

Depuis un peu plus d'un an, plusieurs centres commerciaux du Québec ont entrepris de transformer leur aire de restauration. Les gestionnaires délaissent petit à petit les traditionnelles rangées de chaises plutôt inconfortables et l'alignement classique de comptoirs de restauration minute. L'aire de restauration se veut désormais un endroit lumineux qui attire la clientèle par la qualité de sa nourriture et son ambiance, voire son animation, au point où elle pourrait même devenir une destination. Survol de ce qui se fait ici et ailleurs.

Les aires de restauration changent d'air...

PAR MARIE-CAROLE DAIGLE



Croquis de la future aire de restauration de Laurier Québec.

La nouvelle Zone Bouffe
de la Pyramide et été
réaménagée par la firme de
design Camdi.
Illustration : Camdi



MENU REVISITÉ, PRIX TOUJOURS ABORDABLES

« La clientèle d'aujourd'hui aime avoir du choix, affirme Stéphan Landry, directeur du centre commercial Laurier Québec (Ivanhoé Cambridge), à Sainte-Foy. Les repas santé comme les salades et les roulés (*wraps*) sont très demandés, surtout par les travailleurs qui viennent ici régulièrement. D'un autre côté, ces considérations ont un peu moins d'importance pour les personnes qui font une virée de magasinage occasionnelle; celles-là ont plus envie de "se gâter". Le dénominateur commun, c'est cependant la fraîcheur du produit, car ce n'est pas parce que nous vendons de simples hamburgers que ceux-ci ne doivent pas être frais ! » Notons que Laurier Québec a annoncé en avril un investissement de 18 millions de dollars dans un vaste projet de rénovation de son aire de restauration.

Le tout sera terminé à la fin de 2016. « La transformation actuelle doit aller au-delà de l'offre alimentaire », souligne de son côté Sylvain Gilbert, PDG et propriétaire du centre commercial La Pyramide, à Sainte-Foy. Ce centre commercial vient d'investir 5 millions de dollars dans le réaménagement de son espace central situé au rez-de-chaussée, rebaptisé Zone Bouffe.

Quels sont les premiers constats jusqu'à présent ? L'offre étant davantage diversifiée, les gens viennent plus souvent, car ils ont l'impression de fréquenter chaque fois un nouvel endroit. Parallèlement, on a créé une nouvelle ambiance branchée en proposant un décor épuré, mais doté de services répondant très bien aux besoins de la vie d'aujourd'hui : WiFi, prises de recharge pour iPad, iPod, ordinateur portable, etc. « Un *lounge* confortable muni de fauteuils, de lampes sur pied et de tables basses sera aussi bientôt aménagé pour satisfaire la demande de la clientèle qui souhaite s'y détendre ou travailler », précise Pierre Brousseau, président de Camdi, firme responsable du nouvel aménagement.

« Malgré tous les changements à divers niveaux apportés à l'aire de restauration, celle-ci doit continuer de pratiquer des prix raisonnables »

Sylvain Gilbert.



Illustration : Laurier Québec

LE DÉFI DE L'ANIMATION DANS UNE AIRE DE RESTAURATION

Attirer plus de gens, quelle que soit l'heure de la journée, c'est bien, mais le faire sans mettre en place de nouvelles installations qui nuisent à la visibilité des concessionnaires, c'est mieux !

« Nous avons pris soin de ne pas bâtir une scène permanente et de garder un bon dégagement qui ne nuit pas à la visibilité des commerçants », précise Stéphan Landry de Laurier Québec.

Depuis juin 2015, les restaurants du nouvel Espace Gourmet des Galeries de la Capitale n'utilisent plus de vaisselle jetable.

