'opposé, la croissance des recettes au Québec avait été inférieure à la moyenne canadienne, ou avait enregistré une baisse plus marquée, pour chacune des composantes des services de restauration commerciale en 2006 et en 2014.

