



Étude de marché

Espace café-bistrot

Mise en contexte

Un café-bistrot au cœur de la Maison de la Francophonie : une vitrine culturelle et un levier économique

L'ajout d'un café-bistrot à l'intérieur de la future Maison de la Francophonie représente bien plus qu'un simple service alimentaire : il s'agit d'un espace vivant, rassembleur et identitaire, qui deviendra un point de convergence naturel pour les visiteurs, les membres de la communauté, les professionnels en coworking, les participants aux activités et les organismes locataires. Offrir une expérience culinaire francophone, accessible et chaleureuse, contribuera non seulement à renforcer le sentiment d'appartenance à la francophonie, mais aussi à bonifier l'attractivité de la Maison comme lieu de rencontre et de rayonnement culturel.

Cette étude explore les avantages d'aménager un espace café-bistrot sur place, que ce soit en le louant à un restaurateur local déjà en activité, ou en opérant le service à l'interne, par une équipe ou un partenaire communautaire.

Comparativement à un modèle reposant uniquement sur un service traiteur ponctuel, le bistrot permettra de :

- Une présence continue et une ambiance chaleureuse au quotidien
- Un revenu locatif ou d'autofinancement pour la Maison
- La création d'emplois locaux francophones (privilégier les étudiants)
- L'organisation d'événements culturels, 5 à 7, brunchs communautaires ou conférences avec service de traiteur (externe : une liste de traiteur avec qui nous aurons une entente sera proposée avec ristourne pour la Maison)

- Une offre alimentaire cohérente avec les valeurs et besoins de la communauté francophone
- La possibilité d'établir un partenariat gagnant-gagnant avec un restaurateur qui partage les objectifs du projet

Le besoin

- **Croissance** :
 - La population francophone et francophile de Regina est en légère hausse, stimulée par l'immigration, l'attrait des programmes d'immersion et la dynamique communautaire.
 - Augmentation des activités et des événements en français, ce qui génère un besoin accru pour des espaces de type café bistrot adaptés à cette clientèle.
- **Tendances** :
 - Multiplication des initiatives pour valoriser la culture francophone (festivals, soirées thématiques, ateliers culinaires, etc.).
 - Besoin d'espaces hybrides (café, restauration rapide, lieu de rencontre, espace événementiel).

Objectifs

L'intégration d'un café-bistrot à la Maison de la Francophonie vise à créer un lieu vivant et accueillant qui stimule les rencontres, valorise la culture francophone, soutient l'économie locale et génère des revenus tout en enrichissant l'expérience globale des usagers.

▪ **Créer un espace de convivialité et de rencontres**

Offrir un lieu accessible, chaleureux et vivant favorisant les échanges spontanés, les discussions informelles, le réseautage et les liens communautaires.

▪ **Soutenir l'animation et la fréquentation de la Maison**

Attirer une clientèle diversifiée — travailleurs autonomes, visiteurs, étudiants, familles, partenaires — et stimuler l'achalandage global du bâtiment.

▪ **Générer des revenus autonomes pour la Maison**

Permettre une rentabilité partielle ou complète de l'espace par un modèle de

location à un restaurateur ou l'exploitation directe avec revenus de vente, par le biais d'ententes avec des traiteurs.

- **Favoriser l'emploi et l'entrepreneuriat local francophone**

Offrir des opportunités d'affaires ou d'emploi à des entrepreneurs, jeunes ou nouveaux arrivants francophones dans le secteur de la restauration.

- **Offrir un service complémentaire aux activités internes**

Accompagner les formations, les événements, les ateliers ou les expositions avec des services de boissons, repas ou collations adaptés.

- **Développer des partenariats stratégiques**

Collaborer avec des producteurs locaux, des traiteurs francophones, ou des institutions d'enseignement pour enrichir l'offre, offrir des stages, ou organiser des événements conjoints.

