

# ÉTUDE DE MARCHÉ - PLATEAU-EST -

Septembre 2013



**cdec**  
CENTRE-SUD /  
PLATEAU MONT-ROYAL

DANS  
PLATEAU-EST

**ENTREPRENEURS  
AUDACIEUX  
RECHERCHÉS**

La CDEC Centre-Sud / Plateau Mont-Royal bénéficie du soutien financier de :



CDEC Centre-Sud / Plateau Mont-Royal  
3565, rue Berri, bureau 200  
Montréal (Québec) Canada H2L 4G3  
T / 514 845 2332  
F / 514 845 7244  
[www.cdec-cspmr.org](http://www.cdec-cspmr.org)

#### Utilisation du masculin

Dans ce document, l'utilisation du masculin pour désigner les personnes a comme seul but d'alléger le texte et identifie sans discrimination les individus des deux sexes.

# SOMMAIRE

Mise en contexte .....	5
I. Présentation de l'étude de marché.....	7
II. Méthodologie.....	8
A. Observation de terrain .....	8
B. Etude documentaire.....	8
C. Etude de la demande .....	8
III. Principaux résultats .....	9
A. Le territoire : Le Plateau-Est.....	9
1. Développement et dynamique du quartier.....	10
2. Portrait sociodémographique du Plateau-Est .....	10
3. Portrait économique du Plateau Est .....	14
4. L'Achalandage du quartier .....	16
B. Le marché des services de restauration « rapide ».....	18
1. Identification du marché .....	19
2. Le marché québécois.....	19
3. Le marché montréalais – à utiliser avec précautions .....	23
4. La demande : les tendances alimentaires .....	24
5. La concurrence .....	25
C. Tailles du marché potentiel.....	26
1. Taille du marché potentiel des résidents.....	26
2. La taille du marché potentiel des travailleurs .....	27
3. Le marché potentiel : analyse des résultats du sondage .....	28
4. La clientèle cible .....	39
D. La concurrence locale.....	39
IV. Idées inspirantes.....	43
A. Cuisine de rue.....	43
B. Un restaurant de type cafétéria.....	43
C. Un restaurant de type buffet .....	43
D. Commerce avec un comptoir de produits prêts à manger et/ou sandwich rapide faits sur place	
44	

V.	L'environnement externe du futur commerce – <i>analyse des opportunités et des menaces</i> .....	45
1.	Opportunités .....	45
2.	Menaces .....	45
VI.	Perspectives & synthèse.....	46
1.	Territoire.....	46
2.	Marchés.....	46
3.	Taille du marché potentiel .....	46
4.	Données clé extraites du sondage – les travailleurs .....	47
5.	Données clé extraites du sondage – les résidents.....	47
6.	Offre existante / concurrence .....	48
7.	Idées inspirantes.....	48
VII.	Bibliographie.....	50
VIII.	Annexes .....	52
	Annexe 1 : Sondage destiné aux travailleurs .....	53
	Annexe 2 : Sondage destiné aux résidents .....	55
	Annexe 3 : Données de consommation pour le secteur Est du Plateau Mont-Royal.....	57

## MISE EN CONTEXTE

### ENTREPRENEURS AUDACIEUX RECHERCHÉS : UN APPEL À PROJETS NOVATEUR !

Cet automne, la Corporation de développement économique et communautaire Centre-Sud / Plateau Mont-Royal (CDEC CS-PMR) souhaite innover en lançant un appel à projets. Projet pilote cette année, l'objectif sera de réitérer un appel tous les ans.

Plus précisément, tout en s'inspirant de concours d'entrepreneuriat lancés par d'autres organismes de développement économique, la CDEC propose une démarche novatrice. En effet, plus ciblé qu'un simple concours, cet appel à projets permettra d'accompagner techniquement et financièrement un entrepreneur dans l'ouverture de son entreprise ou de son commerce au sein d'un quartier préalablement déterminé. Au-delà de l'accompagnement, la CDEC désire faciliter la tâche des aspirants au concours en leur fournissant une étude de marché. A travers cette étude, elle entend **promouvoir les opportunités d'affaires** afin d'atteindre au mieux les **trois principaux objectifs** de cet appel à savoir :

- **Répondre aux besoins du milieu ;**
- **Stimuler l'entrepreneuriat ;**
- **Revitaliser le quartier.**

Pour cette première édition, deux quartiers ont été choisis : le Plateau-Est et Sainte-Marie. Une étude de marché a été réalisée pour chacun d'entre eux. Ce document fait état de l'étude de marché conduite pour le quartier du Plateau-Est. Elle est principalement axée sur les services de restauration. En effet, le manque de service de restauration pour les travailleurs à l'heure du lunch a été ressenti dans le quartier. L'étude de marché a voulu confirmer l'existence de ce besoin ainsi que d'un marché suffisant pour l'ouverture d'un commerce y répondant. Pour autant, cette étude n'est pas uniquement destinée aux répondants à l'appel à projets. Elle rend compte d'informations susceptibles d'intéresser d'autres promoteurs dans la mesure où sont également présentés les caractéristiques du territoire et de sa population.



## I. PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

A travers notamment l'étude économique de la zone d'emploi réalisée en 2012, le besoin d'un service de restauration à l'heure du lunch pour les travailleurs a été mis en relief. La présente étude va permettre de valider ce besoin tout en vérifiant si d'autres opportunités existaient :

- Les résidents sont-ils également intéressés par un service de restauration ?
- La demande est-elle présente pour d'autres plages horaires ?

Réalisée en 5 mois, cette étude de marché s'est voulue mobilisante dès le début afin d'appréhender de la façon la plus juste les besoins territoriaux tout en créant un climat d'effervescence autour de l'appel à projets final.

Après un bref exposé de la méthodologie employée, l'étude de marché rend compte de ses principaux résultats qui ont trait :

- au territoire et à ses caractéristiques ;
- au marché visé soit celui de la restauration ;
- à la demande locale ;
- à la concurrence locale.

Ces résultats permettent de mettre en exergue les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces d'un projet visant à répondre à ce besoin. En découlent les stratégies optimales à adopter.

## II. MÉTHODOLOGIE

Afin de répondre à ces objectifs, un protocole méthodologique a été mis en place. Présenté brièvement ci-après, il s'appuie à la fois sur des volets quantitatifs et qualitatifs.

### A. OBSERVATION DE TERRAIN

Une observation de terrain a été organisée dans l'optique de s'approprier le terrain d'étude et d'en saisir les enjeux. Ce moment a permis de saisir en autres les facteurs expliquant l'existence de besoins insatisfaits, de percevoir l'offre commerciale du quartier, les « concurrents » directs ou indirects potentiels ainsi que le comportement de la clientèle cible (les travailleurs).

### B. ETUDE DOCUMENTAIRE

L'étude documentaire est incontournable pour mettre en lumière deux types d'informations. D'une part, elle permet d'étudier les caractéristiques du Plateau-Est, de ses résidents et de ses travailleurs. D'autre part, elle informe quant au marché cible visé par le projet, les tendances à l'œuvre au niveau québécois et montréalais dans le domaine de la restauration. La liste des documents étudiés se trouve dans la bibliographie.

### C. ETUDE DE LA DEMANDE

L'étude de la demande dans le Plateau-Est est une étape clé de la présente étude de marché. Un sondage destiné à la fois aux résidents et aux travailleurs a été mis en ligne sur le site de la CDEC. **Plus de 120 répondants ont donné leur avis.** Disponible en annexe, il comportait trois niveaux de questions :

- Comportements et habitudes d'achat ;
- Intérêt face au nouveau service ;
- Profil sociodémographique du répondant.

En plus de savoir si le service proposé répond à un besoin exprimé, le sondage permettra grâce au profil sociodémographique de percevoir les caractéristiques de la clientèle cible voire de segmenter la clientèle.

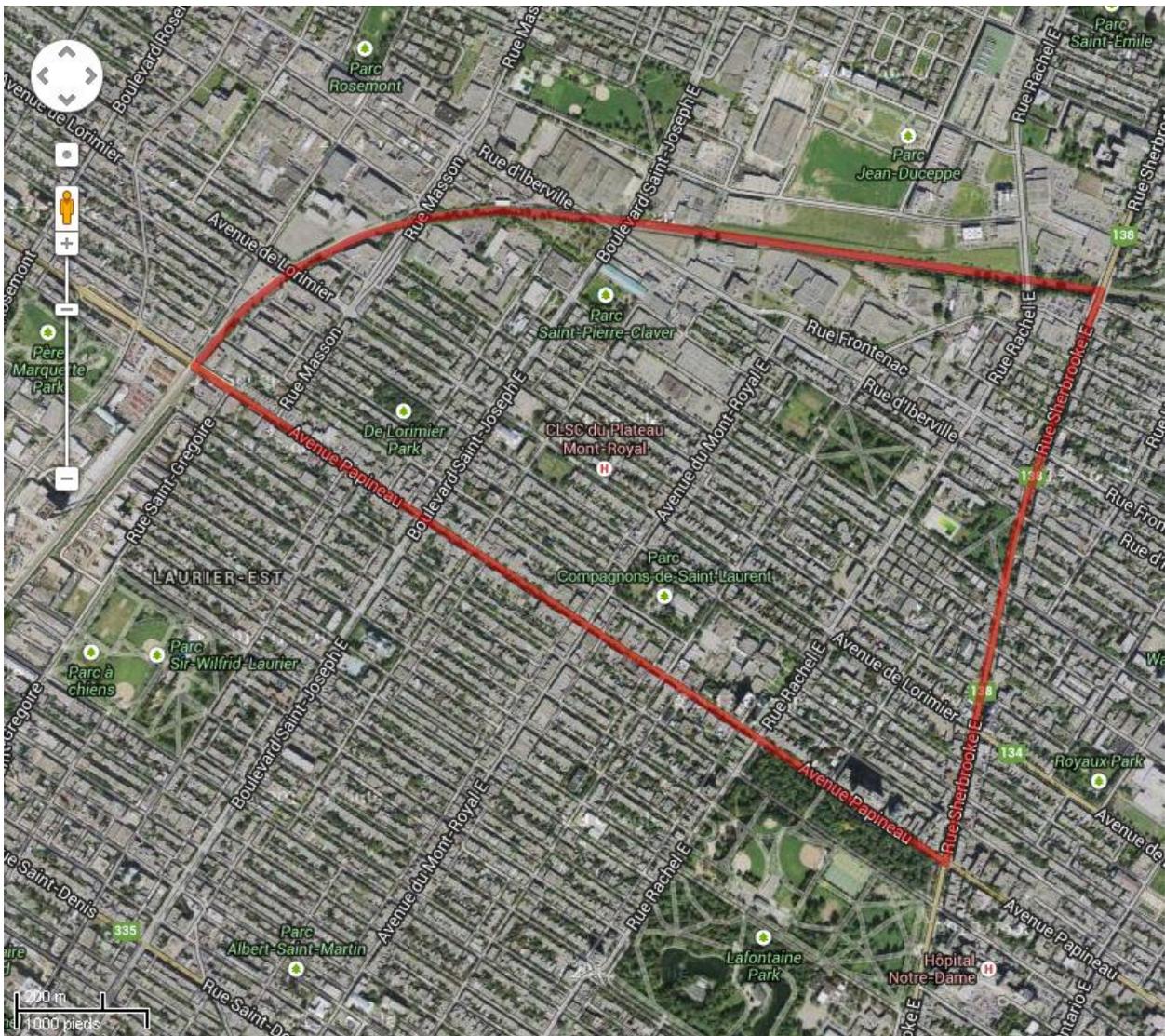
De plus, une page Facebook consacrée à l'appel à projets a été mise en place. Les personnes concernées et motivés par la démarche peuvent poster des commentaires et suggérer des idées en argumentant leurs propos.

### III. PRINCIPAUX RÉSULTATS

#### A. LE TERRITOIRE : LE PLATEAU-EST

Bordé par la rue Sherbrooke au sud, l'avenue Papineau à l'Est et par la voie de chemin de fer, le Plateau-Est se distingue de l'ouest du Plateau par de nombreux aspects : sociodémographique, économique... Quartier ciblé par notre appel à projets, ces principales caractéristiques seront présentés ici.

Figure 1 : Délimitation du Plateau Est



Source : Google Maps, données cartographiques 2013.

## 1. DÉVELOPPEMENT ET DYNAMIQUE DU QUARTIER

La CDEC CS-PMR tout comme l'Arrondissement du Plateau Mont-Royal est fortement interpellée par l'avenir de ce secteur. Son développement constitue d'ailleurs une priorité dans le cadre du Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE 2012-2015) de la CDEC.

Ces dernières décennies, l'extrémité est du Plateau Mont-Royal a connu une lente évolution différente de la zone située plus à l'Ouest. Le déclin des activités industrielles qui l'occupaient traditionnellement en grande partie a conduit à l'accueil de nouveaux types d'occupants tels des entreprises des secteurs créatifs, des artistes et de petites entreprises de fabrication spécialisée.

Plusieurs facteurs expliquent l'attractivité de l'est du Plateau pour les gens d'affaires, le principal semblant être son accessibilité. La présence de grands axes routiers (notamment les rues Frontenac et D'Iberville ainsi que l'avenue Papineau), la possibilité de se déplacer à pied ou à vélo et la proximité de secteurs centraux sont très appréciées des travailleurs. En outre, le faible coût des loyers et la possibilité de créer un milieu de vie, avec des commerces de proximité, sont également perçus comme des atouts de ce secteur.

La zone située au nord de l'avenue Mont-Royal a été identifiée pour le développement d'un Quartier vert, actif et en santé mis de l'avant par le Centre d'écologie urbaine de Montréal. Ce projet propose de repenser l'aménagement urbain de manière à y intégrer davantage de transport actif et de mesures de verdissement.

## 2. PORTRAIT SOCIODÉMOGRAPHIQUE DU PLATEAU-EST

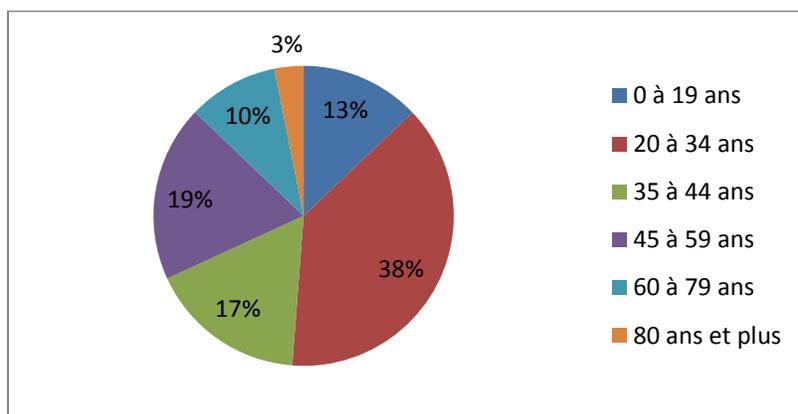
Le portrait sociodémographique du Plateau Est qui suit a été construit grâce aux données, les plus récentes possibles, de Statistiques Canada (données 2006 et 2012).

### Population – sexe – âge :

La population du Plateau Est s'élève en 2011 à 19 020 habitants soit une diminution 1,8 % entre 2006 et 2011. Durant la même période, la ville de Montréal enregistrait une hausse de 1,8 % de sa population, une dynamique contraire. Malgré tout, la densité de population représente toujours plus du double de celle de Montréal.

La population du quartier est équilibrée - environ 50 % de femmes et 50 % d'hommes. Au niveau des âges, **le Plateau Est compte beaucoup de jeunes adultes (20 – 34 ans)**, ils représentent 38 % de la population, contre 24 % à l'échelle de la ville. A l'inverse, la part des plus jeunes (0 – 19 ans) est bien plus faible – 13 % - qu'à l'échelle de Montréal – 20 % - ce qui laisse percevoir une faible présence de familles avec enfants. La même observation peut être faite pour les personnes plus âgées (plus de 60 ans) dont la part est plus faible dans le Plateau Est – 13 % - qu'à Montréal – 20 %.

