

LA CONFIANCE
DANS CHAQUE CAISSE.



Tendances

AUTOMNE 2020 - COVID-19

Là pour rester: la livraison perfectionnée

Même avant que la pandémie ne frappe, la livraison gagnait déjà des parts de marché grâce à la tendance Netflix de cocooning. Grâce au confinement, la livraison de repas est passée au premier plan. Il est peu probable que les mentalités post-pandémiques renoncent à la sécurité et à la commodité des commandes à emporter ou à la livraison à domicile. C'est un secteur qui fort et qui semble être là pour les années à venir.

- On estime à 42% le nombre d'établissements de restauration qui ont ajouté la livraison à la suite de Covid-19. D'autres sondages ont révélé que 31% prévoient de continuer à investir dans ce segment.
- De nombreux clients interrogés ont déclaré préférer passer leurs commandes auprès de restaurants qui assument la livraison eux-mêmes plutôt que ceux qui utilisent des services de livraison (Foodora, Skip, Uber Eats, etc.); les restaurateurs avertis emploient des chauffeurs en qui ils ont confiance pour un meilleur contrôle de qualité et de sécurité, ainsi qu'une meilleure budgétisation.
- Grubhub, l'une des plus grandes plateformes de livraison aux États-Unis, rapporte que la facture moyenne des commandes au cours du deuxième trimestre s'élevait à 39 \$, une augmentation de 20% versus l'an dernier.
- Avec l'augmentation du travail à domicile, des ménages à une seule personne et la peur persistante des foules, proposer des plats qui survivent mieux à la livraison est essentiel.
- Des scellés inviolables, des chauffeurs masqués et gantés, le paiement et le dépôt sans contact et un contrôle de température approprié sont déjà de mise, pas des avantages, pour vous démarquer offrez des emballages spécifiques compartimentés, des couvercles imprimés et des kits de boissons.

La communication efficace en temps de Covid

Les consommateurs croient important que les restaurants communiquent leurs stratégies de sécurité et d'assainissement. S'ils ne savent pas quelles mesures supplémentaires vous avez mises en œuvre, ils risquent de ne pas se sentir suffisamment en confiance pour visiter voire recommander un endroit à leur famille et amis.

- Faites des réseaux sociaux votre meilleur ami. Lorsque vos clients sont à la maison, leurs téléphones et appareils sont les outils qui influenceront le plus leur décision d'où et quoi manger. Les photos de nourriture attrayantes sont un must, mais la démonstration des mesures de sécurité, l'affichage des menus et des heures d'ouverture révisés et les photos de vos fidèles employés sont également des moyens efficaces de se connecter.

- La formation des employés va au-delà de l'enseignement de nouvelles techniques de sécurité. Demandez aux serveurs d'informer et de rassurer les convives de chaque table sur ce qui est fait pour limiter l'exposition.
- Postez des affiches de sécurité visibles aux entrées, dans la salle à manger et dans les toilettes pour rappeler les mesures que vous avez adoptées pour lutter contre la propagation du virus (voir photo ci-dessus à gauche).
- Les publicités à la radio et à la télévision, peuvent être utilisées pour rappeler au public que vous êtes ouvert et pourquoi il est prudent de dîner chez vous.
- Les tables du chef et les visites de cuisine sont suspendues pour réduire le contact, les chefs avisés proposeront des démonstrations et des tutoriels en ligne. Faites des présentations et répondez aux questions pour développer et maintenir les liens avec les clients.



AUTOMNE 2020 - COVID-19

La mauvaise nouvelle est que les restaurants pourraient perdre jusqu'à 240 milliards de dollars d'ici la fin de 2020, selon la National Restaurant Association. La bonne nouvelle est que nous apprenons à mettre en œuvre de nouvelles stratégies pour assurer la sécurité de nos clients, ce qui incite davantage de gens à retourner au restaurant.

Comment l'industrie des services alimentaires évolue-t-elle et que peut faire votre établissement pour relever la myriade de défis et se démarquer?



Pour en connaître davantage sur les produits Markon, contacter votre représentant des ventes | markon.com



Tendances

AUTOMNE 2020 - COVID-19



Frais, sain, & pratique

À mesure que les clients retournent au restaurant, les opérateurs doivent concentrer leur énergie sur la sécurité, laissant moins de temps à la préparation. Avec les budgets qui sont plus serrés que jamais, les ingrédients prêts à l'emploi aident à réduire les déchets, l'espace d'entreposage et les coûts de main-d'œuvre.