CE QUE L'ON PRÉCONISE :

- **Modèle mixte** : Le modèle le plus courant est une gestion par un traiteur externe (repas préparés hors site et servis sur place) ou un restaurant intégré avec cuisine sur place (comme à Edmonton – Café Bicyclette).
- **Service traiteur** : La plupart des Maisons de la francophonie privilégient le service traiteur pour la flexibilité et la gestion des coûts.
- **Intégration communautaire** : Le bistrot devient un lieu de vie, favorisant les rencontres, les événements culturels et la valorisation des produits locaux.
- **Adaptabilité** : Proposer des menus adaptés (végétarien, sans gluten, etc.), des horaires flexibles, et des services annexes (traiteur pour événements internes/externes).

DONC nous privilégierons :

- Un **service hybride** où un traiteur externe livre les repas qui sont ensuite vendus et consommés sur place.

Éventuellement :

- Une **cuisine sur place** avec préparation et service direct aux clients (modèle « restaurant » classique)

État des lieux

Tendances de consommation :

- Recherche d'espaces de rassemblement en français pour socialiser, travailler, célébrer la culture et participer à des événements.
- Forte valorisation des produits locaux, artisanaux, de la convivialité et d'une ambiance authentique rappelant les bistrots européens.
- Besoin d'offres adaptées aux familles, aux étudiants et aux professionnels (plats rapides, sains, ambiance chaleureuse, options végétariennes et sans gluten).

Facteurs de succès identifiés par les acteurs existants

- **Identité francophone forte** : Un lieu qui valorise la langue et la culture française attire la clientèle et favorise leur fidélisation.
- **Réseau communautaire** : S'appuyer sur les associations et institutions francophones pour la programmation, la promotion et l'organisation d'événements.
- **Accessibilité et convivialité** : Offrir un espace inclusif, intergénérationnel, adapté aux familles, aux étudiants et aux professionnels.
- **Qualité de l'offre** : Produits frais, locaux, faits maison, avec des options variées pour répondre aux besoins de la communauté (plats à emporter, menus santé, pâtisseries artisanales).
- **Synergie avec les événements** : Adapter l'offre et les horaires en fonction de la programmation communautaire et culturelle.

Marché cible

Le marché cible pour un café-bistrot francophone à l'intérieur de la Maison de la Francophonie à Regina se compose d'une clientèle à la fois diversifiée, nichée et en croissance, regroupant des francophones, des francophiles, ainsi que des utilisateurs réguliers ou ponctuels de la Maison. Ce marché est renforcé par une tendance croissante à consommer local, à rechercher des lieux identitaires et communautaires et à favoriser les expériences culturelles authentiques, même dans des contextes urbains anglophones. Le café-bistrot peut ainsi devenir un point d'ancrage culturel, un lieu de socialisation intergénérationnel, et un levier économique francophone dans la capitale saskatchewanaise.

Le café-bistrot s'adressera en priorité à la communauté francophone de Regina et des environs, incluant :

- Les travailleurs autonomes, professionnels et entrepreneurs fréquentant l'espace de coworking ou les bureaux ;
- Les membres d'organismes francophones établis dans la Maison ou de passage pour des rencontres ou événements ;
- Les étudiants et jeunes adultes francophones, notamment ceux de l'Université de Regina ou des écoles fransaskoises ;
- Les familles et aînés francophones, en visite pour des activités culturelles, communautaires ou éducatives ;
- Les nouveaux arrivants francophones, à la recherche de repères, de réseaux et d'un lieu social francophone accessible ;
- Les francophiles anglophones, curieux de découvrir une offre culinaire et culturelle différente, dans un lieu accueillant et bilingue ;
- Les participants aux événements publics, conférences, ateliers, spectacles ou 5 à 7 organisés dans la Maison.