**Figure 2 : Population du Plateau Est selon l'âge (2011)**



Source : Statistiques Canada, Recensement de la population, 2011.

En termes d'évolution, le nombre de personnes appartenant à ces deux dernières catégories a diminué entre 2006 et 2011 dans le Plateau Est alors qu'il augmentait au niveau montréalais. A priori, le quartier n'est pas très attrayant pour les familles et les personnes âgées.

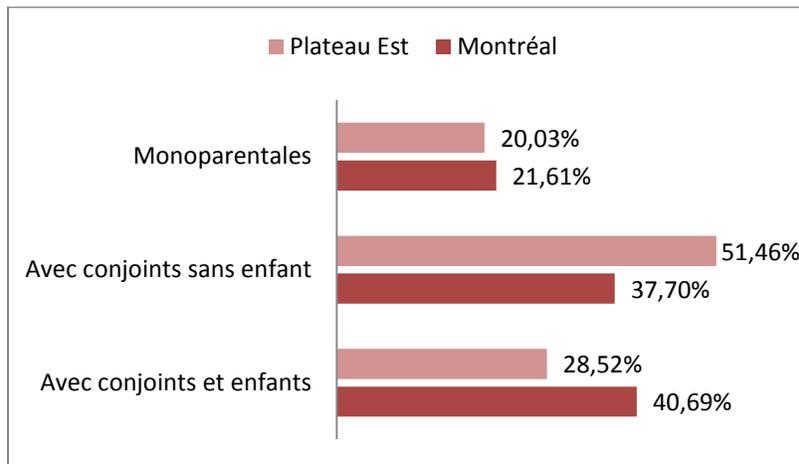
#### **Ménages :**

**Sur 10 635 ménages, 5 580 sont composés d'une seule personne soit 52,47 %**, une part en hausse par rapport à 2006. Cette part est en augmentation également à Montréal mais elle ne s'élève qu'à 40,69 % en 2011. Ceci s'explique notamment par la proportion importante de jeunes adultes dans la zone d'étude.

#### **Familles :**

La part de familles monoparentales est un peu plus faible dans le Plateau Est qu'à Montréal (20,03 % contre 21,61 %). **Le Plateau Est se distingue également de Montréal par l'importance des couples sans enfants (environ la moitié des familles) : seulement 28,52 % des couples de notre zone ont des enfants** contre 40,69 % de l'ensemble des couples montréalais. Toutefois, le nombre de couples avec enfants a augmenté plus rapidement dans le Plateau Est que dans l'ensemble de Montréal entre 2006 et 2011 (respectivement 3,69 % et 0,59 %).

**Figure 3: Caractéristiques des familles du Plateau Est (2011)**



Source : Statistiques Canada, Recensement de la population, 2011.

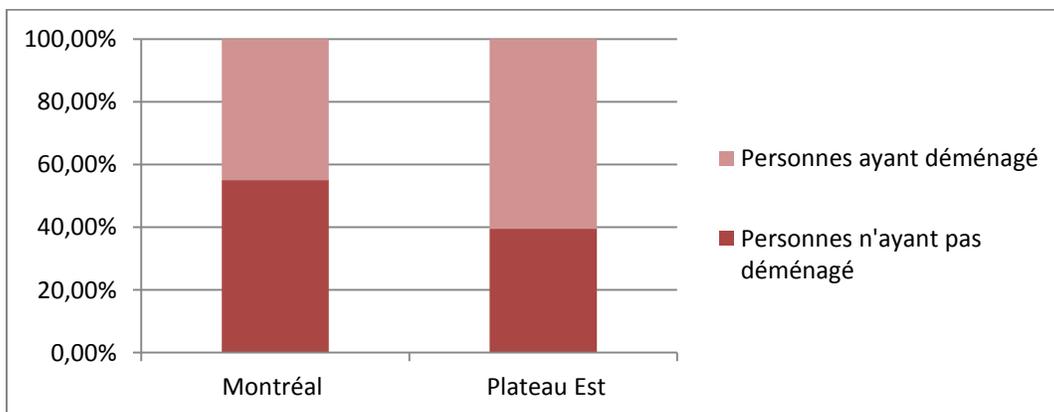
**Logements :**

Dans le Plateau Est, la grande majorité des ménages vit en appartement qu'il soit situé dans des immeubles de moins de cinq étages (regroupent 84,79 %) ou de plus de 5 étages (8,12 %). Une plus grande partie de l'ensemble des ménages montréalais habitent dans des maisons qu'elles soient attenantes ou non.

La répartition des logements selon la période de construction montre le développement ancien du Plateau Est ; plus de 40 % du parc de logements date d'avant 1946 alors que ce n'est le cas que pour 20 % des logements montréalais.

**Mobilité :**

**Figure 4 : Mobilité 5 ans auparavant des résidents du Plateau Est (2006)**



Source : Statistiques Canada, Recensement de la population, 2006.

La population montréalaise semble plus stable que la population du Plateau Est ; 60 % d'entre elle avait déménagé au cours des 5 années précédant 2006. À Montréal, 45 % des personnes avaient déménagé. Parmi les personnes ayant déménagé, un peu plus de 60 %, que ce soit à l'échelle du Plateau Est ou de Montréal, n'étaient pas des migrants c'est-à-dire qu'ils provenaient de Montréal. Pour ce qui est des migrants, dans le plateau Est, ils provenaient en majorité du Canada à 60 %.

En reprenant des chiffres plus globaux, en 2006, 9,15 % de la population du Plateau Est étaient des migrants provenant de l'extérieur du Canada.

### **Activité :**

**Tableau 1 : Activité dans le Plateau Est (2006)**

	<b>Plateau Est</b>	<b>Montréal</b>
<b>Taux d'activité</b>	78 %	63,54 %
<b>Taux d'emploi</b>	71,79 %	57,72 %
<b>Taux de chômage</b>	8 %	9,17 %

*Source : Statistiques Canada, Recensement de la population, 2006.*

Le taux de chômage de la population résidant dans le Plateau Est est plus faible que celui des montréalais. De plus, les taux d'activité (population en âge de travailler disponible sur le marché du travail) et d'emploi (population en âge de travailler possédant un emploi) sont beaucoup plus élevés dans le Plateau Est qu'à Montréal. Les inactifs y sont donc moins nombreux (retraités, étudiants...).

### **Revenus (données de 2006):**

Le revenu moyen de la population âgée de plus de 15 ans est d'environ 27 700 \$ dans le Plateau Est contre 30 117 \$ au niveau de Montréal. La population semble donc moins aisée ; cela peut provenir en partie de l'âge de la population (plus faible dans notre zone d'étude qu'à Montréal).

→ **La population résidente constituerait la cible secondaire du commerce dans la mesure où pour elle, l'offre en matière de restauration semble satisfaisante. Elle dispose en effet à proximité des commerces de l'artère commerciale de l'avenue du Mont-Royal. Il n'empêche que les résidents pourront permettre au commerce d'avoir des plages d'ouverture plus étendues, hors des horaires de présence des travailleurs. Il est donc important d'avoir saisi leurs principales caractéristiques.**

### 3. PORTRAIT ÉCONOMIQUE DU PLATEAU EST

Ce portrait économique s'appuie largement sur l'étude économique de la zone d'emploi du Plateau-Est<sup>1</sup> réalisée par la CDEC au printemps 2012. La zone d'emploi représente l'extrémité est en bordure de chemin de fer.

**Figure 5 : Concentration d'entreprises dans la zone d'emploi du Plateau Est**



Source : Étude économique de la zone d'emploi du Plateau Est, CDEC CS-PMR, 2012.

299 entreprises sont recensées dans la zone ce qui équivaut à **4591 emplois** (dont 16 % à temps partiel). Ces entreprises œuvrent dans des secteurs diversifiés parmi lesquels :

- Services professionnels, scientifiques et techniques – 85 entreprises ;
- Fabrication – 49 entreprises ;
- Arts, spectacle et loisirs – 26 entreprises.

Trois entreprises sont d'importants employeurs puisqu'elles offrent environ 400 emplois chacune, il s'agit du Centre de réadaptation Lucie-Bruneau, de la STM et de Staff Personnel. Toutefois, la majorité des entreprises compte moins de 5 employés.

<sup>1</sup> Pour en savoir plus, l'étude est en téléchargement en ligne : <http://www.cdec-cspmr.org/Etudes>.

En termes de localisation, **trois grands édifices**, situés plutôt au nord de notre zone d'étude, accueillent 127 entreprises :

- 29 entreprises sont situées au 5000 Iberville soit 665 emplois ;
- 50 entreprises sont situées dans l'édifice Fry Cadbury soit 220 emplois ;
- 48 entreprises sont situées dans le Centre industriel Rosemont soit 112 emplois.

La carte ci-dessous permet de visualiser la répartition géographique des employés de la zone.

**Figure 6 : Répartition des emplois dans la zone d'emploi du Plateau Est**



Source : Étude économique de la zone d'emploi du Plateau Est, CDEC CS-PMR, 2012.

Les 4 591 travailleurs présents dans le territoire constituent une clientèle potentielle non négligeable qui est d'ailleurs à l'origine de la présente étude de marché. En effet, nombreux sont généralement les travailleurs qui s'approvisionnent et fréquentent les commerces à proximité de leur lieu de travail (C.2. Le potentiel commercial généré par les travailleurs). Dans le cas présent, lors de l'étude réalisée par la CDEC, les employeurs ayant répondu au sondage ont fréquemment cité le souhait de voir plus de petits commerces de quartier pour animer le secteur. Parmi les types de commerce nommés, les services de restauration rapide sont nettement ressortis ; d'où le sentiment de la CDEC d'un besoin insatisfait et possiblement à combler.

Tous les niveaux de qualification sont représentés dans les emplois de la zone d'emploi du Plateau Est : du secondaire à l'universitaire en passant par le technique et le collégial. Il n'y a malheureusement pas de chiffres concernant les revenus de ces employés qui auraient pu révéler leur pouvoir d'achat. En revanche, l'étude réalisée par la CDEC éclaire sur le lieu de résidence des employés. Les 77 entreprises répondantes ont indiqué que :

- 30 % de leurs employés habitaient le Plateau Mont-Royal ;
- 31 % de leurs employés habitaient des quartiers limitrophes ;
- 15 % de leurs employés habitaient ailleurs à Montréal ;
- 23 % de leurs employés habitaient à l'extérieur de Montréal.

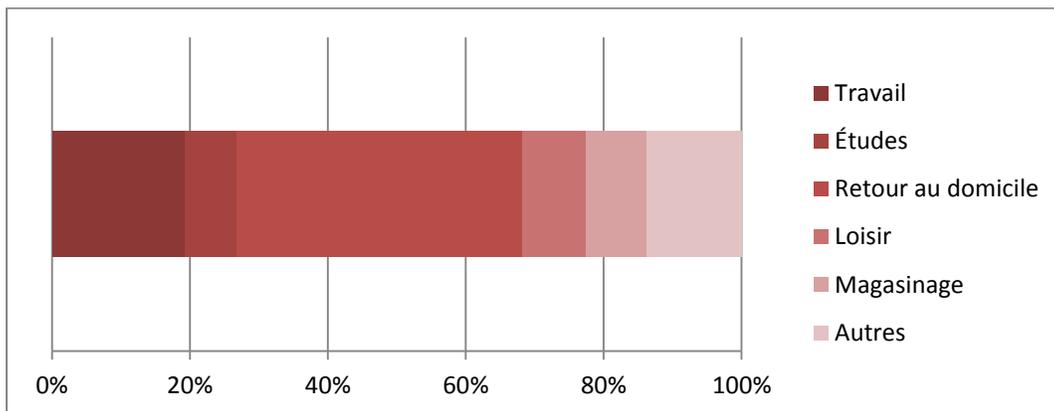
→ **La zone d'emploi étendue est située le long de la track de chemin de fer du Plateau Est accueille de nombreux travailleurs, cible principale de notre commerce.**

#### 4. L'ACHALANDAGE DU QUARTIER

Les données issues de l'enquête origine – destination 2008 réalisée par l'Agence Métropolitaine de Transports (AMT) révèlent l'achalandage du Plateau Est et ses caractéristiques. Les résultats présentés ci-dessous correspondent à une journée moyenne d'automne 2008.

D'après ces données, **en une journée, environ 53 900 personnes se rendent dans le Plateau Est.**

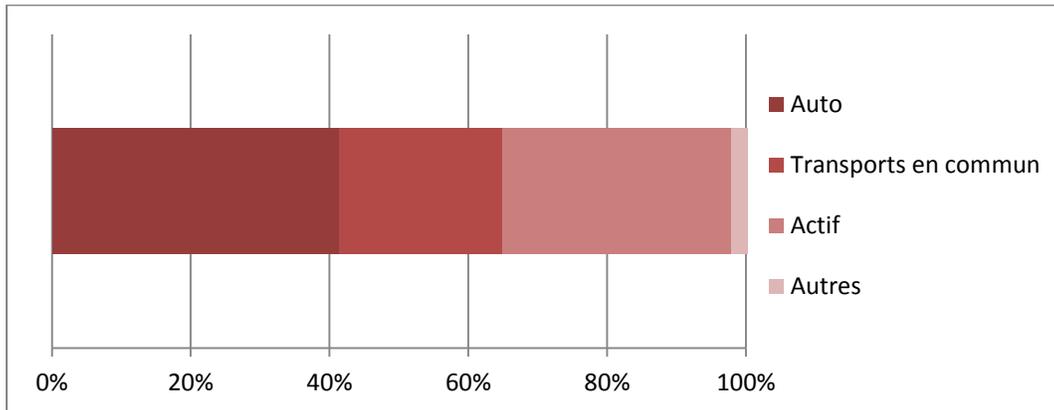
**Figure 7 : Motif des déplacements à destination du Plateau Est**



Source : Enquête O-D 2008, AMT.

**Deux motifs principaux expliquent les déplacements à destination du Plateau Est : 41 % des personnes (22 300) retournent à leur domicile et 19 % se rendent au travail (10 500).** Les autres déplacements sont ensuite quasiment équi-répartis entre les motifs secondaires.

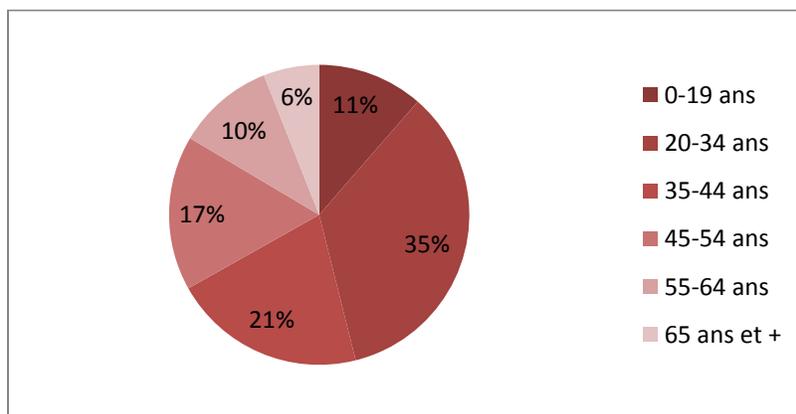
**Figure 8 : Mode des déplacements à destination du Plateau Est**



Source : Enquête O-D 2008, AMT.

Pour rejoindre le Plateau Est, **l'automobile est le principal mode de déplacement** – 41 % des personnes l'utilisent. Viennent ensuite le transport actif (utilisé par 33 % des personnes) et les transports en commun (23 %).

