

Visez les étoiles

Le renouveau des
plats à emporter

TORK

Think ahead.

Le renouveau des plats à emporter

Si le secteur de la restauration dans son ensemble a été en perte de vitesse à cause de la pandémie de Coronavirus, deux segments ont connu une hausse d'activité : la livraison à domicile et les plats à emporter. Des études concluent que cette tendance de consommation va perdurer.

Nous avons compilé les recherches les plus récentes et repris les bonnes pratiques de restaurants du monde entier pour vous aider à réinventer le service de plats à emporter et vous adapter à la nouvelle réalité.

25 % des personnes interrogées lors d'une enquête de [finedininglovers.com](https://www.finedininglovers.com) menée au Royaume-Uni, en France et en Italie ont déclaré avoir fait davantage appel aux services de livraison à domicile et de plats à emporter après que ce soit déclarée la pandémie et qu'ils continueront de le faire en situation normale.

Trois bons conseils pour repenser les plats à emporter



Élargissez et diversifiez l'offre de produits à emporter

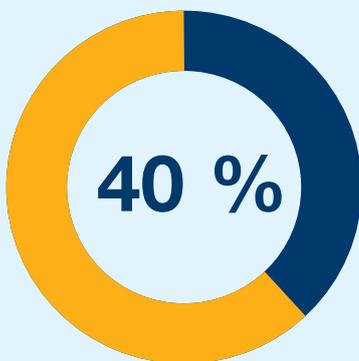


Réservez un espace dédié aux produits à emporter

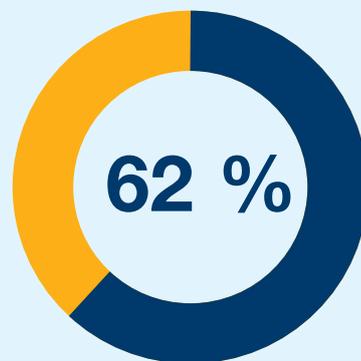


Mettez les clients en confiance au travers d'une communication rassurante

Les nouvelles habitudes des consommateurs bousculent le secteur de la restauration

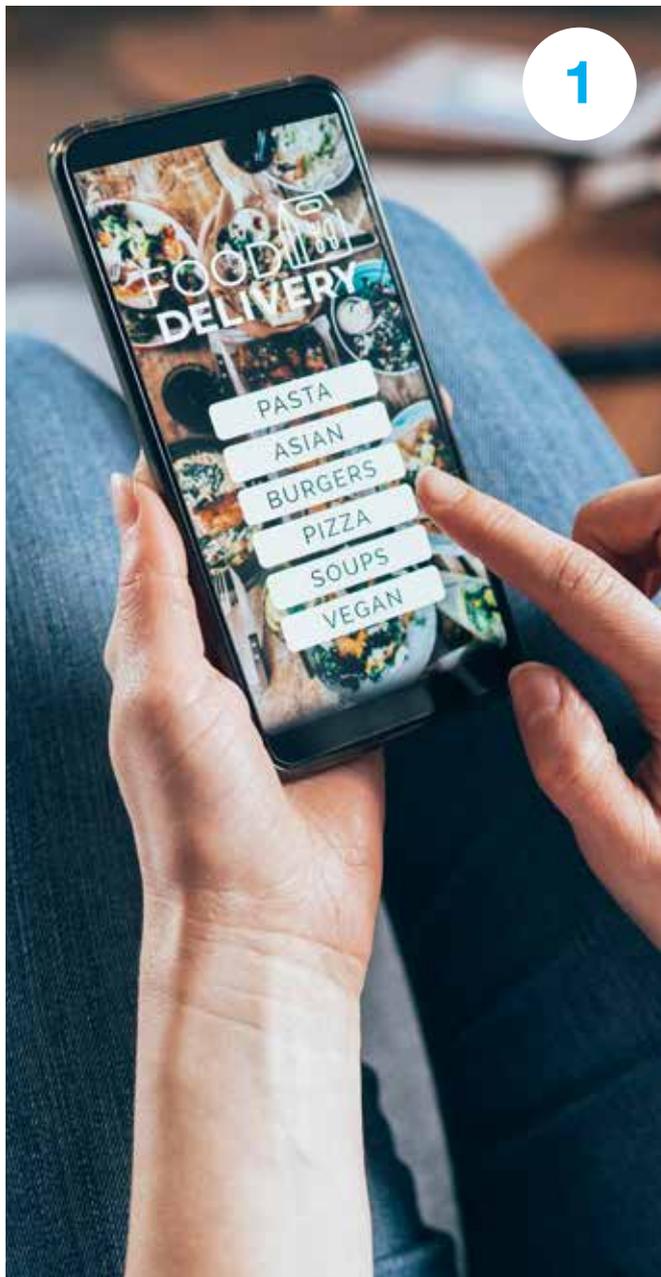


Plus de 40 % des consommateurs américains sont plus enclins à récupérer leur commande au drive, acheter des plats à emporter ou recourir à la livraison à domicile, même s'ils ont la possibilité de prendre une table au restaurant*.



62 % des gérants ont instauré ou prévu d'instaurer des espaces dédiés aux plats à emporter dans le cadre de leurs initiatives de réorganisation*.

* D'après une étude menée en mai 2020 par Technomic, grande agence internationale implantée à Chicago, spécialisée dans les études de marché concernant les professionnels de la restauration.