Offre concurrentielle

Concurrence directe :

Il y a une certaine concurrence directe sur le marché à ce que pourrait être notre café bistrot, par rapport au service offert en français. Nous y trouvons :

Nom	Localisation	Capacité estimée	Positionnement
<u>Le Macaron</u>	2705 Quance St East, Regina, Saskatchewan	Approx.30 places	Café français, pâtisseries, ambiance européenne Heures d'ouverture Dimanche : 9h-17h Lundi : Fermé Du mardi au samedi : 8h- 18h Station de crêpes et sandwiches : 8h-16h tous les jours
<u>Café Français</u>	1-425, avenue Victoria E, Regina, Saskatchewan	Non précis, estimé à environ 40-60 places	Principal bistrot d'inspiration française à Regina, fréquenté par la communauté francophone et francophile. Boulangerie-pâtisserie et café français, petits déjeuners, déjeuners et brunchs ; clientèle locale, familles, amateurs de cuisine française Mar-Ven : 8h30-15h30 Sam : 9h-16h Dim : 9h-15h Lundi : fermé
<u>Skye Café & Bistro</u>	2903, promenade Powerhouse, Centre des sciences, Regina (Saskatchewan)	56 places assises + terrasse l'été	Bistro local axé sur la fraîcheur et l'artisanat, apprécié des francophiles. Cuisine contemporaine, saine et canadienne, ingrédients

			locaux et bio ; clientèle : familles, professionnels, personnes soucieuses de santé Mar-Ven : 10h-15h Sam-Dim : 9h30-15h Lundi : fermé
<u>Bar santé (Regina Assumpta)</u>	Probablement à Regina, SK, près de l'école Regina Assumpta	Non trouvé	Espaces conviviaux fréquentés par des francophones pour des rencontres, brunchs ou événements. Bar santé dédié aux élèves, personnel et visiteurs de l'école, proposant collations et boissons saines

Concurrence indirecte :

- Cafés indépendants et chaînes offrant des espaces de travail et de rencontre, parfois utilisés par les francophones pour des activités informelles.
- Restaurants et traiteurs proposant des options françaises ou européennes, mais sans identité communautaire forte.

Nom	Localisation	Capacité estimée	Positionnement
The French Press	Quartier Cathedral	Approx.40 places	Café-bistrot, brunch, cuisine maison, local
Café Drip	Centre-ville	Approx.25 places	Café de spécialité, ambiance moderne, local
Everyday Kitchen	Warehouse District	Approx.50 places	Café artisanal, brunch, produits maison

Taux de fréquentation des établissements similaires

- Les cafés et bistrots à Regina accueillent régulièrement des événements francophones (soirées, brunchs, spectacles), ce qui augmente leur taux d'occupation lors de ces occasions.
- Les établissements comme le Café Français bénéficient d'une clientèle fidèle, particulièrement lors des événements culturels, des rencontres associatives ou des activités scolaires en français.
- La demande pour des lieux francophones est soutenue par la vitalité des organismes (Association canadienne-française de Regina, Conseil culturel fransaskois, etc.) et la programmation événementielle régulière.

Analyse des parts de marché estimées

- Les grandes chaînes (Tim Hortons, Starbucks) dominent le marché du café à Regina, mais les cafés-bistrots indépendants conservent une clientèle fidèle, surtout dans les quartiers centraux.
- Les établissements à thématique française ou européenne représentent une niche, avec un potentiel de croissance auprès de la communauté francophone et des amateurs de cuisine authentique.
- Le segment des cafés-bistrots indépendants reste fragmenté, aucun acteur local ne dépassant 5% du marché dans ce segment.
- Les offres différenciées (produits maison, événements, ambiance francophone) sont des leviers pour attirer une clientèle nouvelle et fidéliser les habitués.

Bénéfices

Services et avantages différenciateurs :

- **Produits maison** (pâtisseries, viennoiseries, confitures).
- **Ambiance locale et conviviale**, parfois renforcée par des collaborations avec des producteurs locaux.
- **Événements ponctuels** (soirées à thème, ateliers café, brunchs spéciaux).
- **Espaces adaptés** pour le télétravail ou les rencontres informelles, mais sans réelle offre de coworking structurée.

Positionnement envisagé

Accessible et spécialisé : Le café-bistrot de la Maison de la Francophonie à Regina vise un positionnement accessible, tout en mettant l'accent sur la spécialisation dans la cuisine et la culture francophones. L'objectif est de créer un espace inclusif, ouvert à tous, mais particulièrement axé sur la valorisation de l'expérience culinaire et sociale francophone.