**Figure 9 : Âge des personnes à destination du Plateau Est<sup>2</sup>**



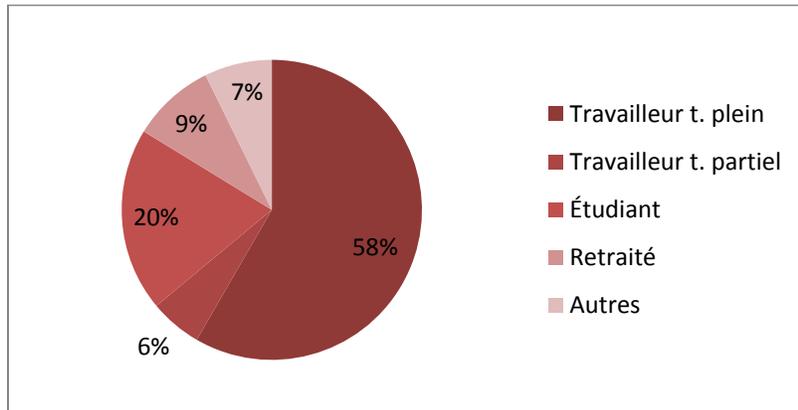
Source : Enquête O-D 2008, AMT.

Les personnes à destination du Plateau sont de tout âge bien que **la classe d'âge 20-34 ans domine** (35 % des personnes). Les jeunes (moins de 20 ans) et les personnes âgées à destination du Plateau Est sont peu nombreux – 17 % des personnes.

Lorsque l'on regarde où résident ces personnes à destination du Plateau Est, on voit que **13 % ne viennent pas de l'île de Montréal**, 6 % viennent de la rive-sud, 7 % de Laval et de la rive-nord. La grande majorité des personnes se rendant dans le Plateau Est – 87 % – résident donc à Montréal.

<sup>2</sup> Personnes ayant fait au moins un déplacement à destination du Plateau Est.

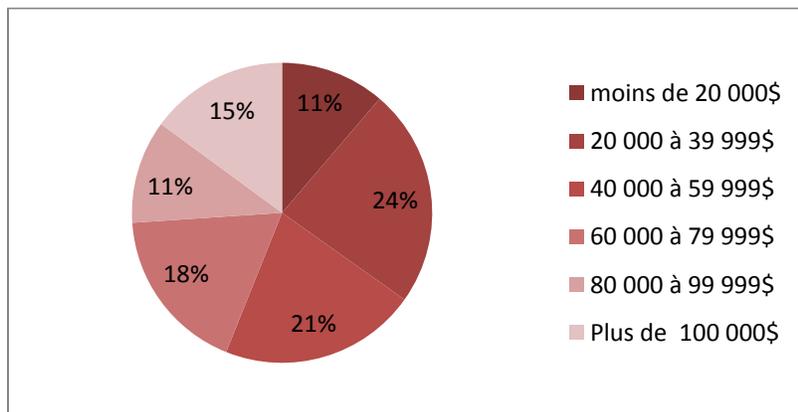
**Figure 10 : Statut d'occupation des personnes à destination du Plateau Est**



Source : Enquête O-D 2008, AMT.

Les **personnes « actives »** qu'elles travaillent à temps plein ou partiel représentent 64 % des personnes à destination du Plateau Est. Les **étudiants** sont également nombreux et représentent 20 % de ces personnes.

**Figure 11 : Revenu familial des personnes à destination du Plateau Est**



Source : Enquête O-D 2008, AMT.

Enfin, l'analyse des données ayant trait au revenu familial révèle que les personnes à destination du Plateau Est ont des **revenus familiaux très disparates**.

## **B. LE MARCHÉ DES SERVICES DE RESTAURATION « RAPIDE »**

Le principal objectif du commerce visé par cette étude de marché est de satisfaire les besoins des travailleurs de la zone d'emplois à l'heure du lunch. La clientèle résidente est une cible secondaire. Le commerce vendra donc a priori du prêt à manger. De fait, il se trouvera sur le marché des services de « *restauration rapide* ». Reste à identifier les tendances à l'œuvre sur ce marché, la demande ainsi que la concurrence.

## 1. IDENTIFICATION DU MARCHÉ

Le futur commerce, en proposant du prêt à manger, peut s'identifier à deux marchés existants et clairement définis par des codes SCIAN:

### – 7222 - Établissements de restauration à service restreint

*« Ce groupe 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 par téléphone) et 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. »* (Statistiques Canada)

### – 72233 - Cantines et comptoirs mobiles

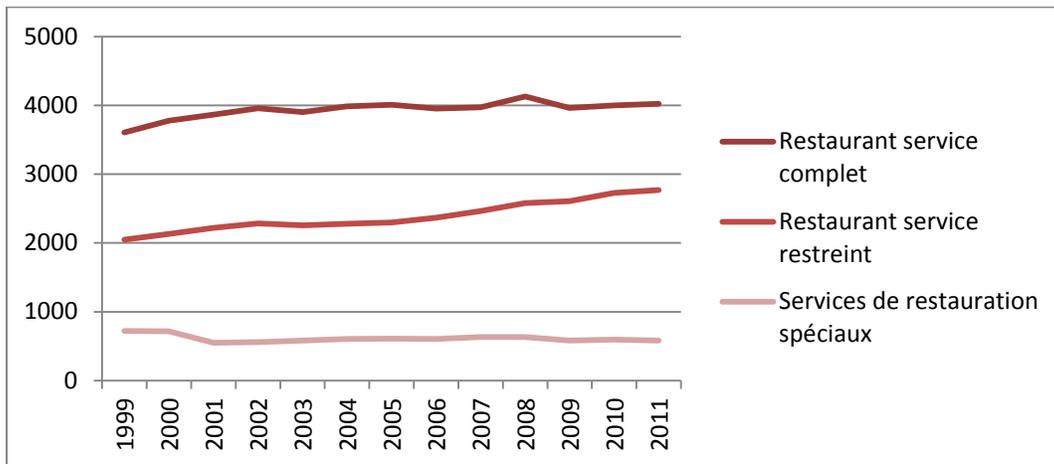
*« Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à préparer et à servir, à partir de véhicules à moteur ou sur des chariots non motorisés, des repas et des repas légers destinés à une consommation immédiate. »* (Statistiques Canada)

Cette classe appartient à celle des services de restauration spéciaux dans lesquels se trouvent également les entrepreneurs en restauration et les traiteurs. Il s'agit d'une classe hétérogène pour laquelle les chiffres sont plus nombreux que pour celle des cantines et comptoirs mobiles étant donné leur faible déploiement à l'heure actuelle.

## 2. LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS

Les chiffres disponibles pour comprendre les tendances et les spécificités du marché sont principalement issus du document « Profil et performance de la restauration québécoise » édité en 2012 par l'association des restaurateurs du Québec. Les marchés ciblés par cette étude de marché pourront être comparés au marché de la restauration « basique » c'est-à-dire avec service.

**Figure 12 : Évolution des ventes annuelles au Québec (en millions de \$)**

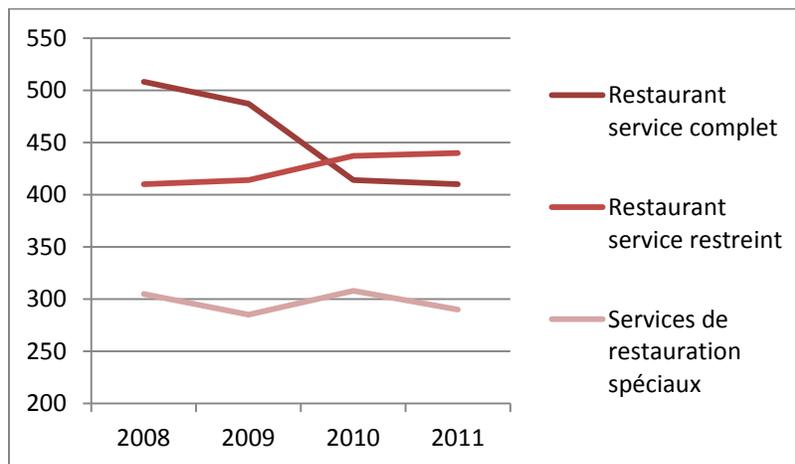


Source : Profil et performance de la restauration québécoise, Association des restaurateurs du Québec, 2012.

Même si les ventes annuelles des restaurants à service complet demeurent supérieures à celles des restaurants à service restreint, ces dernières ont augmenté sur la période 1999 – 2011 tandis que les premières stagnent depuis 2002. Quant aux ventes annuelles des services de restauration spéciaux (qui incluent les comptoirs et cantines mobiles), elles demeurent stables également sur la période.

→ Les ventes annuelles des restaurants à service restreint sont en croissance.

**Figure 13 : Évolution des ventes annuelles réelles moyennes par établissement au Québec (en milliers de \$)**



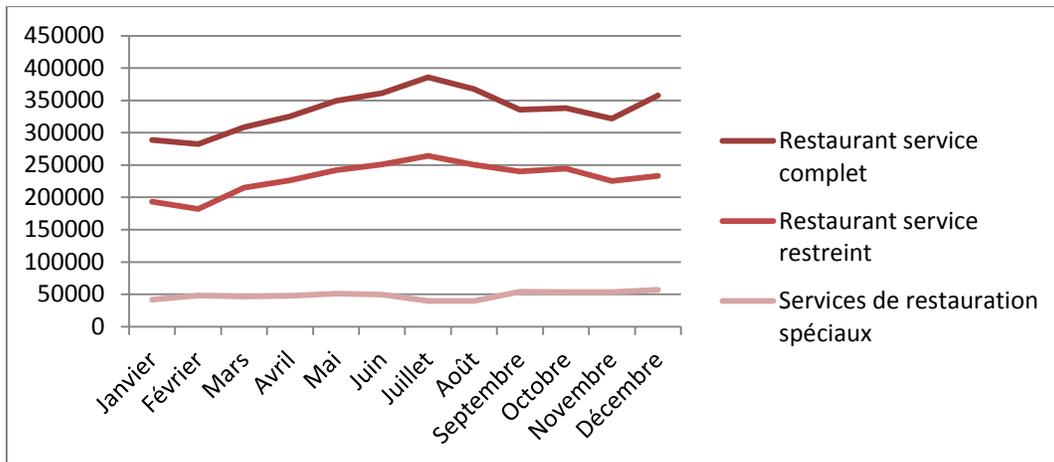
Source : Profil et performance de la restauration québécoise, Association des restaurateurs du Québec, 2012.

Les ventes annuelles réelles moyennes par établissement de services de restauration spéciaux sont relativement stables entre 2008 et 2011. Sur la même période, celles des restaurants à service restreint augmentent tandis que celles des restaurants à service complet diminuent. De fait, depuis 2010, les restaurants à service restreint font individuellement en moyenne plus de ventes annuelles que les restaurants à service complet.

En 2011, un restaurant à service restreint faisait en moyenne 440 000 \$ de ventes annuelles, un restaurant à service complet en faisait quant à lui 410 000 \$.

→ **Un restaurant à service restreint fait en moyenne plus de ventes annuelles qu'un restaurant à service complet.**

**Figure 14 : Ventes mensuelles brutes de la restauration par catégorie au Québec (en milliers de \$)**

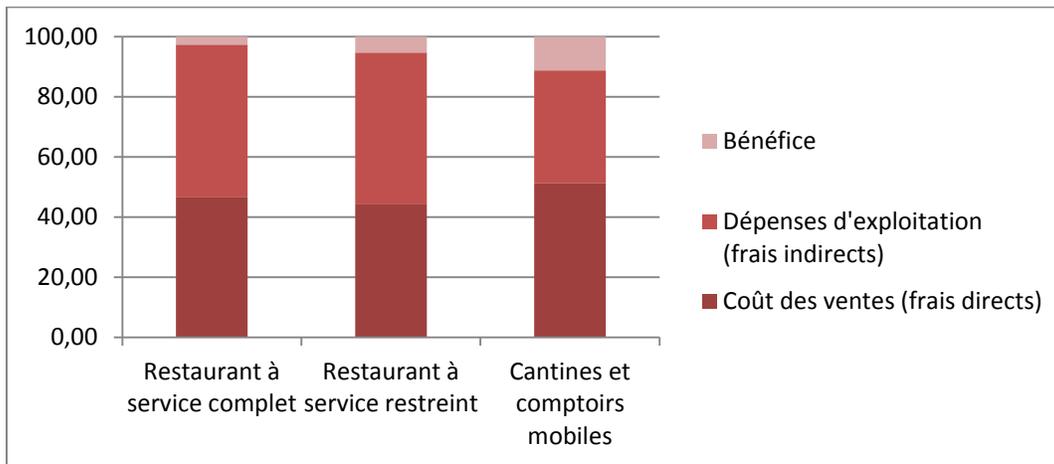


Source : Profil et performance de la restauration québécoise, Association des restaurateurs du Québec, 2012.

Les restaurants à service restreint connaissent les mêmes variations de ventes saisonnières que ceux à service complet. Ainsi, les mois de Janvier et Février sont ceux où sont enregistrées le moins de ventes. L'activité est ensuite croissante jusqu'aux mois estivaux, c'est en Juillet que les ventes sont les plus importantes. Elles décroissent ensuite jusqu'en hiver sauf en Décembre où l'activité montre un léger regain. Quant aux services de restauration spéciaux, l'activité est stable sur l'année. Toutefois derrière cette stabilité se cache la faible représentation des cantines et comptoirs mobiles. Ceux-ci doivent avoir une activité beaucoup plus importante en été qu'en hiver.

→ **Les variations saisonnières des ventes mensuelles montrent l'importance de l'activité estivale.**

**Figure 15 : Dépenses et bénéfice (en % des recettes totales)**

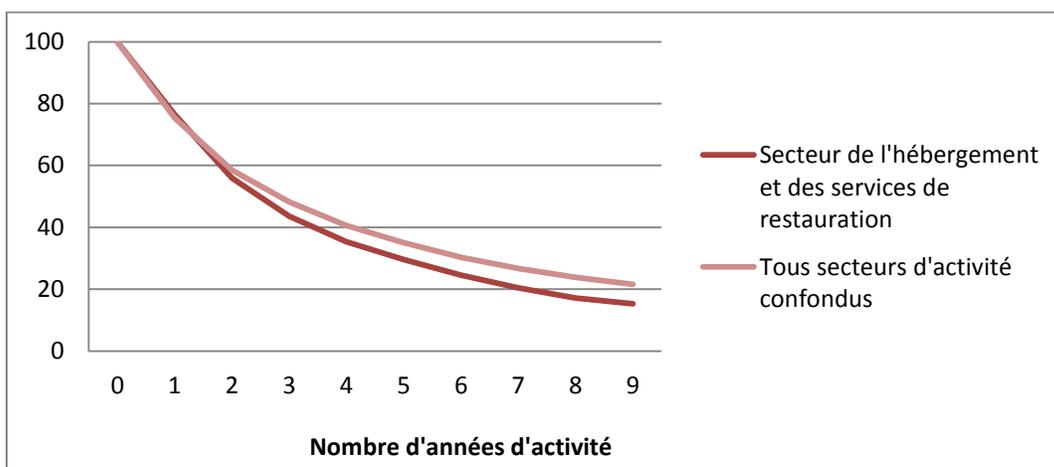


Source : Statistiques Canada, *Profil des petites entreprises, données pour le Québec, 2010*.

Les cantines et comptoirs mobiles sont le type de service de restauration faisant la part du bénéfice, par rapport aux recettes totales, est la plus élevée (plus de 11 %). Viennent ensuite les restaurants à service restreint dont le bénéfice représente plus de 5 % des recettes. Les bénéfices des restaurants à service complet correspondent à 2,6 % de leurs recettes totales. Le coût des ventes est le principal poste de dépenses des cantines et comptoirs mobiles contrairement aux autres types de restaurants pour lesquels les dépenses d'exploitation dominent. La différence provient notamment des frais de location<sup>3</sup> qui sont de fait, beaucoup plus faibles pour les cantines et comptoirs mobiles.

→ **La marge d'exploitation bénéficiaire est plus importante pour les cantines et comptoirs mobiles et les restaurants à service restreint que pour les restaurants à service complet.**

**Figure 16 : Taux de survie des entreprises au Québec (en %)**



Source : *Taux de survie des nouvelles entreprises au Québec, 2008*.

<sup>3</sup> Ce sont les sommes versées en location à d'autres entreprises ou organismes pour l'utilisation de terrains, de bureaux, de bâtiments, de machines ou de matériel. Les contrats de location-acquisition sont exclus.

