



### PRINTEMPS - 2021

Le temps se réchauffe, la vaccination se déploie plus rapidement et l'espoir est dans l'air, surtout pour l'industrie de la restauration.

Une chose est sûre, nos entreprises ont dû se réinventer et évoluer, et tout le monde a appris de nouvelles façons de faire des affaires.

Les clients sont impatients de retourner dans le monde dans leurs restaurants préférés et nous sommes là pour nous assurer que vous serez prêts.

# Tendances

PRINTEMPS - 2021

## Assurer un retour en force

Avec les cas de Covid-19 diminuant enfin et les températures glaciales qui montent les exploitants de services alimentaires sont ravis de pouvoir enfin accueillir à nouveau des clients.

- Les entreprises ne retourneront peut-être jamais aux méthodes d'avant-pandémie, de sorte que pour réussir, il sera essentiel de demeurer agile et d'intégrer tout ce que nous avons appris au cours de la dernière année.
- Masques, distanciation sociale et mesures de sécurité améliorées sont là pour rester, du moins à court terme. Il sera important d'accommoder vos clients et votre personnel afin qu'ils se sentent en confiance.
- Manger en plein continuera d'être une méthode préconisée pour la plupart des clients. Assurez-vous que ce soit confortable pour vos clients et facile pour le personnel de manœuvrer.
- La livraison, les commandes pour emporter et les troussees de repas ont permis à plusieurs établissements de survivre. Les restaurateurs avisés continueront d'innover en ce sens.
- Utilisez les médias locaux et des plateformes sociales; assurez-vous que vos clients savent que vous êtes de retour en action avec à des photos alléchantes, des événements spéciaux, des spéciaux saisonniers et des offres éphémères (dans la mesure du possible).
- Bien que la sécurité soit devenue la principale préoccupation des clients, la qualité et l'hospitalité demeurent essentielles. Les mets délicieux et le service chaleureux ne se démodent jamais.
- Nouvelle perspective: n'oubliez pas que rien n'est assuré même lorsque toutes les restrictions sont levées, budgetez bien, renforcez vos relations avec vos fournisseurs, votre équipe et continuez à fidéliser vos clients. Soyez prêt à tout dans cette nouvelle normalité.

## Saveurs Incontournables et nouvelles

La dernière année les aliments réconfortants comme la pizza, hamburgers, le mac'n'cheese, la crème glacée, les bols de riz, et les pâtes ont eu la cote. La qualité est primordiale mais il est aussi important que vos plats se distinguent, pensez : présentation innovante, ajouts de saveurs uniques, et condiments aux saveurs du monde.



- La pizza régnera toujours en maître pour la livraison. Certains sont allés 'molto autentico' avec des tomates ancestrales, des aubergines grillées, du basilic frais, et la croûte parfaite, tandis ont opté pour les fusions en ajoutant des garnitures i telles que kimchi, la purée de pommes de terre, ou des mangues avec des piments du Chili.
- Le thé thaï, le gingembre et le matcha ajoutent une nouvelle dimension aux desserts glacés et aux flans et crèmes.
- Le nostalgique mac'n'cheese crémeux peut attirer les clients, mais ce sont les ajouts comme le broccolini noirci, le fromage brûlé ou gratiné, les oignons caramélisés et même les poppers au jalapeno et les croustilles Cheetos qui les feront en parler et revenir!
- Le fromage 'Pimiento' à tartiner, classique rétro du Sud, a explosé en popularité! Amusez-vous, préparez-le de vrais poivrons rouges rôtis et des fromages de qualité, incorporez du jus de cornichons, des piments forts, de l'ail rôti ou des oignons verts carbonisés.
- Essayez de mélanger des saveurs américano-chinoises aigres et sucrées du poulet kung pao ou General Tao avec des plats d'accompagnement comme du chou-fleur, des pommes de terre, des choux de Bruxelles, des gaufres/crêpes, des vinaigrettes, et des trempettes.
- Les sandwiches et burgers et de poulet, qu'ils soient à base de plantes ou de viande, sont d'excellentes ardoises vierges, empilez-y une multitude de légumes et de saveurs!



# Tendances

PRINTEMPS - 2021



## Définition évolutive du restaurant

Les nouveaux défis qu'ont posé la Covid-19 ont bouleversé et réorganisé la façon dont les entreprises de services alimentaires pensent, agissent et opèrent. À l'avenir, de nombreuses nouvelles possibilités d'améliorer ce qui fonctionne, de transformer les irritants et de créer de nouvelles sources de revenus non traditionnelles s'ouvrent aux restaurateurs.