Photo : Galeries de la Capitale



RENTABILISER L'ESPACE

« Quand nous nous sommes penchés sur le projet de rénovation, l'espace consacré à notre aire de restauration commençait à afficher une certaine saturation, relate Stéphan Landry. En fait, l'affluence affichait une forte croissance à l'heure du lunch, en raison surtout de la clientèle provenant des tours de bureaux avoisinantes. La majorité de ces clients sont pressés et souhaitent pouvoir manger en moins d'une heure, explique-t-il. Il y avait donc une certaine logique d'augmenter notre capacité d'accueil, ce qui sera fait puisqu'elle passe de 1300 à 1434 places assises, mais nous gardons à l'esprit qu'une autre partie de notre clientèle souhaite pour sa part avoir la possibilité de fréquenter des restaurants avec service aux tables. »

Les nouvelles installations ont donc tout ce qu'il faut pour être rentabilisées tout au long de la journée. Il reste que la grande révolution surviendra sur le plan de l'animation de l'espace. Quoiqu'il en soit, c'est bien ce que certains préparent...

« Nous serons le premier centre commercial au Québec à nous doter d'une zone événementielle, déclare Stéphan Landry. Nous avons déjà commencé à expérimenter l'utilisation d'une scène dans l'espace actuel, mais nous n'avions pas vraiment de calendrier d'animation annuel. Il y a pourtant un excellent potentiel de croissance certains soirs. Nous avons donc prévu l'intégration, notamment, d'une scène démontable et d'un écran géant. Nous y présenterons une diversité d'activités artistiques où nous ferons découvrir le talent de notre jeunesse, par exemple en collaboration avec des écoles de musique ou de cirque. L'idée, c'est d'inciter les gens à modifier leur comportement du jeudi et du vendredi soir afin de maximiser l'occupation, quelle que soit la plage horaire. »

TENDANCE VERTE

Développement durable oblige, les aires de restauration changent aussi de couleur... pour passer de plus en plus au vert ! Ainsi, au Centre Rideau d'Ottawa dont la rénovation s'est terminée l'année dernière, tous les aliments sont servis dans des contenants réutilisables et nettoyés dans une laverie collective. Cette propriété de Cadillac Fairview devient ainsi la seule aire de restauration d'Ottawa à offrir des services d'arrière-cuisine permettant à ses clients d'utiliser des assiettes, tasses et verres véritables ainsi que des ustensiles en métal. « Une telle innovation rehausse grandement l'expérience du consommateur », affirme Cindy VanBuskirk, directrice générale du Centre Rideau.

On note une situation similaire à l'Espace Gourmet des Galeries de la Capitale ouvert en juin 2015. Là aussi, fini les contenants jetables tristounets : la nourriture est servie avec des ustensiles en métal et dans des assiettes, verres et tasses en mélamine super design. Le tout est ensuite nettoyé dans une laverie superperformante. « Le gain environnemental est réel, puisque notre installation permet de laver 14 000 morceaux à l'heure avec 94 gallons d'eau, précise Annie Champagne, directrice du marketing. Cela donne une moyenne de seulement 2 cuillerées à thé d'eau par morceau. »

Pour ce qui est du traitement des ordures, plusieurs centres commerciaux ont décidé de tourner le dos au tri à la source, devenu difficile à gérer. Aux Galeries de la Capitale, par exemple, les clients déposent leur plateau sur un comptoir où le personnel répartit ensuite les matières dans trois bacs : papier, compost et ordures. Les établissements qui adoptent cette mesure restent tout à fait respectueux de l'environnement. L'instauration d'un tel centre de tri sur place vise en effet un taux de récupération élevé, par exemple de 80 % en 2016, à Laurier Québec. « Cette façon de faire nous assure de diriger des matières conformes vers les centres de valorisation », précise Stéphan Landry.

Voilà qui démontre bien que, quand on veut respecter de nouvelles normes d'exploitation en matière de développement durable, plusieurs chemins peuvent mener à Rome !



Laverie (haut) et comptoir de tri (bas) de l'Espace Gourmet des Galeries de la Capitale.