Les entreprises du secteur de l'hébergement et des services de restauration survivent plus difficilement que la moyenne des entreprises. La forte concurrence est en effet une dure réalité dès les premières années d'existence. Lors de la deuxième année d'existence, 55,9 % des entreprises de l'hébergement et des services de restauration sont encore en activité contre 58,5 % moyenne. En outre, les entreprises de ce secteur sont très sensibles aux aléas de la conjoncture économique. En période de crise, le poste de dépenses en restauration est un des premiers à être coupé par les ménages d'où une certaine fragilité du secteur.

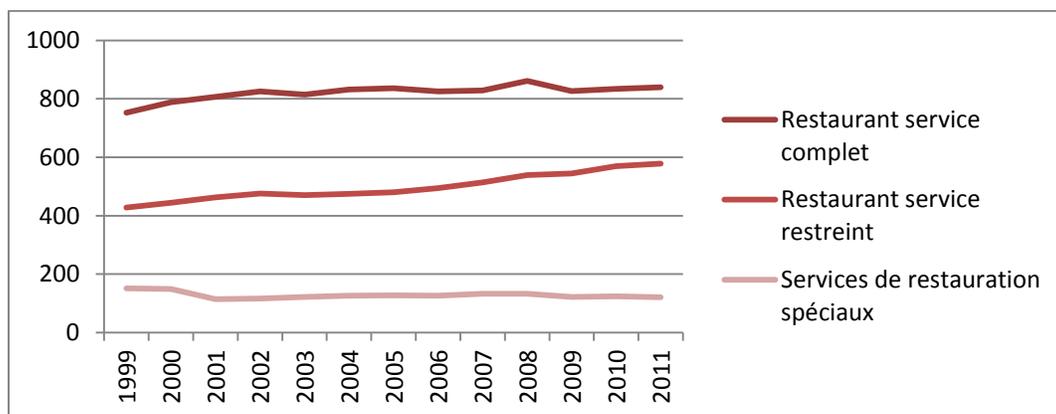
En ce qui concerne l'indépendance des restaurants, la proportion de restaurants appartenant à une chaîne est plus faible à Montréal que dans l'ensemble du Québec (15,4 % contre 17,6 %). Ce chiffre s'applique à l'ensemble des restaurants (tous types confondus), les chaînes touchent toutefois davantage les restaurants à service restreint que ceux à service complet.

→ **Le marché des restaurants à service restreint, auquel semblerait appartenir le futur commerce pour répondre au mieux au besoin des travailleurs, est en croissance. Les ventes annuelles par établissements ont dépassé celles des restaurants à service complet. De plus, leur marge bénéficiaire d'exploitation est plus importante. Les tendances sont positives.**

### 3. LE MARCHÉ MONTRÉALAIS – À UTILISER AVEC PRÉCAUTIONS

Les données figurant dans cette partie ont été obtenues à partir d'extrapolation des données relatives au marché québécois. Elles doivent donc être utiliser avec précautions. De plus, du fait de l'extrapolation, les tendances observées sont les mêmes que pour le marché québécois. Elles permettent toutefois de donner une idée de l'étendue que peut avoir le marché de la restauration à Montréal.

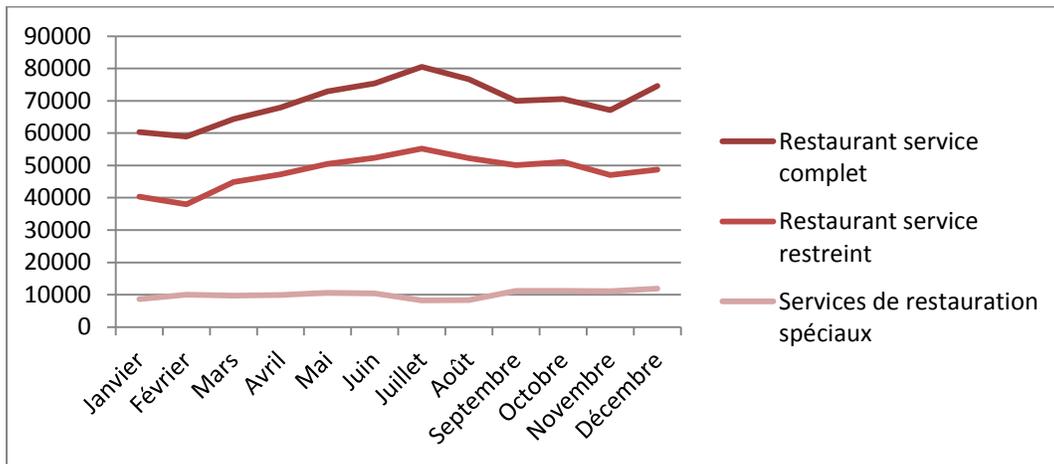
Figure 17 : Évolution des ventes annuelles à Montréal (en millions de \$)



Source : CDEC d'après Profil et performance de la restauration québécoise, Association des restaurateurs du Québec, 2012.

En 2011, l'ensemble des restaurants à service complet de Montréal auraient enregistré 839 millions de dollars de ventes contre 578 millions de dollars pour les restaurants à service restreint. Quant aux ventes annuelles des services de restauration spéciaux, elles se seraient élevées à 121 millions de dollars. Du fait de l'extrapolation, les tendances observées sont les mêmes que pour le marché québécois.

**Figure 18 : Ventes mensuelles brutes de la restauration par catégorie à Montréal (en milliers de \$)**



Source : CDEC d'après *Profil et performance de la restauration québécoise*, Association des restaurateurs du Québec, 2012.

L'ensemble des restaurants à service complet montréalais enregistreraient en moyenne 69 946 000 \$ de ventes mensuelles avec un pic de 80 535 000 \$ au mois de Juillet. Les ventes de tous les restaurants à service restreint montréalais s'élèveraient en moyenne à 48 138 000 \$ par mois et connaissent également un pic de vente au mois de Juillet avec 55 170 000 \$. Enfin, les ventes mensuelles de l'ensemble services de restauration spéciaux seraient de 10 110 000 \$ en moyenne, aucun pic de ventes ne serait enregistré. Tout comme pour l'échelle québécoise, les ventes des comptoirs mobiles montréalaises doivent être davantage saisonnières et élevées en été.

#### 4. LA DEMANDE : LES TENDANCES ALIMENTAIRES

Que recherchent les consommateurs en matière d'alimentation ?

Dans le rapport intitulé « Habitudes de restauration des Québécois pour les cinq prochaines années » publié par Léger Marketing (pour l'association des restaurateurs du Québec) en 2007, les principaux critères de choix de restaurants identifiés par les enquêtés étaient les suivants :

- **La qualité de la nourriture**

Les consommateurs sont de plus en plus conscients de la nutrition et de la composition des aliments, ils veulent une nourriture de qualité.

### – Des repas santé

Tout comme les professionnels de santé et le gouvernement, les consommateurs se préoccupent de plus en plus des problèmes de santé reliés à l'alimentation et au mode de vie. Ils cherchent à améliorer leur bien-être et réduire les risques de santé éventuels de façon proactive en choisissant les aliments et boissons qu'ils consomment. Les repas santé sont donc de plus en plus recherchés.

### – Le prix (peu dispendieux)

L'alimentation est un poste de dépense qui diminue dans le revenu des ménages. D'après Serecon Management Consulting Inc., dans une étude commandée par Agriculture et agroalimentaire Canada, *« la tendance à consacrer une plus faible partie de notre revenu disponible aux aliments se poursuivra. Les achats d'aliments au détail seront toujours dominants, tandis que la croissance des dépenses d'alimentation ne sera que modeste. Le changement véritable se produira dans les repas préparés et les mets à emporter »* (Tendances alimentaires au Canada d'ici à 2020 - Perspectives de la consommation à long terme, Juillet 2005).

Dans le rapport d'analyse des marchés datant de 2010 intitulé « Le consommateur canadien — Comportement, attitudes et perceptions à l'égard des produits alimentaires », Agriculture et agroalimentaire Canada, identifie également comme tendance émergente **la commodité**. Principalement pour des raisons de manque de temps, les canadiens cherchent à manger plus facilement et plus rapidement. Ainsi, *« un sondage mené par Angus Reid en 2009 pour le compte de ConAgra Foods Canada a révélé que 53 % des Canadiens passaient leur pause de dîner à lire, à naviguer sur le Web ou ne prenaient pas de pause du tout. Ceux qui prennent le temps de dîner prennent une pause de 16 à 30 minutes seulement, ce qui témoigne de l'importance de la commodité »*.

→ **Des repas santé, commodes et peu dispendieux sont les principales tendances générales à retenir pour les habitudes de consommation alimentaires.**

## 5. LA CONCURRENCE

Sur ce marché, la concurrence provient d'autres endroits où il est possible d'acheter des produits alimentaires. Si l'on vise un marché où l'on peut acheter du prêt à manger, les concurrents peuvent autant être des boulangeries, des charcuteries, des fruiteries qui en proposent. De la même façon, les dépanneurs peuvent également être perçus comme des concurrents. Par ailleurs, les restaurants à service complet peuvent aussi constituer des concurrents dans une certaine mesure. Toutefois ce n'est souvent pas le même budget ni la même rapidité de services. Ce ne sont pas a priori les mêmes raisons qui poussent à fréquenter ce genre d'établissements.

## C. TAILLES DU MARCHÉ POTENTIEL

### 1. TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL DES RÉSIDANTS

Bien que les résidents ne soient pas la clientèle cible du futur commerce de restauration, ils n'en constituent pas moins une clientèle potentielle. Une compilation effectuée par Montréal en Statistiques, en juillet dernier, grâce à l'outil PCensus permet de connaître le potentiel commercial<sup>4</sup> qu'ils représentent en matière d'alimentation.

Les dépenses annuelles en alimentation s'élèvent à 6 878 \$ par ménage dans le Plateau Est. 69 % de ces dépenses sont consacrées à l'achat dans des commerces (4 750 \$), les autres 31 % étant dépensés en restauration (2 128 \$).

**Tableau 2 : Aliments achetés dans un commerce localement ou lors de voyage d'une journée**

	Taille du marché	Dépenses moyennes par ménage
Supermarchés	35 591 668 \$	3 274 \$
Épiceries spécialisées	7 719 145 \$	710 \$
Dépanneurs	975 689 \$	90 \$
Autres	3 011 448 \$	277 \$

Source : Données de consommation pour le secteur Est du Plateau Mont-Royal, 2010.

La majorité des dépenses alimentaires faites dans des commerces sont réalisées dans des supermarchés (3 274 \$ / an). Le reste des dépenses est effectué dans des épiceries spécialisées (710 \$ / an) et dans une moindre mesure les dépanneurs (90 \$ / an). 277 \$ sont dépensés dans d'autres types de magasins.

**Tableau 3 : Aliments achetés au restaurant localement ou lors de voyages d'une journée par type de service**

	Taille du marché	Dépenses moyennes par ménage
Service à table	10 030 457 \$	923 \$
Fast food	10 030 457 \$	492 \$
Cafétérias	1 613 083 \$	148 \$
Autres	2 178 305 \$	200 \$

Source : Données de consommation pour le secteur Est du Plateau Mont-Royal, 2010.

En ce qui a trait aux restaurants, les ménages du Plateau Est consacrent 923 \$ / an à ceux offrant un service à table contre 492 \$ aux fast-foods. Les autres dépenses en restauration sont réalisées dans des cafétérias à hauteur de 148 \$ / an et dans d'autres services de restauration pour 200 \$ / an.

<sup>4</sup> Le potentiel commercial se définit comme étant la somme totale que les résidents d'un territoire sont à même de dépenser en une année dans des catégories de biens et services donnés. Ces montants peuvent être dépensés autant dans les établissements situés à l'intérieur du territoire que dans ceux de l'extérieur.

**Tableau 4 : Aliments achetés au restaurant localement ou lors de voyages d'une journée par type de repas**

	Taille du marché	Dépenses moyennes par ménage
Déjeuners	1 526 684 \$	140 \$
Dîners	7 803 558 \$	718 \$
Soupers	8 972 384 \$	825 \$
Entre les repas	867 920 \$	80 \$

Source : Données de consommation pour le secteur Est du Plateau Mont-Royal, 2010.

Toujours concernant la restauration mais cette fois par type de repas, les ménages du Plateau Est dépensent 825 \$ / an pour les soupers et 718 \$ / an pour les dîners. Les dépenses pour les déjeuners et les encas sont largement moins importantes, respectivement 140 \$ / an et 80 \$ / an.

## 2. LA TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL DES TRAVAILLEURS

En 2006, Géocom Recherche a réalisé une vaste enquête auprès d'un échantillon de 1 197 travailleurs du centre-ville de Montréal dans l'optique d'établir les types d'achat et les montants dépensés à proximité de leur lieu de travail.

**Les résultats de cette enquête révèlent que les travailleurs du centre-ville montréalais dépensent environ 3 125 \$ à proximité de leur lieu d'emploi sur une base annuelle : 1 585 \$ pour les biens durables et semi durables, 1 270 \$ pour la restauration et 270 \$ pour les biens courants.**

Au titre des biens durables et semi durables, les achats se limitent essentiellement aux biens modes (52 %), aux articles de sports, aux produits musicaux et aux livres (14 %), à l'électronique / informatique (20 %) et aux accessoires de maison (11 %).

**Tableau 5: Potentiel commercial maximum généré par les travailleurs du Plateau Est (à utiliser avec précaution)**

Types de biens	Potentiel annuel
Nombre de travailleurs	4 591
Biens durables et semi durables	7 276 735 \$
Restauration	5 830 570 \$
Biens courants	1 239 570 \$
<b>Total</b>	<b>14 346 875 \$</b>

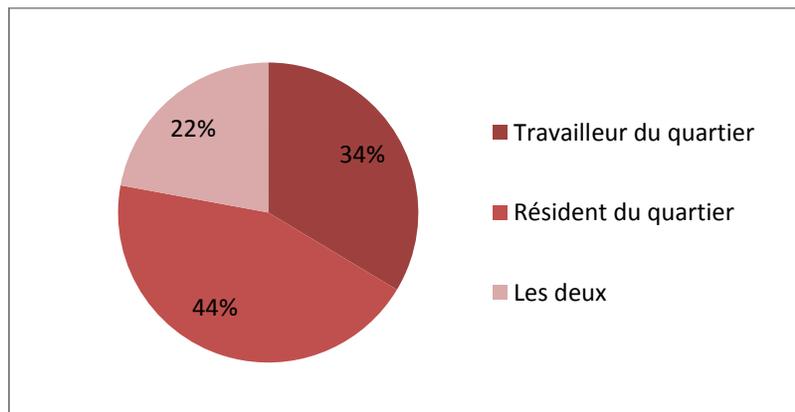
Cependant ces chiffres sont à utiliser avec précaution dans la mesure où les travailleurs du Plateau Est ont des profils différents du centre-ville – secteur d'activité, revenu... De plus, ils ne se trouvent pas dans un secteur où abondent les commerces à proximité de leur lieu de travail contrairement au

**centre-ville.** Par conséquent, les potentiels commerciaux générés par les travailleurs et exprimés dans le tableau ci-dessus sont à considérer comme des montants maximums.

### 3. LE MARCHÉ POTENTIEL : ANALYSE DES RÉSULTATS DU SONDAGE

Afin d'examiner au mieux le marché potentiel pour un nouveau service de restauration dans le Plateau Est, un sondage a été effectué auprès de la population présente sur le territoire – résidents et travailleurs. Ci-dessous se trouvent les principaux résultats de ce sondage qui a rejoint **122 répondants**.