Élargissez et diversifiez l'offre de produits à emporter

Les règles de distanciation sociale font changer les habitudes alimentaires des consommateurs, qui tendent généralement vers des solutions plus saines et plus sûres*. Cela représente une formidable opportunité d'attirer de nouveaux clients tout en fidélisant les anciens. Si vous ne proposez pas encore de produits de restauration à emporter, sachez que c'est le bon moment pour sauter le pas et décupler ainsi vos sources de revenus.

À court terme, veillez à proposer un service qui s'avère pratique, abordable et rapide aux yeux de la clientèle en proposant des plats et boissons à emporter, à récupérer au drive ou à se faire livrer à domicile, qui soient :

- simples
- sains
- faciles à transporter

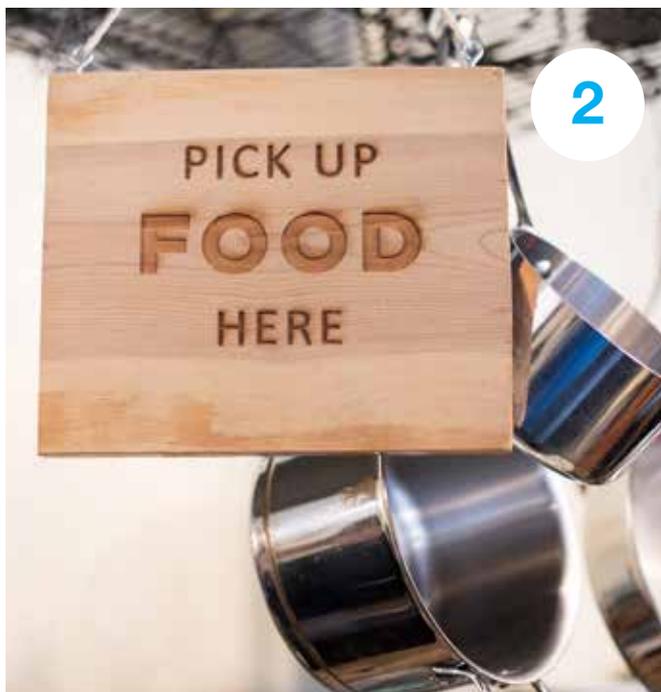
Songez à innover :

- Le Timothy O'Toole's Pub à Chicago élabore déjà des kits livrés à domicile pour concocter ses repas chez soi, kits appelés « makeaway ». L'établissement prévoit d'y inclure des produits de première nécessité, comme du pain emballé et du papier toilette.
- Le restaurant italien Erba Brusca, à Milan, propose des kits repas généreux et riches en légumes à partir d'ingrédients venant de producteurs locaux.

Bref, regardez ce qu'il est possible de faire, essayez d'innover et veillez à informer vos clients des actualités et nouveautés de votre établissement.

*Source : enquête FMCG Gurus Sustainability Survey, avril 2020





Réservez un espace dédié aux produits à emporter

Devant la popularité croissante des repas à emporter, les restaurants doivent proposer à leurs clients des options de restauration plus sûres et plus pratiques leur évitant de toucher des surfaces à risque et les mettant davantage en confiance.

Songez à bien séparer l'espace avec les tables de l'espace où se trouveront les produits à emporter, afin d'éviter que les espaces communs ne soient bondés. Vous pourriez par exemple aménager des espaces cuisine modulaires suffisamment souples pour présenter une nouvelle gamme de produits de restauration rapide dans une carte condensée, sans compter que vous limiterez les risques de contamination croisée.

Mettez les clients en confiance au travers d'une communication rassurante

Présentez à vos clients et à votre personnel les mesures que vous prendrez pour rendre votre restaurant plus sûr et plus hygiénique. Communiquez vos nouvelles offres et la démarche suggérée aux clients pour adhérer aux principes de précaution.

Faites un briefing à votre personnel concernant les produits à emporter et les protocoles de livraison ainsi que le rôle que chacun devra jouer. Indiquez au personnel travaillant en cuisine comment prendre et préparer les commandes. Veillez à ce que les serveurs sachent comment manipuler les plats en éliminant tous les risques. Pour faire en sorte que tout se déroule parfaitement de A à Z, sachez impliquer et motiver vos employés.

Prenez soin d'informer vos clients des changements qui s'opéreront dans votre restaurant, de sorte qu'ils puissent se préparer mentalement et savoir quoi faire. Par exemple, les restaurants McDonald's d'Arnhem aux Pays-Bas ont placé au sol, à l'extérieur, de grands disques instaurant une distance de sécurité de deux mètres entre les clients qui attendent, ainsi que des autocollants invitant ces clients à sourire, mais de loin, pour la sécurité de tous. Autre pratique largement préconisée pour rassurer les clients via une communication efficace : refermer les sacs de produits à emporter avec un scellé marqué de votre logo.



Trois conseils simples



Enrichissez votre offre de restauration avec des produits simples, sains et faciles à transporter.



Séparez l'espace de restauration assise et l'espace de vente à emporter.



Mettez vos clients en confiance par le biais d'une bonne communication et prenez des initiatives, par exemple fermer les sacs de produits à emporter avec des scellés marqués avec votre logo, pour montrer que vous vous souciez de la sécurité de votre clientèle.