Éléments différenciateurs proposés

- **Ambiance francophone authentique** : Un décor et une atmosphère qui rappellent les bistrots européens, favorisant les échanges en français et la convivialité communautaire.
- **Offre culinaire distinctive** : Plats, pâtisseries et boissons inspirés de la tradition française, préparés avec des ingrédients de qualité et une attention particulière à l'authenticité. Menus pour petits-déjeuners, brunchs, déjeuners et desserts gourmets, avec options santé, végétariennes et sans gluten.
- **Services bilingues** : Personnel accueillant et service en français et en anglais, renforçant l'identité francophone du lieu.
- **Horaires adaptés** : Ouverture en journée, avec des plages horaires adaptées aux habitudes de la clientèle locale. À évaluer pour les ouvertures en soirée selon les ententes établies ou événements.
- **Espaces polyvalents** : Possibilité d'organiser des événements culturels, des ateliers, des rencontres littéraires ou artistiques, créant un lieu vivant au cœur de la communauté.

Valeur ajoutée pour la clientèle cible

- **Point de rencontre francophone** : Le café-bistrot devient un lieu central pour la communauté fransaskoise, favorisant le réseautage, l'échange intergénérationnel et la visibilité de la culture francophone à Regina.
- **Expérience culinaire unique** : Accès à une cuisine raffinée et authentique, différente de l'offre habituelle dans la région, avec une attention particulière à la qualité et à l'innovation dans les plats proposés.
- **Soutien à la vitalité culturelle** : En fréquentant le café-bistrot, la clientèle contribue directement à la pérennité des initiatives culturelles et communautaires francophones dans la province.
- **Accessibilité et inclusion** : Lieu ouvert à tous, avec une politique de prix abordables et des choix adaptés à divers besoins alimentaires, permettant d'accueillir une clientèle variée tout en restant fidèle à sa mission francophone.

Analyse SWOT de l'offre existante sur le marché

Forces :

- Présence de cafés aux influences européennes, appréciés pour leurs produits maison et leur ambiance chaleureuse.
- Qualité du café et des pâtisseries, avec une clientèle fidèle dans certains établissements.
- Certains bistrots proposent des brunchs et des menus variés.

Faiblesses :

- Offre francophone limitée : peu d'établissements axés spécifiquement sur la culture ou la communauté francophone.
- Capacité d'accueil souvent restreinte, peu d'espaces adaptés aux événements communautaires ou au coworking.
- Peu d'innovation dans les formules d'abonnement ou de fidélisation.

Opportunités :

- **Créer une offre francophone unique dans le marché local**
 - Comblé un vide en matière de restauration ou de café axé sur la francophonie, la culture et l'identité francophone à Regina.

- **Capitaliser sur l'image européenne et artisanale**
 - Miser sur l'appréciation déjà existante pour les cafés de qualité (produits maison, ambiance chaleureuse) pour proposer une offre distinctive et cohérente.
- **Intégrer le café à une structure multifonctionnelle**
 - Tirer parti des flux de visiteurs, événements et utilisateurs réguliers (coworking, incubateur, organismes) pour garantir une clientèle de base.
- **Offrir des espaces flexibles et adaptés aux usages communautaires**
 - Répondre à un besoin clair d'espaces conviviaux pour réunions, événements, soirées thématiques, ou activités culturelles francophones.
- **Innover dans les modèles de fidélisation**
 - Proposer des cartes de membre, abonnements café, brunchs mensuels ou avantages aux usagers réguliers de la Maison.
- **Attirer les francophiles et les nouveaux arrivants**
 - Positionner le bistrot comme un lieu d'accueil, d'inclusion et de découverte pour les francophiles, étudiants et immigrants francophones.

Menaces :

- **Marché de la restauration déjà concurrentiel**
 - Présence d'établissements bien ancrés, notamment ceux misant sur le café de spécialité ou l'ambiance locale.
- **Risque de marginalisation en raison de la langue**
 - Un positionnement trop exclusivement francophone pourrait freiner certains clients anglophones. Un équilibre bilingue est à privilégier.
- **Coûts d'exploitation élevés vs revenus incertains**
 - Lancement d'un restaurant ou bistrot implique des investissements importants (équipement, personnel, licences), avec un retour sur investissement parfois long.
- **Habitudes de consommation post-pandémie**
 - Changement des habitudes (télétravail, livraisons, réduction des sorties) pouvant limiter la fréquentation, surtout en semaine.
- **Dépendance au succès global de la Maison**
 - Si la fréquentation globale de la Maison de la francophonie est faible, le café-bistrot pourrait en souffrir.