**Figure 19 : Situation des répondants**



*Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.*

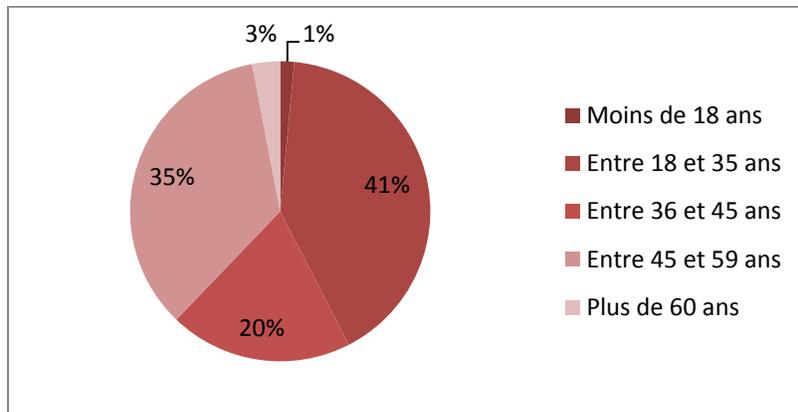
Sur ces 122 répondants, 44 % sont uniquement résidents du quartier, 34 % sont uniquement travailleurs du quartier et 22 % sont à la fois travailleur et résident.

## LES TRAVAILLEURS

Sont présentés dans cette section les résultats du sondage auprès des travailleurs ainsi qu'auprès des individus à la fois travailleur et résidents ; cela représente un total de 68 personnes.

### ➤ PROFIL DES RÉPONDANTS TRAVAILLEURS

**Figure 20 : Âge des répondants**

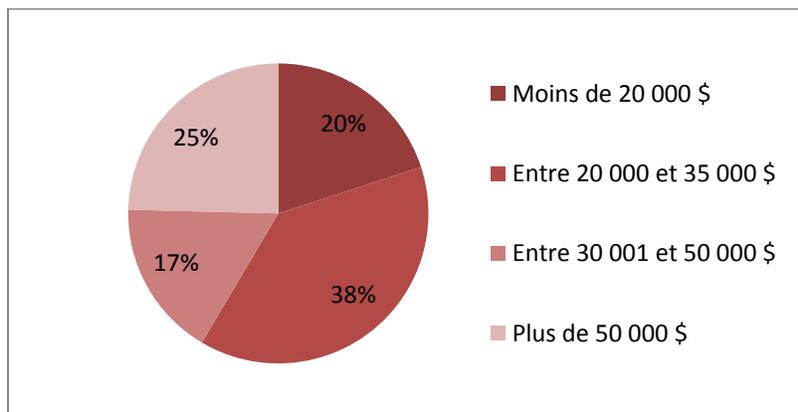


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

Ces répondants sont plutôt bien répartis entre les différentes tranches d'âge même si la catégorie 18-35 ans domine – 41 % des répondants. Viennent ensuite les 45 – 59 ans (35 % des répondants) et les 36 – 45 ans (20 % des répondants).

S'agissant du sexe des individus, la répartition est nette, 50 % des répondants sont des hommes, 50 % sont des femmes.

**Figure 21 : Revenu personnel des répondants**



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

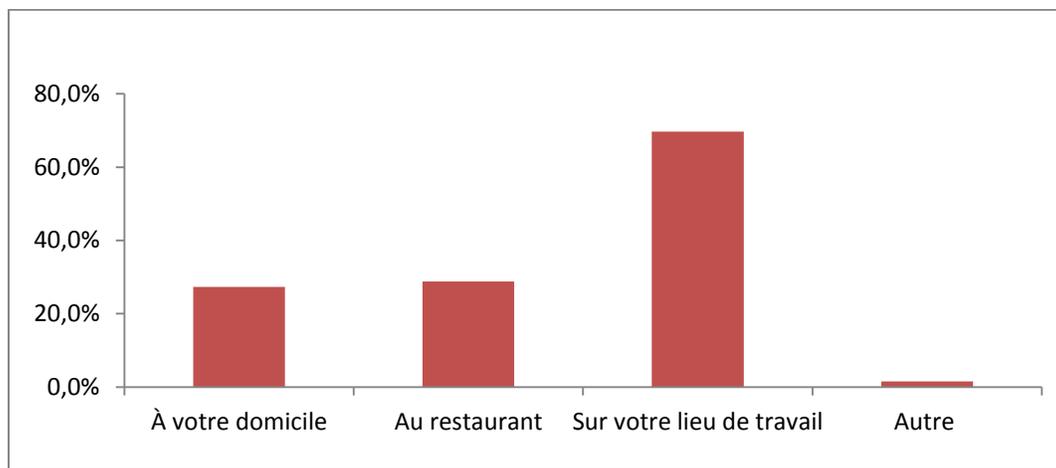
Les revenus personnels des répondants sont très disparates. Alors que 20 % des répondants ont un revenu annuel inférieur à 20 000 \$, 25 % ont un revenu supérieur à 50 000 \$. Entre ces deux extrêmes, 38 % des répondants ont un revenu compris entre 20 000 et 35 000 \$ et 17 % entre 30 000 et 50 000 \$.

Il est difficile de savoir si les répondants sont représentatifs, tant pour l'âge que le sexe ou le revenu, dans la mesure où il n'y a pas de données disponibles sur les caractéristiques de l'ensemble des travailleurs de la zone.

### ➤ LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES RÉPONDANTS TRAVAILLEURS

Le sondage renseigne sur les habitudes de consommation des travailleurs à l'heure du lunch.

**Figure 22 : Lieu de restauration des répondants à l'heure du lunch<sup>5</sup>**

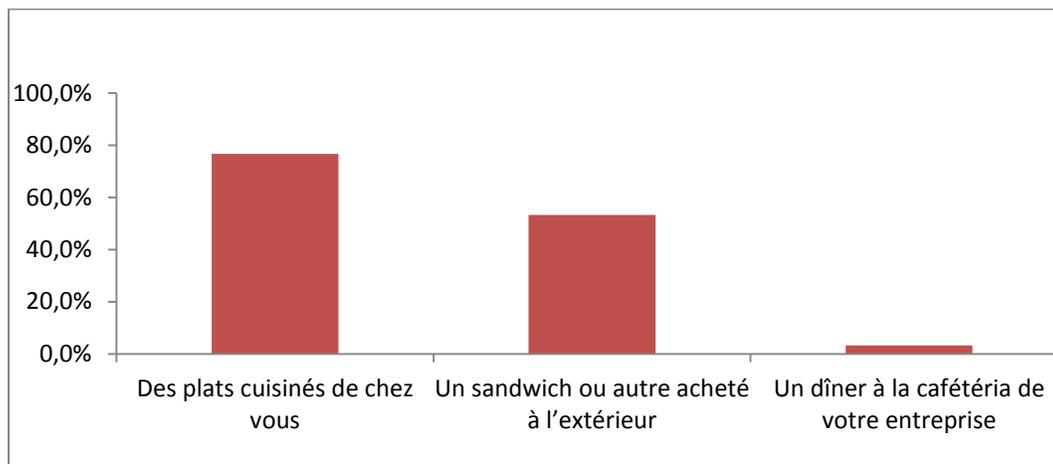


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

**Les répondants dînent principalement – à 70 % – sur leur lieu de travail.** Ils dînent également – à 29 % – au restaurant et – à 27 % – à leur domicile.

<sup>5</sup> Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

**Figure 23 : Type de repas pris sur le lieu de travail par les répondants<sup>6</sup>**

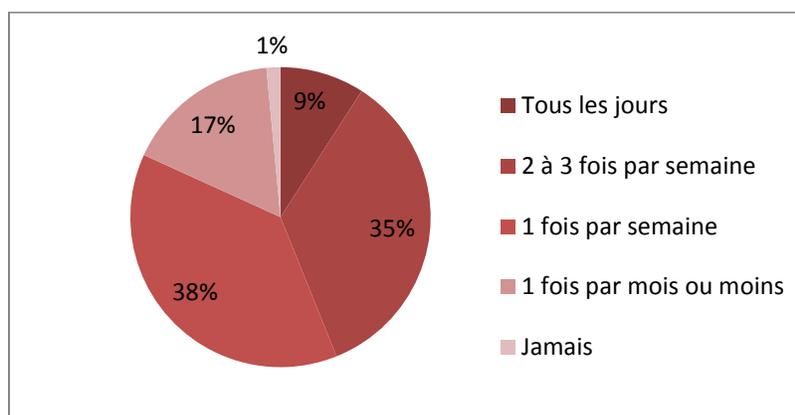


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

**La majorité des répondants dînent des plats cuisinés de chez eux sur leur lieu de travail (à 77 %) mais ils sont également plus de la moitié (à 53 %) à dîner un sandwich ou autre acheté à l'extérieur.** Très peu sont concernés par une cafétéria d'entreprise.

A noter, certaines entreprises voire même certains travailleurs s'organisent pour se faire livrer des repas de façon collective.

**Figure 24 : Fréquence d'achat de dîner par les répondants**



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

La fréquence d'achat de dîner par les répondants est très disparate. Toutefois, le sondage indique que globalement, **la grande majorité des répondants – 82 % – achète au moins un dîner par semaine.** Parmi eux, 38 % en achète une fois par semaine, 35 % de deux à trois fois par semaine et 9 % tous les jours.

<sup>6</sup> Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

## ➤ LA SATISFACTION PAR RAPPORT À L'EXISTANT DES RÉPONDANTS TRAVAILLEURS

**58 % des répondants sont insatisfaits de l'offre présente dans le Plateau Est en matière de services de restauration.** Leur répartition géographique est visible sur la carte présentée ci-dessous. La satisfaction ne semble pas être liée au lieu de travail. **Les travailleurs insatisfaits sont dispersés.**

Figure 25 : Réponses des travailleurs selon leur lieu de travail



Source : Google Maps, données cartographiques 2013.

Les avis sont très variés. Certains répondants trouvent l'offre « adéquate », d'autres l'ont trouvée trop lointaine pour être rejointe à pied. Beaucoup déplorent aussi le manque de diversité et d'offre alimentaire « saine ».

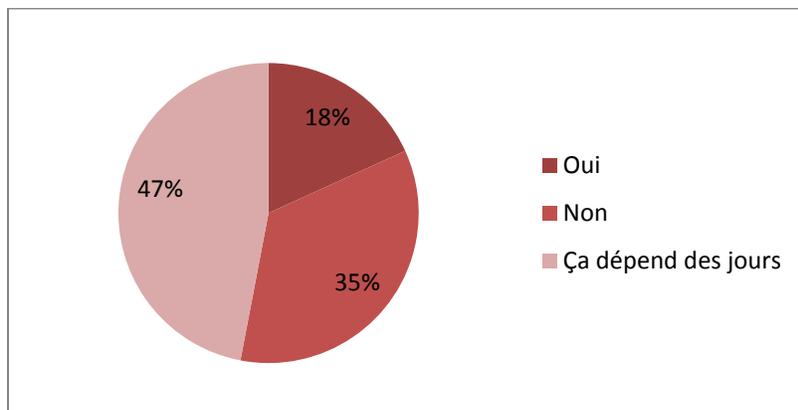
## ➤ LE SERVICE DE RESTAURATION IDÉAL DES RÉPONDANTS TRAVAILLEURS

Pour cerner les attentes des répondants quant aux caractéristiques souhaitées du service de restauration, le sondage les a interrogés sur l'importance de certains critères. Pour les travailleurs, les trois critères les plus importants sont les suivants – dans l'ordre décroissant d'importance :

- **Une cuisine saine, équilibrée ;**
- **Des prix abordables ;**
- **Une possibilité de manger rapidement.**

Viennent ensuite par ordre d'importance décroissante : l'éthique, une ambiance calme, tranquille et une cuisine d'autres cultures.

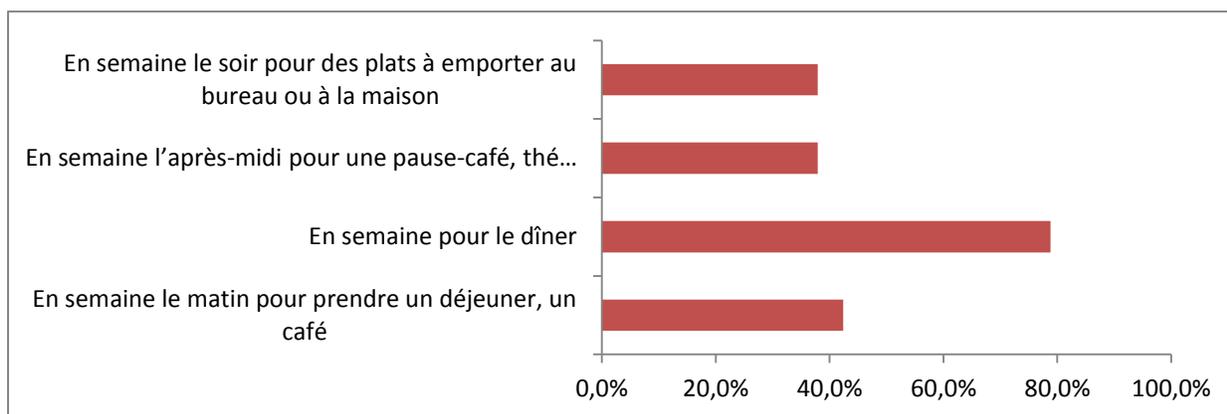
**Figure 26 : Importance de manger sur place dans le lieu pour les répondants**



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

Pour les répondants travailleurs, **il importe peu de manger sur place**, au sein du service de restauration. En effet, pour 35 % des interrogés cela n'importe pas et pour 47 % cela dépend des jours, certains préfèrent manger sur place, d'autre fois, ils préfèrent emporter. Par contre, pour 18 % des répondants, manger sur place a une importance. Dans tous les cas, pour eux, il est important d'avoir le choix d'emporter ou non.

**Figure 27 : Préférence des répondants quant aux horaires d'ouverture**

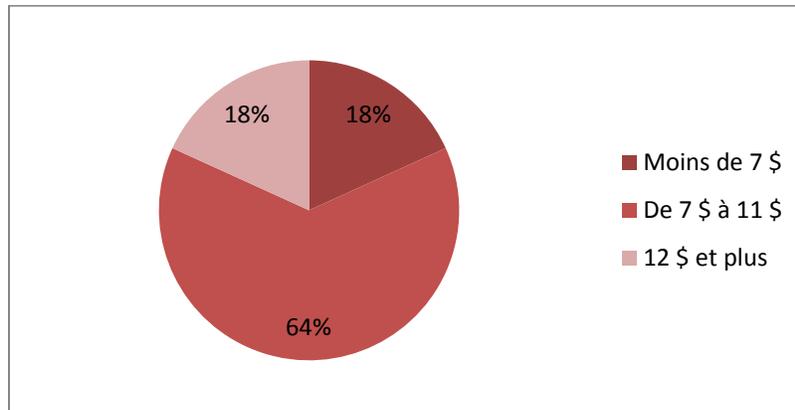


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

En ce qui concerne les horaires d'ouverture, **les travailleurs privilégient à 79 % une ouverture en semaine pour le dîner**. L'ouverture pour les plages horaires de l'après-midi et du soir est souhaitée par 38 % des répondants ; l'ouverture le matin quant à elle est sollicitée par 42 % d'entre eux.

## ➤ LES DÉPENSES POTENTIELLES DES RÉPONDANTS TRAVAILLEURS

Figure 28 : Dépenses potentielles des répondants pour un dîner acheté dans un service de restauration



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

Enfin, pour ce qui est des dépenses potentielles pour un lunch, les répondants auraient majoritairement (64 %) un budget compris entre 7 et 11 \$. 18 % auraient un budget inférieur à 7 \$ et 18 % supérieur ou égal à 12 \$. Mentionnons que le budget potentiel n'est aucunement corrélé avec le revenu des personnes.

→ Les travailleurs sont majoritairement insatisfaits de l'offre en restauration sur l'heure du lunch aux alentours de leur lieu de travail. Ils sont, de plus, nombreux à acheter des dîners en semaine. Ils représentent une cible intéressante et ce sondage nous permet de cerner leurs préférences : cuisine santé offerte à des prix abordables (entre 7 et 11 \$).