- La livraison n'est pas nouvelle, mais elle est désormais omniprésente. La rationalisation et la mise à niveau sont un must et pas seulement pour le transport. Les produits pré-coupés et à valeur ajoutée, les solides relations avec les fournisseurs, les emballages responsables et les cuisines virtuelles/fantômes font tous partie de la nouvelle normalité.
- Les boîtes repas permettent aux convives d'assembler vos recettes en combinant des ingrédients de spécialité et des instructions de chef. Les abonnements à ces genres de boîtes ont monté en flèche.
- La responsabilité sociale va au-delà de vos clients et de la livraison. Les partenariats avec des organismes communautaires, des hôpitaux, maisons de soins et services d'éducation créent de nouvelles opportunités d'affaires tout en contribuant au bien commun.

## Les Tendances de l'heure

- Les saveurs brésiliennes
- Les plats pour emporter créatifs
- Les condiments aventureux
- Les champignons
- Les cocktails santé
- Les substituts de chanvre
- Les emballages éco-responsables
- Les cours virtuels donnés par des chefs
- Les aliments de la diaspora africaine
- Le Mezcal
- Les hummus de crucifères
- Le plaidoyer politique
- Les rouleaux de nouilles de riz cuits vapeur
- Le chou cavalier
- Les expériences d'occasions spéciales
- Les patates douces
- Les emplois équitables
- Les fèves gourganes
- Les cuisines fantômes 2.0
- Le gâteau au fromage brûlé basque
- Les petits groupes
- Le varech
- Les menus sans déchets
- Les gros déjeuners/brunchs
- La cuisine patrimoniale
- Les micro-pousses
- Les assiettes de charcuterie garnies
- Les restaurants locaux
- Les petits pains à la levure
- La marinade haïtienne 'epis'
- Les boîtes repas de restaurants
- Le souci de la nutrition
- Les plaisirs coupables (surtout végétalien!)
- Les repas à base de végétaux
- Les saveurs épicées
- Tik Tok
- Tout mariné
- Les recettes classiques

## 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.

## Répondre aux attentes post-pandémiques

Beaucoup de choses ont changé au cours de la dernière année, en particulier les désirs et les besoins des clients. L'industrie de la restauration se prépare à réouvrir et ceux qui ont évolué seront les plus en mesure de réussir.

- 70% des personnes interrogées croient que le fait de manger au restaurant les aidera retrouver une certaine normalité. Encouragez un sentiment de fête, en toute sécurité.
- Personne ne veut entrer dans un hall bondé. Selon Seven Rooms, 83% des consommateurs éviteraient une salle d'attente bondée. Espacez les réservations et assurez-vous de prévoir suffisamment d'espace extérieur à cette fin.
- Les menus et modes de paiement sans contact demeureront les préférés. Si vous ne les avez pas mis en place ces, c'est le moment de le faire. Les codes QR, liens vers votre site Web et réservations numériques sont maintenant courants. Si les réservations ne s'appliquent pas à votre type de restaurant, essayez les listes d'attente virtuelles de la maison ou dans le stationnement pour éviter les regroupements et longues files.
- Communiquez, encore et encore, via courriel et médias sociaux avec des sondages, des questionnaires pour évaluer les moindres besoins et attentes de vos clients afin qu'ils reviennent chez vous et n'oubliez pas d'y répondre et d'y donner suite dans la mesure du possible.
- Incluez votre image de marque et vos protocoles de sécurité sur toutes les plateformes virtuelles, encarts de livraison et dans les sacs à emporter ainsi que sur des panneaux éducatifs en salle et à l'extérieur.
- Mais, avant tout, assurez-vous que vos clients sachent que vous êtes ouvert!

### Sources:

Baum + Whiteman  
Datassential  
Eater  
Flavor and the Menu  
Fine Dining Lovers  
Foodable  
Food and Wine  
Food Dive  
Foodie

Food Industry Executive  
FoodNavigator-USA  
Foodservice Director  
FSR Magazine  
Nation's Restaurant News  
Perishable News  
QSR Magazine  
Restaurant Business  
The Culinary Edge



Pour en connaître davantage sur les produits Markon, contactez votre représentant des ventes | [markon.com](http://markon.com)