Tarification et prix

Le café offrira un menu original, savoureux et frais. Par notre souci de qualité et d'innovation, nos repas et desserts se démarqueront des autres cafés dans la région.

À tous les jours, de la nourriture fraîche sera servie, des sandwiches, des paninis, des salades pour plaire à tous, des soupes, des croissants, viennoiseries, café, des jus, etc.

Des combo pourrait être proposés à l'heure du lunch par exemple, proposant sandwich et soupe, ou sandwich et salade, etc.

- Plats principaux (combos) entre 12\$ et 18\$, pâtisseries autour de 4\$ à 6\$, boissons chaudes entre 3\$ et 6\$.
- **Services traiteur** : Offres variables, sur devis pour événements privés.

Analyse financière sommaire

Afin d'assurer la viabilité et la pérennité du projet de café-bistrot à la Maison de la francophonie en Saskatchewan, il est essentiel de présenter une analyse financière sommaire d'anticiper les investissements nécessaires, d'estimer les recettes et dépenses prévues, et d'identifier les principaux leviers de rentabilité.

1. Investissement initial

- Aménagement des locaux et mobilier (tables, chaises, comptoirs, décoration)
- Achat d'équipements (caisse, machine à café, vitrines, etc.)
- Logiciels de gestion (point de vente, gestion d'inventaire, etc.)
- Caution/localisation : premier loyer, assurances, licences et permis nécessaires

Pour une structure café-bistrot sans cuisine professionnelle sur place (recours à un traiteur), l'investissement initial sera plus faible car il n'y a pas nécessité d'aménager une cuisine équipée et mise aux normes. Il peut être valorisé de 40 000\$ à 100 000\$ selon le concept, la taille et le choix d'équipement.

2. Revenus mensuels prévisionnels

Les revenus dépendent du nombre de clients, du panier moyen et de la diversité des offres (cafés, pâtisseries, repas légers, événements, etc.) :

- Nombre de clients/jour : estimation basée sur la capacité, la localisation et l'achalandage attendu.
- Panier moyen : généralement entre 8\$ et 18\$ par personne pour ce type d'établissement.
- Autres revenus : ventes à emporter, événements spéciaux, vente de produits dérivés (si applicable).

3. Coûts d'exploitation mensuels

a) Coûts variables :

- Coût des marchandises vendues : prix des produits achetés au commerçant ou aux fournisseurs (représente souvent 25 à 35 % des ventes).
- Frais de livraison (le cas échéant).

b) Coûts fixes

- Loyer
- Salaires et avantages pour le personnel non-cuisine (service au comptoir, superviseur, personnel de salle)
- Services publics (électricité, eau, gaz)
- Assurances, licences, entretien

c) Autres frais

- Marketing et communication
- Petits équipements et fournitures
- Frais bancaires et logiciels

4. Rentabilité et points de vigilance

- Ratio prime cost (CMV + salaires non-cuisine/sur chiffre d'affaires) : doit rester sous 60–65% pour garantir une rentabilité correcte.
- Seuil de rentabilité : calculer le montant minimum de ventes mensuelles nécessaires pour couvrir tous les frais (le seuil de rentabilité pour un petit café-bistrot va souvent de 14,000\$ à 25,000\$/mois selon la structure de coûts et la ville).
- Marge nette visée : dans le secteur, une marge nette de 7 à 15 % est déjà considérée comme saine.

5. Recommandations

- Bien dimensionner l'investissement initial : éviter de sur évaluer les besoins en équipement.
- Suivre mensuellement les coûts variables (négocier avec les fournisseurs/traiteurs).
- Optimiser l'affluence et le panier moyen via une offre attractive et un programme de fidélité.
- Ajuster le personnel en fonction de la fréquentation réelle.
- Réaliser une première évaluation au bout de 12 mois pour ajuster le modèle économique.