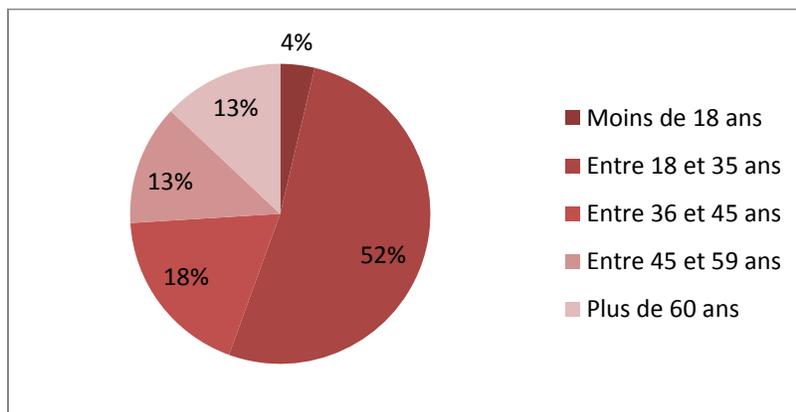
## LES RÉSIDENTS

Dans cette section se trouve l'analyse des réponses au sondage des 54 personnes uniquement *résidentes* du Plateau Est.

### ➤ PROFIL DES RÉPONDANTS RÉSIDENTS

Ces répondants ont des profils plutôt variés : âge, sexe, revenus...

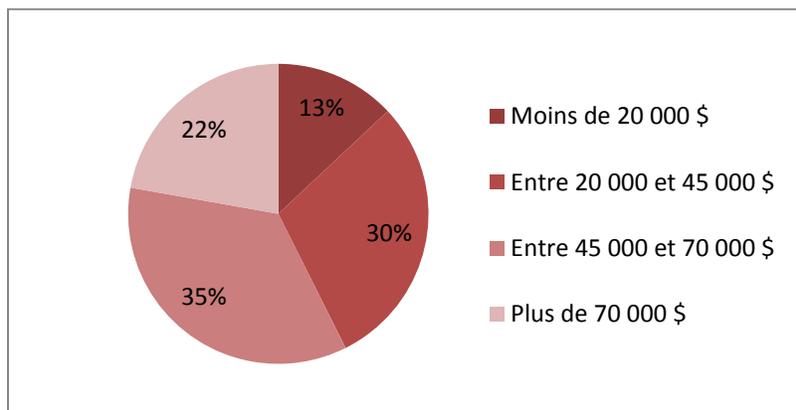
**Figure 29 : Âge des répondants résidents**



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

Le profil des répondants selon l'âge indique que **52 % des répondants sont des 18 – 35 ans ce qui est intéressant étant donné leur importance dans la population du Plateau Est** (pour rappel 38 % des résidents du territoire). 18 % des répondants ont entre 36 et 45 ans, 13 % entre 46 et 59 ans et 13 % de plus de 60 ans.

**Figure 30 : Revenu familial des répondants résidents**

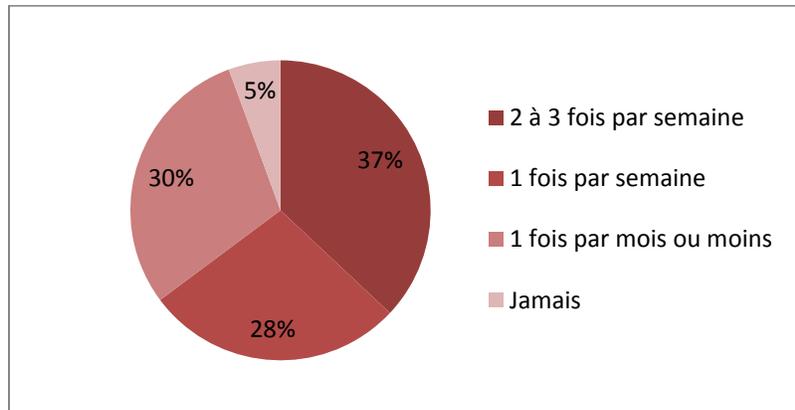


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

**Les répondants résidents ont des revenus familiaux très variés ; la majorité (35 %) ayant un revenu familial compris entre 45 000 \$ et 70 000 \$.** Pour rappel, les données sociodémographiques indiquent que le revenu individuel moyen s'élevait à 27 685 \$ en 2006.

## ➤ LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES RÉPONDANTS RÉSIDENTS

Figure 31 : Habitude de fréquentation des services de restauration par les répondants résidents



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

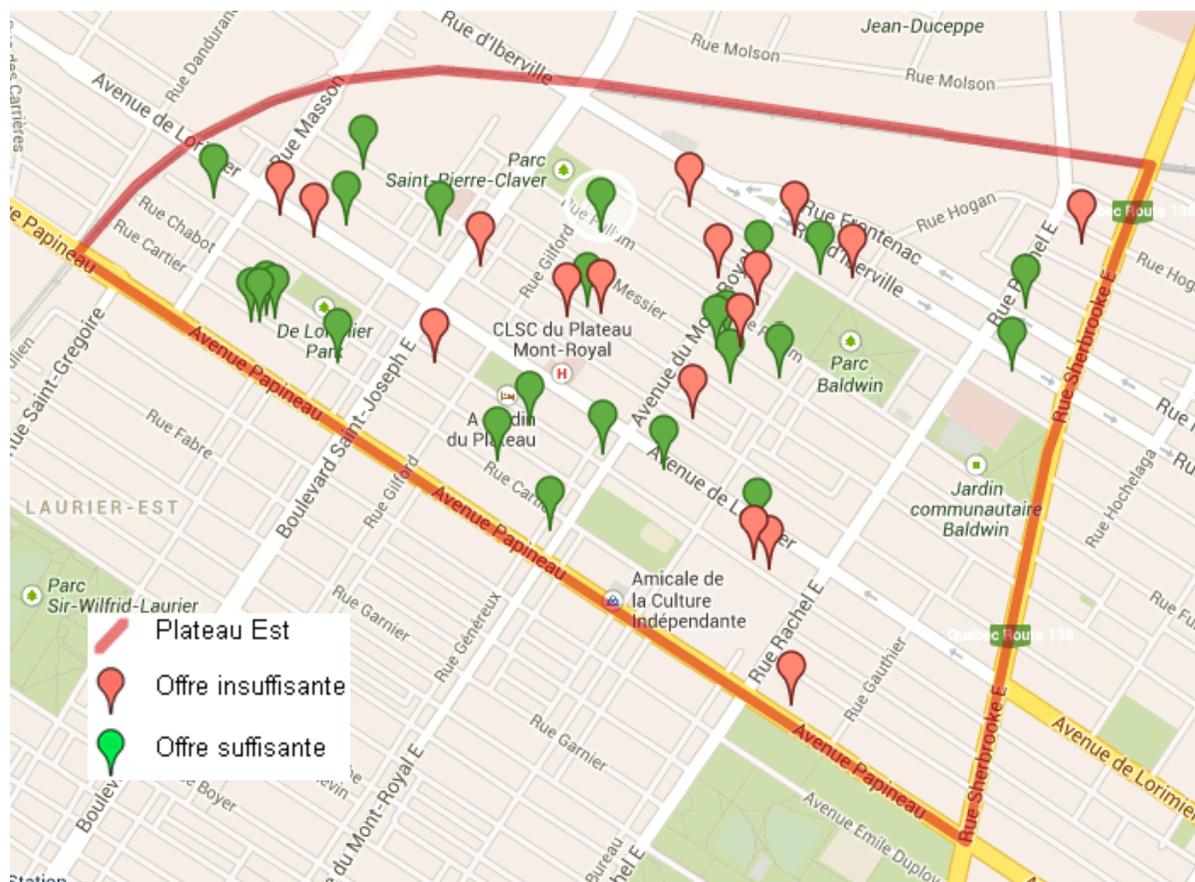
**Les habitudes de consommation des répondants résidents en matière de fréquentation de services de restauration sont très disparates.** Alors que 37 % des répondants se rendent dans des services de restauration deux à trois fois par semaine, 30 % s’y rendent une fois par mois ou moins.

**Par ailleurs, pour la moitié des répondants, il est important de manger sur place dans un service de restauration.** Pour l’autre moitié, la préférence est variable : tantôt, ils préfèrent manger dans le service, tantôt ils préfèrent emporter.

## ➤ LA SATISFACTION PAR RAPPORT À L’EXISTANT DES RÉPONDANTS RÉSIDENTS

**61,1 % des répondants résidents sont satisfaits de l’offre présente dans le Plateau Est en matière de service de restauration.** Leur lieu d’habitation ne semble pas influencer leur avis sur l’offre. **Les résidents insatisfaits sont dispersés sur le territoire d’étude.**

**Figure 32 : Réponses des résidents selon leur lieu d'habitation**



Source : Google Maps, données cartographiques 2013.

Les avis divergent toutefois grandement sur cette offre, alors que certains l’a qualifient de diversifiée et de « bonne », d’autres ne la trouvent pas assez variée, cantonnée à de la restauration rapide.

De la même façon pour les prix, plusieurs trouvent l’offre trop dispendieuse, d’autres la qualifie de « pas chère ».

➤ **LE SERVICE DE RESTAURATION IDÉAL DES RÉPONDANTS RÉSIDENTS**

Comme les travailleurs, les résidents ont été interrogés sur les caractéristiques importantes que devaient posséder le service de restauration attendu. Il en ressort que les trois critères les plus importants<sup>7</sup> pour ce lieu seraient - dans l’ordre décroissant d’importance :

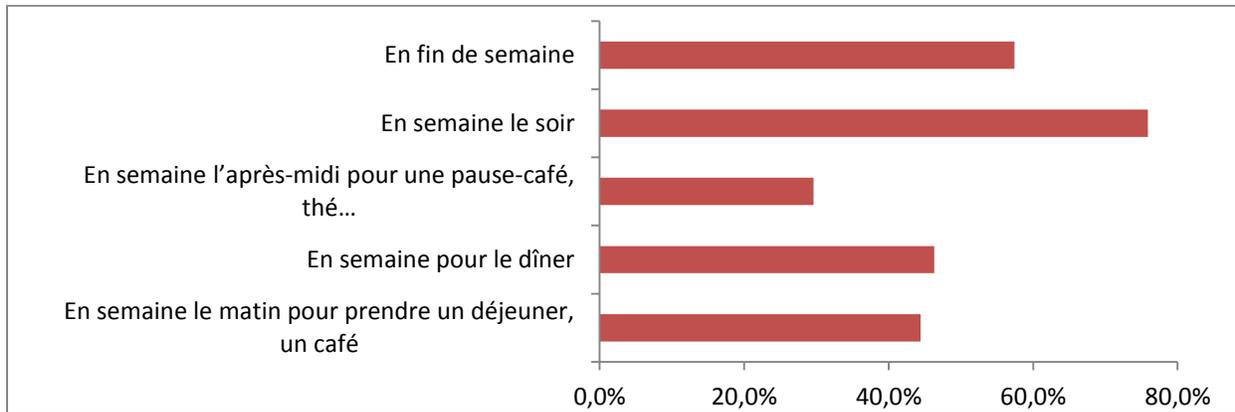
- **Une cuisine saine, équilibrée ;**
- **Des prix abordables ;**
- **Éthique (produits locaux, produits bio, issus du commerce équitable).**

<sup>7</sup> 6 critères étaient énoncés dans la question.

Viennent ensuite, par ordre d'importance décroissant, une ambiance calme / tranquille, une cuisine d'autres cultures et enfin une possibilité de manger rapidement.

Leurs préférences sont donc quasiment équivalentes à celles des travailleurs sauf la possibilité de manger rapidement qui ne revient pas dans le trio prioritaire pour les résidents. **Les deux critères les plus importants pour les deux groupes de répondants sont la cuisine saine et les prix abordables.** Mais, contrairement aux travailleurs (visés à l'heure du lunch), les résidents n'ont pas de contrainte de temps.

**Figure 33 : Préférence des répondants résidents quant aux horaires d'ouverture**

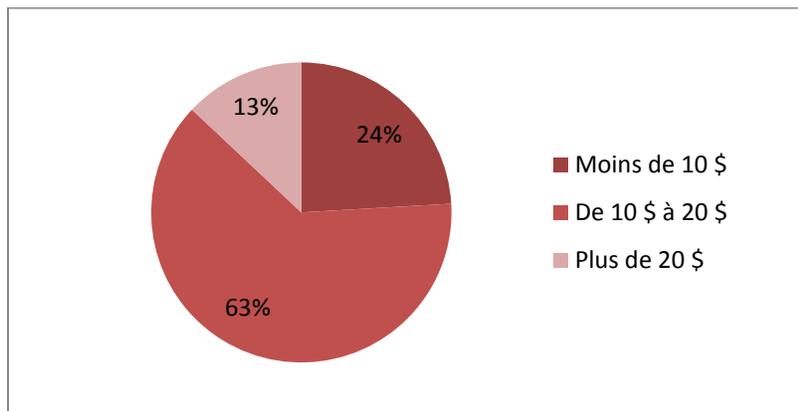


Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

En ce qui a trait aux horaires d'ouverture que devrait privilégier le futur commerce, selon les répondants résidents, ce serait principalement en soirée la semaine (76 %) ou en fin de semaine (57 %).

➤ **LES DÉPENSES POTENTIELLES DES RÉPONDANTS RÉSIDENTS**

**Figure 34 : Dépenses potentielles des répondants résidents dans un service de restauration**



Source : Sondage réalisé par la CDEC CS-PMR dans le Plateau Est, été 2013.

**La majorité des répondants résidents (63 %) aurait un budget compris entre 10 et 20 \$ pour un repas individuel.** 24 % des répondants auraient un budget plus restreint – moins de 10 \$ – alors que 13 % auraient un budget plus large – plus de 20 \$.