- Éplucher, hacher, trancher...ces tâches sont facilement éliminées avec des produits 100% utilisables, comme les carottes, les oignons, le céleri et les mélanges à salade Ready-Set-Serve® (RSS) qui sont polyvalents et parfaits pour les menus plus concis d'aujourd'hui.
- Après des mois passés à l'intérieur, les convives manifestent un intérêt accru pour des repas sains et frais qui les aideront à atteindre leurs objectifs santé et alimentaires.
- Les chefs peuvent élargir leur catégorie de salades avec une plus grande variété de légumes-feuilles verts et colorés en mélanges comme le Chou Kale Coloré RSS et le mélange Héritage RSS.
- Les efforts de développement durable reviennent aussi au premier plan. L'utilisation d'ingrédients qui ne produisent pas de déchets et qui ne nécessitent pas de rinçage permettent d'économiser l'eau et d'éliminer les déchets.

Les Tendances de l'heure

- L'hyper hygiène
- Les ingrédients zéro déchet
- Le port du masque obligatoire
- Les cuisines centrales
- L'atmosphère à ondes positives
- Les terrasses, restaurants éphémères et stationnements
- Le service au volant innove
- Les plats qui renforcent le système immunitaire
- Les forfaits de repas en famille
- Les lampes germicides UV
- Les kits-repas à emporter
- Les stations de grill extérieures
- Les vide garde-manger de restaurants
- Les recettes à l'épreuve de la livraison
- Les emballages éco-responsables
- L'abolition des pourboires
- Les tartinades barbecue
- La livraison de cocktails
- Les produits axés sur la commodité
- Les tartes et crèmes glacées maison
- L'optimisation de l'efficacité
- Les expériences virtuelles
- La sensibilisation communautaire
- Les repas en privé
- Les pizzas originales
- Les services de traiteurs dans les parcs
- Tout ce qui est portable
- La responsabilité sociale
- Le retour des sandwiches
- Les menus à usage unique
- Les mets végétariens/véganes
- Le respect et la protection des employés
- Les frites
- La connectivité Instagram
- Les dumplings
- Les condiments individuels
- L'intérêt renouvelé pour le développement durable

Soyez branché!

Abonnez-vous à Markon.com pour recevoir en exclusivité les rapports suivants:

- Tendances et prévisions des récoltes - Rapport hebdomadaire informant des prix, niveaux d'inventaires et de la qualité des fruits et légumes disponibles.
- Tendances- Prévisions et tour d'horizon culinaire publié quatre fois par année.

En mode innovation: La nouvelle norme technologie en alimentation

Les températures d'automne plus fraîches annoncent la fin des repas en plein air. De nombreuses entreprises de restauration intègrent la technologie dans leurs processus pour fournir des environnements plus sûrs. Les clients n'ont jamais été aussi sélectifs et la confiance est leur nouvelle préoccupation numéro un (plus que la qualité et la saveur).

- L'avenir post-pandémique révèle la nécessité de mettre en place des mesures de sécurité à long terme.
- Des lampes germicides UV-C, pour purifier l'air et désinfecter les surfaces, sont installées dans les conduits d'air pour détruire les bactéries et les virus dans les bâtiments. Des purificateurs d'air visibles sont installés dans les salles à manger pour empêcher que les germes, potentiellement en suspension, n'atteignent clients et employés.
- De nombreux établissements instaurent la prise de température à l'entrée pour éviter que les porteurs symptomatiques n'infectent l'espace.
- Le désinfectant pour les mains est indispensable. Mettez des bouteilles aux tables pour permettre aux clients de se désinfecter les mains.
- Le cloisons en verre, en plastique ou faites d'autres matériaux entre les tables permettent d'appliquer les mesures de distanciation sociale.
- Le paiement sans contact, les codes QR et les menus en ligne réduisent le risque d'exposition aux virus.
- Les services au volant non traditionnels ne sont plus uniquement réservés aux chaînes et à la restauration rapide. Fournir une méthode de ramassage rapide et facile peut devenir un mode viable pour les restaurants intermédiaires et haut de gamme.

Sources:

Datassential
Eater
Food & Wine
Foodable
Food Dive
Foodie
Food Navigator-USA
FSR Magazine

Harvard Business Review
Morgan Stanley
Nation's Restaurant News
Perishable News
QSR Magazine
Restaurant Business
Spot On
UpServe



Pour en connaître davantage sur les produits Markon, contacter votre représentant des ventes | markon.com