Facteurs de réussite et risques

Facteurs clés de réussite :

- **Positionnement communautaire** : Être intégré dans la Maison de la francophonie offre un accès direct à la communauté fransaskoise, avec un fort sentiment d'appartenance et de soutien local.
- **Offre culturelle et linguistique unique** : Proposer une expérience francophone authentique (menus, événements, ambiance) attire non seulement les francophones mais aussi les curieux et touristes à la recherche d'authenticité.
- **Partenariats avec les organismes locaux** : Collaborer avec les associations culturelles, éducatives et artistiques francophones de Regina pour organiser des événements, ateliers ou soirées thématiques, générant un flux régulier de clients.
- **Qualité des produits et du service** : Offrir des produits frais, de qualité, et un service attentionné, éléments souvent mis en avant dans les avis positifs sur les bistrots francophones de la région.
- **Accessibilité et convivialité** : Un espace accueillant, accessible (stationnement, accès PMR), et adapté aux familles et groupes, favorise la fréquentation régulière.

Principaux risques identifiés :

- **Risques réglementaires** : Respect des normes sanitaires, d'accessibilité et des licences (alcool, restauration), qui peuvent être exigeantes et coûteuses à obtenir ou à maintenir.
- **Risques économiques** : Dépendance à une clientèle de niche (francophone), variations saisonnières de fréquentation, hausse des coûts des matières premières, inflation, et contexte économique local parfois incertain.
- **Concurrence** : Présence d'autres cafés ou restaurants à Regina, y compris des établissements à thématique internationale ou des chaînes bien établies.
- **Risques liés à la main-d'œuvre** : Difficulté à recruter et retenir du personnel qualifié bilingue (français-anglais).
- **Risques liés à la notoriété** : Un manque de visibilité ou de communication pourrait limiter l'attractivité du café au-delà du cercle communautaire.

Stratégies d'atténuation des risques :

- **Diversification de la clientèle** : Proposer des activités ouvertes à tous (ateliers, concerts, soirées à thème), des menus adaptés (végétarien, sans gluten), et une communication bilingue pour attirer un public plus large.
- **Veille réglementaire et conformité** : S'entourer de partenaires ou de consultants connaissant la réglementation locale pour anticiper et gérer les obligations légales.
- **Gestion rigoureuse des coûts** : Optimiser les achats, négocier avec les fournisseurs locaux et surveiller les marges pour limiter l'impact des fluctuations économiques.
- **Renforcement de la visibilité** : Utiliser les réseaux sociaux, les médias locaux et les événements communautaires pour se faire connaître et fidéliser la clientèle.
- **Développement de partenariats** : S'associer avec d'autres commerces, organismes culturels ou écoles pour mutualiser les ressources et créer des synergies (ex : offres spéciales lors d'événements, menus collaboratifs).
- **Formation continue du personnel** : Investir dans la formation linguistique et le développement des compétences en service à la clientèle.

Ces éléments sont essentiels pour maximiser les chances de succès d'un café/bistrot au sein de la Maison de la francophonie à Regina, tout en anticipant les principaux défis du secteur et de la région.

Recommandations opérationnelles

Plan de gestion / d'opérations et recommandations

Afin de déterminer la solution la plus avantageuse pour la Maison de la Francophonie en ce qui concerne le service alimentaire, nous avons étudié **deux options** :

L'embauche d'employés pour préparer les repas sur place, ou le recours à un traiteur externe ou à différents fournisseurs. Lors de cette première phase, nous avons privilégié la solution du traiteur externe. En effet, ce choix nécessite peu d'équipement puisqu'aucune cuisine professionnelle n'est à aménager, et le coût mensuel inclut seulement les repas livrés, sans avoir à rémunérer un personnel de cuisine supplémentaire. Le recours à un traiteur présente des avantages tels qu'un faible investissement initial, une gestion simplifiée sans personnel de cuisine à gérer, et le respect des normes alimentaires assuré par le prestataire. Cependant, cette option implique un coût de repas plus élevé, moins de flexibilité dans les menus, et une dépendance vis-à-vis du prestataire.