→ **Contrairement aux travailleurs, les résidents du Plateau Est sont majoritairement satisfaits de l'offre en restauration dans le quartier. Malgré tout, leurs préférences peuvent être à considérer dans la mesure où ils pourraient constituer la cible secondaire du service de restauration visé. Ils permettraient à ce dernier d'ouvrir sur des plages horaires plus étalées.**

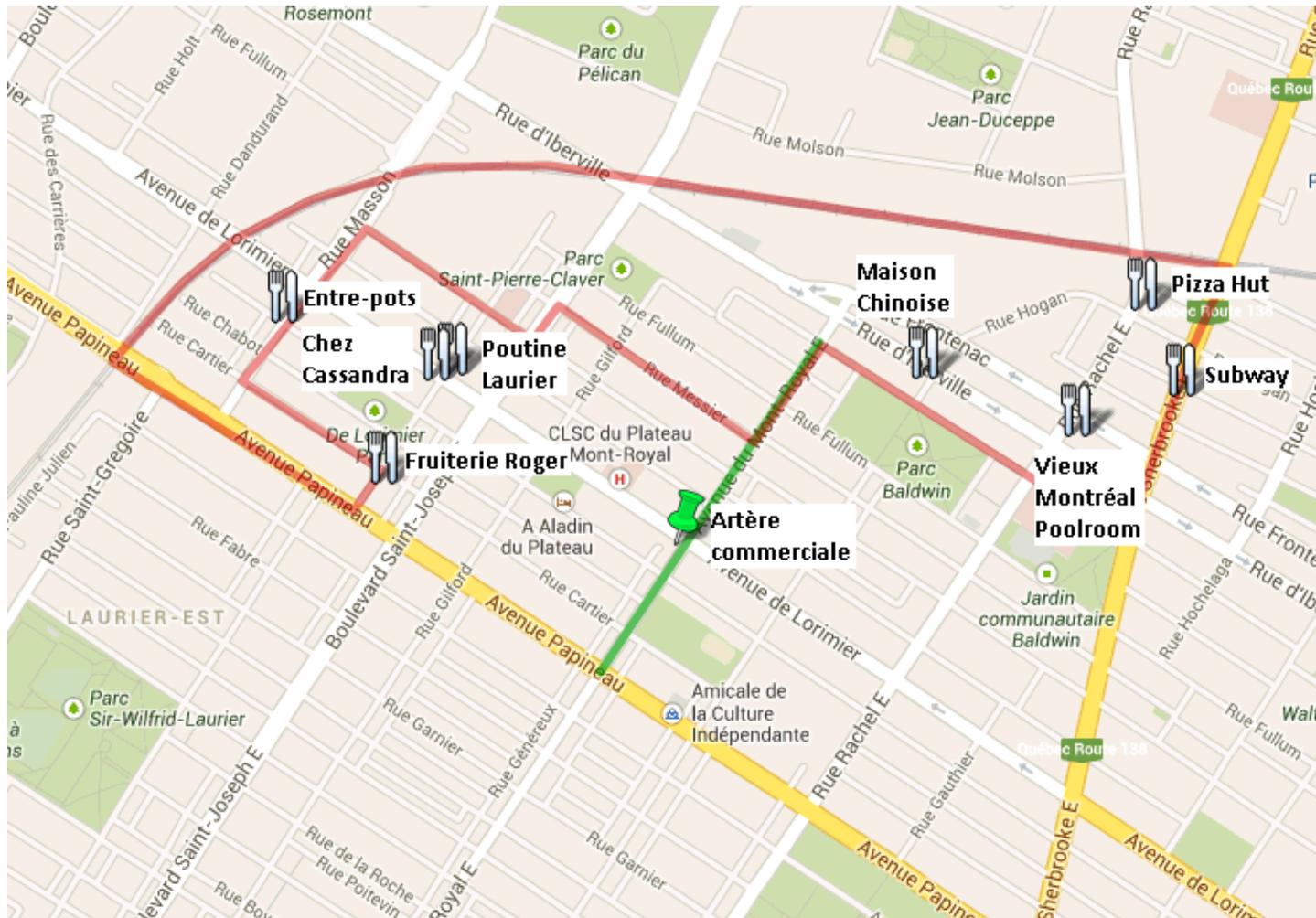
#### **4. LA CLIENTÈLE CIBLE**

Les travailleurs et résidents du quartier tous autant qu'ils soient sont autant de clients potentiels. Toutefois, la clientèle cible du service de restauration serait davantage **les travailleurs** qui souffrent réellement d'un manque à l'heure du dîner. Ces travailleurs ont des profils très variés (âge, type d'emploi, revenu...) qui tient, entre autres, à la diversité des entreprises qui se trouvent dans le Plateau Est.

#### **D. LA CONCURRENCE LOCALE**

La clientèle cible de notre étude de marché étant composée des travailleurs de la zone d'emplois du Plateau-Est, le portrait de la concurrence locale va s'intéresser aux services existants présents sur ce marché. Ils sont recensés ci-dessous avec leurs principaux atouts et/ou points faibles. Pour rappel, l'objectif pour le futur commerce sera de se positionner en complémentarité par rapport à l'existant, pas de l'affaiblir.

Figure 35 : Localisation des services de restauration dans la zone d'emplois du Plateau-Est



**L'entre-pots**

1995, Masson

**Fruiterie Roger**

1832, Laurier E.

**Poutine Laurier**

2100, Laurier E.

**Chez Cassandra**

2055, Laurier E.

**Subway**

2675, Sherbrooke E.

**La Maison Chinoise**

2485, Marie-Anne E.

**Pizza Hut**

2800, Rachel Est

**Vieux Montréal Pool Room**

3496, Frontenac

En rouge : Délimitation de la zone d'emploi où se trouve la majorité des travailleurs du Plateau Est

Source : Google Maps, données cartographiques 2013.

**Au sein de la zone d'emplois du Plateau-Est, il n'y a que peu de services de restauration pour satisfaire un marché de plus de 4500 clients potentiels (en ne comptant que les travailleurs). En effet, au dehors de l'artère commerciale de l'avenue du Mont-Royal, on dénombre uniquement 8 offres de restauration ayant chacune leurs spécificités. Quant à l'artère, on y recense des services de restauration mais sa position centrale ne permet pas d'atteindre tous les travailleurs à l'heure du lunch.**

Parmi les services dispersés à travers la zone d'emplois, se trouvent :

- **L'entre-pots** : Café-traiteur situé à proximité de gros édifices, il propose des petits repas à l'heure du lunch. C'est le principal (voire l'unique) service de restauration cité par les travailleurs interrogés. Le menu change tous les midis et on y trouve des plats *santé*. Les prix ne sont toutefois pas très abordables si l'on compte y manger régulièrement (minimum 12 \$, taxes et services non inclus). Qui plus est, ce n'est pas un service de style restauration rapide et le service peut paraître long à l'heure du lunch. Néanmoins, quelques sandwiches tout prêts sont en vente à emporter.
- **Fruiterie Roger** : Comme son nom l'indique, il s'agit d'une fruiterie. Les travailleurs s'y rendent pour les sandwiches qu'elle propose à la vente. Toutefois, ils regrettent qu'elle ne fasse pas de plats chauds à emporter.
- **Poutine Laurier** : A l'angle De Lorimier / Laurier, le restaurant Poutine Laurier propose tout une variété de plats sur place ou à emporter (sandwichs, poutines, burgers...). Les prix sont abordables mais la nourriture *santé* est rare (quelques salades).
- **Boucherie-Charcuterie Chez Cassandra** : Également situé à l'angle De Lorimier / Laurier, cette boucherie-charcuterie vend quelques sandwiches mais ce n'est pas son cœur de métier.
- **Subway** : Un restaurant Subway se situe dans l'extrémité sud de notre zone d'étude. Il se trouve loin pour la majorité des travailleurs qui n'ont pas le temps de s'y rendre à l'heure du lunch.
- **La maison chinoise** : Uniquement à emporter et à livrer, la maison chinoise propose des plats asiatiques très abordables.
- **Pizza Hut** : A l'extrémité sud-est du Plateau Est, se trouve un restaurant Pizza Hut qui propose des plats rapides à manger mais pas santé.
- **Vieux Montréal Pool Room** : Également dans le sud-est de la zone d'étude, le vieux Montréal Pool Room n'est pas très attrayant vu de l'extérieur. Il ne propose pas de plats santé.

Un restaurant santé proposant des soupes tonkinoises devait ouvrir sur Masson à proximité de la Fry Cadbury mais il ne l'a toujours pas fait et les riverains s'interrogent sur la probabilité d'ouverture.

Au-delà de ces commerces qui se trouvent dispersés tout au long de la zone d'emplois voire en son sein, on peut trouver quelques dépanneurs pouvant proposer des petits en-cas mais ils ne constituent pas de réels services de restauration.

Par ailleurs, l'artère commerciale de l'avenue du Mont Royal, dans sa portion à l'est de Papineau, offre une quinzaine de restaurants dont la moitié de type asiatique. Ces restaurants ne permettent cependant pas toujours de manger rapidement. Ils ne sont pas toujours abordables non plus. Mais leur principal point faible est leur localisation : ils sont tous concentrés sur l'artère notamment aux alentours de De Lorimier. Les travailleurs n'ont pas forcément le temps de s'y rendre à l'heure du lunch sauf ceux qui se situent à proximité.

Enfin, il faut noter que le boulevard Saint-Joseph, très large, peut représenter une barrière psychologique pour les travailleurs et résidents, ce qui a pour effet de scinder le territoire d'étude en deux parties.

## **IV. IDÉES INSPIRANTES**

Sans vouloir déterminer le commerce idéal qui répondrait aux besoins mis en relief par cette étude, voici quelques idées dont les entrepreneurs pourraient s'inspirer.

### **A. CUISINE DE RUE**

La cuisine de rue est généralement définie comme la vente de nourriture préparée et servie à l'intérieur d'équipements ambulants divers (camions, roulottes, triporteurs, chariots) installés sur le domaine public (parcs, rues, trottoirs) de façon temporaire. Elle constitue une tendance très présente en Amérique du Nord mais peine à s'imposer à Montréal. Toutefois déjà présente dans le cadre de festivals, elle fait l'objet, cette année, d'un projet pilote de l'arrondissement Ville-Marie. Alors que la cuisine de rue s'installera dans l'arrondissement du Plateau Mont-Royal vraisemblablement en 2015, l'arrondissement est ouvert à l'idée d'un projet pilote dès 2014.

La zone d'emplois du Plateau Est possède une physionomie qui rendrait intéressante l'option de la cuisine de rue. Étant donné son étalement tout au long de la track de chemin de fer, la meilleure solution pour rejoindre les travailleurs ne serait peut-être pas un commerce fixe. Un commerce ambulant serait probablement plus approprié.

### **B. UN RESTAURANT DE TYPE CAFÉTÉRIA**

Les restaurants de type cafétéria (avec cabaret) permettent, à l'inverse de la plupart des restaurants, de pouvoir manger rapidement. Tout en proposant des petits plats et sandwiches, elles offrent également la possibilité de manger des repas complets et sains à des prix abordables. Cela est permis notamment par leur fonctionnement même qui se traduit par une petite variété de choix.

Il existe plusieurs cafétérias de ce type à Montréal s'appuyant sur des bases d'insertion sociale (Projet Part, Cuisine Atout) ou non (Red Path). Quelques exemples de cafétérias montréalaises :

### **C. UN RESTAURANT DE TYPE BUFFET**

Un autre style de restaurant peut être adéquat pour servir au mieux les travailleurs à l'heure du lunch : un restaurant de type buffet. Il permet en effet tout comme les cafétérias de pouvoir prendre un repas rapidement tout en mangeant sain. Il offre de plus une plus grande variété de choix chaque jour, mais variété qui change rarement. Citons comme exemple La Panthère Verte qui possède deux succursales situées dans le Mile-End et dans le Centre-ville.

## D. COMMERCE AVEC UN COMPTOIR DE PRODUITS PRÊTS À MANGER ET/OU SANDWICH RAPIDE FAITE SUR PLACE

Dernière idée inspirante pour le Plateau Est, un commerce avec un comptoir de produits prêts à manger / sandwich permettrait de satisfaire des besoins l'heure du lunch. Un commerce de ce type permet de manger rapidement tout en offrant des prix abordables. Toutefois, cette alternative limite souvent l'offre santé. Les exemples sont ici nombreux (VUA, restaurants à sushis) et il y a déjà commerces de ce type dans le Plateau Est (la boucherie Cassandra, Subway).

### Zoom Dépanneur Le Pick Up :

Le dépanneur le Pick Up se situe dans un quartier similaire à celui du Plateau Est : le secteur Marconi – Alexandra. Ce secteur constitue une zone d'emplois avec 293 entreprises offrant plus de 3000 emplois. Le Pick Up, au 7032 Waverly, est à la fois **un dépanneur « classique » et un comptoir casse-croûte**. Il offre en effet des sandwiches chauds, des lattes, des salade-repas, des soupes à des prix abordables. Il est possible de manger sur place puisqu'il possède un comptoir, quelques tables à l'intérieur et des **tables à pique-nique** à l'extérieur. Établi dans un quartier pas très achalandé, on y retrouve une clientèle très hétérogène, aussi bien des artistes installés dans d'anciens bâtiments industriels que des cols bleus ou encore des résidents du quartier.

## **V. L'ENVIRONNEMENT EXTERNE DU FUTUR COMMERCE – ANALYSE DES OPPORTUNITÉS ET DES MENACES**

### **1. Opportunités**

- **La cuisine de rue**

L'arrondissement du Plateau Mont-Royal autorisera probablement la cuisine de rue en 2015. Mais dès 2014, il serait possible de faire une demande auprès de l'arrondissement pour qu'un projet pilote voit le jour. L'environnement du Plateau Est semble s'y prêter. Il s'agit d'une belle opportunité pour un commerce de restauration.

- **Les résidents**

Même si la cible principale du service de restauration est constituée par les travailleurs de la zone d'emplois, les résidents du quartier peuvent permettre au commerce d'être achalandé en dehors des heures de travail. Même s'ils sont moins insatisfaits que les travailleurs en ce qui concerne l'offre de restauration, ils peuvent fréquenter un nouveau commerce. Grâce au sondage, cette étude présente d'ailleurs quelques-unes de leur préférence en la matière.

De plus, une grande partie de ces nombreux résidents appartient à la catégorie des 20/35 ans – catégorie de personnes qui fréquentent beaucoup les commerces d'ambiance.

### **2. MENACES**

- **Le déclin de la zone d'emplois**

Le déclin de la zone d'emplois et du nombre de travailleurs peut constituer une menace si le commerce se focalise uniquement sur cette clientèle. Ce déclin pourrait subvenir, entre autres, si les résidents déposent des plaintes liées aux nuisances que génère la zone d'emplois.

## VI. PERSPECTIVES & SYNTHÈSE

### 1. TERRITOIRE

#### Général

- A l'extrémité est, accueil d'une zone d'emplois importante et étendue tout au long de la voie de chemin de fer ;
- Zone résidentielle située dans le secteur plus à l'ouest et caractérisée par des loyers plus faibles qu'à l'ouest du Plateau Mont-Royal.

#### Socio-démographie

- 19 020 habitants en 2011 ;
- Importante présence des jeunes adultes - 38 % de la population soit 7 228 personnes - tendance qui se renforce ;
- Près de la moitié des familles sont sans enfant ;
- Revenu moyen de la population plus faible qu'au niveau montréalais (respectivement 27 700 \$ et 30 117 \$).

#### Économie

- 299 entreprises qui comptent au total plus de 4 591 travailleurs ;
- Trois grands édifices, situés plutôt au nord de notre zone d'étude, accueillent 127 entreprises ;
- Quelques entreprises sont d'importants employeurs mais la plupart des entreprises emploie moins de 5 personnes.

### 2. MARCHÉS

- Le marché des restaurants à service restreint, auquel semblerait appartenir le futur commerce pour répondre au mieux au besoin des travailleurs, est en croissance. Les ventes annuelles par établissements ont dépassé celles des restaurants à service complet. De plus, leur marge bénéficiaire d'exploitation est plus importante. Les tendances sont positives.

### 3. TAILLE DU MARCHÉ POTENTIEL

- Les ménages du Plateau Est dépensent 825 \$ / an pour les soupers et 718 \$ / an pour les dîners. Les dépenses pour les déjeuners et les encas sont largement moins importantes, respectivement 140 \$ / an et 80 \$ / an. Le potentiel commercial en restauration à l'heure du souper s'élève au total à plus de 8,9 millions de dollars, celui pour le dîner à plus de 7,8 millions de dollars.

- La taille du marché potentiel des travailleurs est importante bien qu'il soit difficile de la chiffrer. A titre indicatif, d'après Géocom, un travailleur du centre-ville dépenserait 1270 \$ par an pour se restaurer à proximité de son lieu de travail.

#### 4. DONNÉES CLÉ EXTRAITES DU SONDRAGE – LES TRAVAILLEURS

- Les répondants dînent principalement – à 70 % – sur leur lieu de travail.
- La majorité des répondants dînent des plats cuisinés de chez eux sur leur lieu de travail (à 77 %) mais ils sont également plus de la moitié (à 53 %) à dîner un sandwich ou autre acheté à l'extérieur.
- La fréquence d'achat de dîner par les répondants est très disparate. Toutefois, le sondage indique que globalement, la grande majorité des répondants – 82 % – achète au moins un dîner par semaine.
- 58 % des répondants sont insatisfaits de l'offre présente du Plateau Est en matière de services de restauration.
- Certains répondants trouvent l'offre « adéquate », d'autres l'a trouvent trop lointaine pour être rejointe à pied. Beaucoup déplorent aussi le manque de diversité et d'offre alimentaire « saine ».
- Pour les travailleurs, les trois critères les plus importants pour un service de restauration sont les suivants :
  - Une cuisine saine, équilibrée ;
  - Des prix abordables ;
  - Une possibilité de manger rapidement.
- Pour les répondants travailleurs, il importe peu de manger sur place, au sein du service de restauration. En effet, pour 35 % des interrogés cela n'importe pas et pour 47 % cela dépend des jours, certains ils préfèrent manger sur place, d'autre fois, ils préfèrent emporter.
- En ce qui concerne les horaires d'ouverture, les travailleurs privilégient à 79 % une ouverture en semaine pour le dîner.
- Pour ce qui est des dépenses potentielles pour un lunch, les répondants auraient majoritairement (64 %) un budget compris entre 7 et 11 \$.