CAVAVIN

CELLIERS + ESPACES VIN

Cavavin est depuis 1981 le chef de file canadien de la fabrication et de la distribution de celliers de service et de garde. Cavavin est reconnue pour la qualité de ses celliers et refroidisseurs, l'étendue de son offre de produits et son service après-vente. Elle offre aujourd'hui un large éventail de produits: Refroidisseurs, centres de breuvages, celliers de service, celliers de garde (conservation), climatiseurs de cave, distributeur de vin au verre et autres produits pour combler tous les besoins, tous les goûts et tous les budgets.

NOUVEAUTÉS WINE EMOTION

système distributeur de vin au verre

- LA DURÉE DE VIE D'UNE BOUTEILLE OUVERTE PEUT ATTEINDRE 30 JOURS

- ÉLIMINE LES PROBLÈME DE :

- Surremplissage des verres
- Gaspillage des bouteilles ouvertes
- Renversement
- D'oxydation rapide
- Mauvaise température de service



CELLIERS SUR COMMANDE

SÉRIE MAJESTIKA:

- Un large choix de finitions s'agencant à tous les décors
- Meubles en bois style contemporain ou traditionnel (essence au choix)
- Cabinet tout en acier inox
- Peut être encastré
- Approuvés CSA

COLLECTION SOFISTIKA:

Cellier de conservation unique aux côtés vitrées et technologie intégrée (application)

Lancement au printemps 2016

Majestika en noyer



Sofistika (Printemps 2016)



Majestika en inox

AVANTAGE: GARANTIE

Que ce soit pour une utilisation commerciale ou résidentielle, les garanties CAVAVIN demeurent les mêmes.

Classika: 1 an pièces / main-d'œuvre 3 ans compresseur
Sublima: 2 an pièces / main-d'œuvre 5 ans compresseur
Majestika: 2 an pièces / main-d'œuvre 3 ans compresseur

Service amélioré: Formulaires et guide de dépannage en ligne, centre d'appel pour support aux consommateurs et aux techniciens, réseaux pancanadien de techniciens, et plus encore.



Chez Eataly Chicago, les espaces de restauration côtoient les étalages de boulangerie, de charcuteries et de fromages italiens (pour ne nommer que ceux-là).

COUP D'ŒIL À L'INTERNATIONAL

Ailleurs dans le monde, le *food court* se réinvente carrément. Il y en a même un chez Fauchon, place de la Madeleine à Paris ! Tel qu'il se présente maintenant à l'international, ce type d'endroit se rapproche plus du concept de marché-restaurant. Le réputé Eataly, par exemple, est maintenant présent à New York, Chicago et bientôt Boston. Cette chaîne, qui comprend aussi des boutiques d'épicerie fine, vante dans ses promotions le fait qu'il est facile de se restaurer rapidement dans un Eataly puisque « nous cuisons les ingrédients que nous vendons ». Et c'est tout à fait vrai ! Le poisson qui y est servi, par exemple, ne peut être plus frais : le produit qui est grillé, saisi ou servi en tartare au client est aussi en vente sous ses yeux à l'état brut ! On est loin de la traditionnelle croquette-de-poisson-générique-surgelée-trop-salée-panée...

À Chicago, l'enseigne FoodEase Restaurant Market propose dans un même lieu épicerie, table à salades, comptoir de soupes, sandwicherie, table de sushis, service de plats chauds et pâtisseries sans colorant artificiel, ces produits étant toujours frais du jour. Le service s'apparente au concept de restauration-minute qui convient aux gens pressés, mais la nourriture est marquée par la qualité et sa provenance est aussi locale que possible. On peut même y choisir parmi une douzaine de vins offerts au verre pour accompagner un filet de porc farci aux canneberges !



Photo : Foodease

« Chez Foodease, nous souhaitons nous démarquer comme un restaurant-marché plutôt que comme une épicerie. Nous servons de la nourriture digne d'un restaurant et avons créé le design et le concept de l'endroit justement en phase avec cette culture de restauration »

Marc Jacobs, vice-président et partenaire exécutif de Foodease