#### 5. DONNÉES CLÉ EXTRAITES DU SONDRAGE – LES RÉSIDENTS

- Les habitudes de consommation des répondants résidents en matière de fréquentation de services de restauration sont très éclatées. Alors que 37 % des répondants se rendent dans des services de restauration deux à trois fois par semaine, 30 % s'y rendent une fois par mois ou moins.

- Par ailleurs, pour la moitié des répondants, il est important de manger sur place dans un service de restauration. Pour l'autre moitié, la préférence est variable : tantôt, ils préfèrent manger dans le service, tantôt ils préfèrent emporter.
- 61,1 % des répondants résidents sont satisfaits de l'offre présente dans le Plateau Est en matière de service de restauration.
- Les avis divergent toutefois grandement sur cette offre, alors que certains l'a qualifient de diversifiée et de « bonne », d'autres ne la trouvent pas assez variée, cantonnée à de la restauration rapide. De la même façon pour les prix, plusieurs trouvent l'offre trop dispendieuse, d'autres la qualifie de « pas chère ».
- Selon eux, les trois critères les plus importants pour un service de restauration sont :
  - Une cuisine saine, équilibrée ;
  - Des prix abordables ;
  - Éthique (produits locaux, produits bio, issus du commerce équitable).
- En ce qui a trait aux horaires d'ouverture que devrait privilégier le futur commerce, selon les répondants résidents, ce serait principalement en soirée la semaine (76 %) ou en fin de semaine (57 %).
- La majorité des répondants résidents (63 %) aurait un budget compris entre 10 et 20 \$ pour un repas individuel.

## 6. OFFRE EXISTANTE / CONCURRENCE

- Au sein de la zone d'emplois du Plateau-Est, il n'y a que peu de services de restauration de qualité pour satisfaire un marché de plus de 4500 clients potentiels (en ne comptant que les travailleurs).
- La portion Est de l'artère commerciale de l'avenue du Mont-Royal accueille quelques services de restauration mais sa position centrale ne permet pas d'être atteinte par tous les travailleurs à l'heure du lunch.

## 7. IDÉES INSPIRANTES

- Plusieurs idées sont inspirantes pour combler le besoin et desservir le marché du Plateau Est :
  - Cuisine de rue
  - Restaurant de type cafétéria, par exemple : Projet Part tout près dans les shop Angus, Red Path dans Pointe Saint-Charles, Cuisine Atout dans Pointe Saint-Charles, etc.
  - Restaurant de type buffet, par exemple : Panthère Verte dans le Mile-End, etc.
  - Commerce avec un comptoir de produits prêt à manger et/ou sandwich rapide faite sur place, par exemple : Vua dans le Quartier-Latin, un restaurant de Sushis, Chez Cassandra dans le Plateau Est, La Fruiterie Chez Roger dans le Plateau Est, etc.

LA PRÉSENTE ÉTUDE DE MARCHÉ ÉTAIT PRINCIPALEMENT AXÉE SUR LE BESOIN D'UN SERVICE DE RESTAURATION POUR LES TRAVAILLEURS.

AU FINAL, ELLE VALIDE L'EXISTENCE DE CE BESOIN. LA FORME QUE POURRAIT PRENDRE CE COMMERCE N'EST PAS ARRÊTÉE. TOUTEFOIS CERTAINS CRITÈRES ET NOTAMMENT LA QUALITÉ DE LA NOURRITURE ET SON ASPECT SANTÉ SEMBLENT IMPORTANTS AUSSI BIEN POUR LES TRAVAILLEURS QUE POUR LES RÉSIDENTS. PLUSIEURS IDÉES INSPIRANTES ONT ÉTÉ PRÉSENTÉES.

L'ÉTUDE VALIDE ÉGALEMENT LA PRÉSENCE D'UN MARCHÉ POTENTIEL IMPORTANT POUR CE TYPE DE COMMERCE ; LES RÉSIDENTS PEUVENT PERMETTRE AU FUTUR COMMERCE D'ÉLARGIR SES PLAGES D'OUVERTURE ET SES SOURCES DE REVENUS.

AUSSI, ÉTANT DONNÉ L'ÉTENDUE DE LA ZONE, LA LOCALISATION DU COMMERCE SERA DÉTERMINANTE.

EN ALLANT PLUS LOIN, L'ÉTUDE DE MARCHÉ RÉVÈLE L'EXISTENCE D'AUTRES BESOINS NON SATISFAITS PRÉSENTEMENT : CAFÉS, ÉPICERIES, CINÉMA SERAIENT LES BIENVENUS DANS L'EST DU PLATEAU.

## VII. BIBLIOGRAPHIE

Agriculture et Agroalimentaire Canada, « *Le consommateur canadien - Comportement, attitudes et perceptions à l'égard des produits alimentaires* », Rapport d'analyse des marchés, Mai 2010, [consultable en ligne : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/can/pdf/5505-fra.pdf>].

AMT, « *Enquête Origine-Destination* », 2008.

Association des restaurateurs du Québec, « *Profil et performance de la restauration québécoise* », 2012.

CDEC CS-PMR, « *Étude économique de la zone d'emploi du Plateau Est* », 2012 [téléchargement en ligne : <http://www.cdec-cspmr.org/Etudes>].

CDEC CS-PMR, « *Plan d'action local pour l'économie et l'emploi 2012-2015 du Plateau Mont-Royal* », 2011, [téléchargement en ligne : <http://www.cdec-cspmr.org/PALÉE20122015>].

Direction de l'analyse économique, Direction générale des politiques et des sociétés d'État, Ministère du Développement économique de l'Innovation et de l'Exportation, « *Taux de survie des nouvelles entreprises au Québec* », 2008, [consultable en ligne : [http://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes\\_statistiques/entrepreneuriat\\_pme/nouvelle\\_entreprise\\_taux\\_survie\\_2008.pdf](http://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes_statistiques/entrepreneuriat_pme/nouvelle_entreprise_taux_survie_2008.pdf)].

Léger Marketing pour l'Association des restaurateurs du Québec, « *Habitudes de restauration des Québécois pour les cinq prochaines années* », 2007 [consultable en ligne : [http://www.restaurateurs.ca/wp-content/uploads/2009/12/rapport\\_lger\\_marketing\\_pour\\_diffusion-2009.pdf](http://www.restaurateurs.ca/wp-content/uploads/2009/12/rapport_lger_marketing_pour_diffusion-2009.pdf)].

Montréal en statistiques, « *Données de consommation pour le secteur Est du Plateau Mont-Royal* », 2010.

Statistiques Canada, « *Recensement de la population* », 2011, [consultable en ligne : <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-fra.cfm>].

Statistiques Canada, « *Profil des petites entreprises* », 2010, [consultable en ligne : <http://www.ic.gc.ca/eic/site/pp-pp.nsf/fra/accueil>].

Statistiques Canada, « *Recensement de la population* », 2006, [consultable en ligne : <http://www12.statcan.ca/census-recensement/2006/rt-td/index-fra.cfm>].

Serecon Management Consulting Inc. pour Agriculture et Agroalimentaire Canada, « *Tendances alimentaires au Canada d'ici à 2020 - Perspectives de la consommation à long terme* », 2005, [consultable en ligne : <http://www.agrireseau.qc.ca/agriculturebiologique/documents/Tendances%20alimentaires%20en%202020.pdf>].



## **VIII. ANNEXES**

**ANNEXE 1 : Sondage destiné aux travailleurs**

**ANNEXE 2 : Sondage destiné aux résidents**

**ANNEXE 3 : Données de consommation pour le secteur est du Plateau Mont-Royal**

## ANNEXE 1 : SONDAGE DESTINÉ AUX TRAVAILLEURS

1. Quelle est votre tranche d'âge ?
  - Moins de 18 ans
  - Entre 18 et 35 ans
  - Entre 36 et 45 ans
  - Entre 45 et 59 ans
  - Plus de 60 ans
2. Êtes-vous :
  - Un homme
  - Une femme
3. Dans quelle tranche se situe votre revenu personnel ?
  - Moins de 20 000 \$
  - Entre 20 000 et 35 000 \$
  - Entre 30 000 et 50 000 \$
  - Plus de 50 000 \$
4. Quels sont le nom et l'adresse de votre lieu de travail ?
5. Quel est le code postal de votre lieu de résidence ?
6. Où dînez-vous lorsque vous travaillez ? (Plusieurs réponses possibles)
  - À votre domicile
  - Au restaurant
  - Sur votre lieu de travail
  - Autre, précisez :
7. Si vous dînez sur votre lieu de travail, que mangez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)
  - Des plats cuisinés de chez vous
  - Un sandwich ou autre achetés à l'extérieur
  - Un dîner à la cafeteria de votre entreprise
8. En moyenne, à quelle fréquence achetez-vous un dîner ?
  - Tous les jours
  - 2 à 3 fois par semaine
  - 1 fois par semaine
  - 1 fois par mois ou moins
  - Jamais

9. Trouvez-vous l'offre alimentaire suffisante, pour vos besoins, près de votre travail ?

- Oui
- Non

10. Que pensez-vous de cette offre alimentaire ?

11. Combien êtes-vous prêt à payer pour un dîner ?

- Moins de 7 \$
- De 7 \$ à 11 \$
- 12 \$ et plus

12. Dans un service de restauration, quel degré d'importance accordez-vous à :

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas important
Une cuisine saine, équilibrée				
Des prix abordables				
Une possibilité de manger rapidement				
L'éthique (produits locaux, produits bio, issus du commerce équitable)				
Une cuisine d'autres cultures				
Une ambiance calme, tranquille				

13. Quand vous allez au restaurant le midi est-il important de manger sur place ?

- Oui
- Non, je préfère emporter mon dîner
- Ça dépend des jours

14. Aimeriez-vous qu'un restaurant soit ouvert : (Plusieurs réponses possibles)

- En semaine le matin pour prendre un déjeuner, un café
- En semaine pour le dîner
- En semaine l'après-midi pour une pause-café, thé...
- En semaine le soir pour des plats à emporter au bureau ou à la maison

15. Avez-vous d'autres idées de commerces / entreprises qui seraient structurant(e)s pour le Plateau Est ?

## ANNEXE 2 : SONDAGE DESTINÉ AUX RÉSIDENTS

1. Quelle est votre tranche d'âge ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 35 ans
- Entre 36 et 45 ans
- Entre 45 et 59 ans
- Plus de 60 ans

2. Êtes-vous :

- Un homme
- Une femme

3. Dans quelle tranche se situent vos revenus familiaux ?

- Moins de 20 000 \$
- Entre 20 000 et 45 000 \$
- Entre 45 000 et 70 000 \$
- Plus de 70 000 \$

4. Quel est votre code postal ?

5. En moyenne, à quelle fréquence vous rendez-vous dans un service de restauration ?

- 2 à 3 fois par semaine
- 1 fois par semaine
- 1 fois par mois ou moins
- Jamais

6. Trouvez-vous l'offre de restauration suffisante, pour vos besoins, près de votre domicile ?

- Oui
- Non

7. Que pensez-vous de cette offre ?

8. Combien êtes-vous prêt à payer pour un repas individuel ?

- Moins de 10 \$
- De 10 \$ à 20 \$

- Plus de 20 \$

9. Dans un service de restauration, quel degré d'importance accordez-vous à :

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas important
Une cuisine saine, équilibrée				
Des prix abordables				
Une possibilité de manger rapidement				
L'éthique (produits locaux, produits bio, issus du commerce équitable)				
Une cuisine d'autres cultures				
Une ambiance calme, tranquille				

10. Quand vous allez au restaurant est-il important de manger sur place ?

- Oui, de préférence
- Non, je préfère emporter mon repas
- Ça dépend des jours

11. Aimeriez-vous qu'un restaurant soit ouvert : (Plusieurs réponses possibles)

- En semaine le matin pour prendre un déjeuner, un café
- En semaine pour le dîner
- En semaine l'après-midi pour une pause-café, thé...
- En semaine le soir
- En fin de semaine

12. Avez-vous d'autres idées de commerces / entreprises qui seraient structurant(e)s pour le Plateau Est ?

## ANNEXE 3 : DONNÉES DE CONSOMMATION POUR LE SECTEUR EST DU PLATEAU MONT-ROYAL

	Dépenses totales	Dépenses par ménage	%
<b>Dépenses totales en alimentation</b>	<b>\$74 775 576</b>	<b>\$6 878</b>	
Aliments achetés dans un commerce	\$51 637 169	\$4 750	69%
Lors d'un séjour de plus d'une journée en dehors du foyer	\$4 339 226	\$399	6%
Localement ou lors de voyages d'une journée	\$47 297 946	\$4 350	63%
Aliments achetés au restaurant	\$23 138 413	\$2 128	31%
Lors d'un séjour de plus d'une journée en dehors du foyer	\$3 967 855	\$365	5%
Localement ou lors de voyages d'une journée	\$19 170 557	\$1 763	26%
<b>Dépenses en alimentation par type de commerce (achats locaux)</b>	<b>\$47 297 946</b>	<b>\$4 350</b>	
Épiceries	\$35 591 668	\$3 274	75%
Magasins spécialisés	\$7 719 145	\$710	16%
Dépanneurs	\$975 689	\$90	2%
Autres magasins	\$3 011 448	\$277	6%
<b>Dépenses en alimentation par catégorie (achats locaux en magasin)</b>	<b>\$47 297 946</b>	<b>\$4 350</b>	
Viande	\$9 930 409	\$913	21%
Poisson et autres produits de la mer	\$1 500 672	\$138	3%
Produits laitiers et oeufs	\$8 840 669	\$813	19%
Boulangerie et autres produits céréaliers	\$6 130 119	\$564	13%
Fruits et noix	\$5 995 216	\$551	13%
Légumes	\$5 047 237	\$464	11%
Condiments épices et vinaigre	\$1 618 927	\$149	3%
Sucre et produits à base de sucre	\$1 236 610	\$114	3%
Café et thé	\$653 401	\$60	1%
Huiles et gras	\$460 188	\$42	1%
Autres	\$4 182 009	\$385	9%
Boissons non alcoolisées	\$1 702 483	\$157	4%
<b>Dépenses totales en alimentation</b>	<b>\$74 775 576</b>	<b>\$6 878</b>	
Aliments achetés d'un commerce	\$51 637 169	\$4 750	69%
Lors d'un séjour de plus d'une journée en dehors du foyer	\$4 339 226	\$399	6%
Localement ou lors de voyages d'une journée	\$47 297 946	\$4 350	63%
Supermarchés	\$35 591 668	\$3 274	48%
Épiceries spécialisées	\$7 719 145	\$710	10%
Dépanneurs	\$975 689	\$90	1%
Autres	\$3 011 448	\$277	4%
Aliments achetés au restaurant	\$23 138 413	\$2 128	31%
Lors d'un séjour de plus d'une journée en dehors du foyer	\$3 967 855	\$365	5%
Service à table	\$2 628 663	\$242	4%
Fast food	\$859 963	\$79	1%
Cafétérias	\$274 581	\$25	0%
Autres	\$204 644	\$19	0%
Déjeuners	\$401 212	\$37	1%
Dîners	\$918 198	\$84	1%
Soupers	\$2 320 979	\$213	3%
Entre les repas	\$327 472	\$30	0%
Localement ou lors de voyages d'une journée	\$19 170 557	\$1 763	26%
Service à table	\$10 030 457	\$923	13%
Fast food	\$5 348 708	\$492	7%
Cafétérias	\$1 613 083	\$148	2%
Autres	\$2 178 305	\$200	3%
Déjeuners	\$1 526 684	\$140	2%
Dîners	\$7 803 558	\$718	10%
Soupers	\$8 972 384	\$825	12%
Entre les repas	\$867 920	\$80	1%