À l'inverse, la préparation des repas sur place, bien qu'elle offre une plus grande flexibilité sur les menus, des denrées à moindre coût et une valorisation du fait-maison, nécessite un investissement initial important pour l'achat d'équipements spécialisés, l'aménagement d'une cuisine, ainsi que la mise aux normes. Elle suppose également la gestion et la rémunération du personnel de cuisine, ainsi qu'une plus grande responsabilité en matière d'hygiène et de sécurité.

Ainsi, dans une optique de simplification et pour éviter toute perte de nourriture périssable, la formule du traiteur externe a été privilégiée dans un premier temps. Nos employés pourront ainsi se concentrer sur la supervision de la vente, la disposition des aliments dans le café, le service aux tables et l'entretien.

Après une année, une évaluation sera réalisée afin de déterminer si cette solution répond pleinement aux besoins ou s'il convient d'envisager un changement, notamment vers une préparation des repas sur place.

Comparaison : Traiteur vs cuisine sur place

- **Traiteur** : Nécessite peu d'équipement, car aucune cuisine professionnelle n'est à aménager.
- **Cuisine sur place** : Nécessite l'achat d'équipements spécialisés, l'aménagement d'une cuisine et la mise aux normes.

Coûts mensuels (repas et personnel cuisine)

- **Traiteur** : Le coût mensuel inclut uniquement les repas livrés, aucun salaire de personnel de cuisine à prévoir.
- **Cuisine sur place** : Le coût inclut l'achat des denrées (moins cher que le traiteur), mais il faut rémunérer le personnel de cuisine.

Avantages et inconvénients

Traiteur (livraison)

- **Avantages:**
 - Faible investissement initial
 - Gestion simplifiée, pas de personnel de cuisine à gérer
 - Respect des normes alimentaires assuré par le prestataire
- **Inconvénients:**
 - Coût par repas plus élevé
 - Moins de flexibilité sur les menus
 - Dépendance vis-à-vis du prestataire

Cuisine sur place

- **Avantages:**
 - Plus grande flexibilité sur les menus et adaptation aux besoins des enfants
 - Coût des denrées alimentaires plus bas
 - Valorisation de la fraîcheur et du fait-maison
- **Inconvénients:**
 - Investissement initial important
 - Gestion et recrutement du personnel de cuisine
 - Responsabilité accrue sur les normes d'hygiène et de sécurité

Gestion des risques

Dans le cadre du développement de la future Maison de la Francophonie en Saskatchewan, une attention particulière a été portée à la gestion des risques liés à l'implantation du service alimentaire. Ce projet, ayant pour mission de devenir un lieu rassembleur pour la communauté francophone, se doit d'offrir une expérience conviviale et fiable, notamment dans son offre de restauration.

Le choix d'opter dès le départ pour un service traiteur externe s'inscrit dans une logique de prudence et de gestion rigoureuse des ressources pour une nouvelle infrastructure. Ce scénario évite un investissement initial conséquent dans l'achat d'équipements spécialisés et l'aménagement d'une cuisine conforme aux normes sanitaires strictes. Il réduit également les risques opérationnels liés à l'embauche, à la gestion et à la formation d'un personnel de cuisine, ainsi que ceux associés à la gestion des stocks de denrées périssables, un enjeu particulièrement important dans une province comme la Saskatchewan où l'accès rapide à certains produits peut être plus complexe. En confiant la responsabilité du respect des normes alimentaires à un prestataire professionnel, la Maison s'assure également d'un haut niveau de conformité dès l'ouverture.

Néanmoins, ce choix implique certains risques qu'il faudra surveiller, comme une dépendance envers le traiteur pour la qualité des repas, la ponctualité de la livraison et la flexibilité des menus. La capacité de répondre aux besoins spécifiques de la clientèle francophone, qui pourrait rechercher des repas traditionnels ou adaptés à ses goûts, sera aussi un enjeu à suivre attentivement.

À moyen terme, la gestion d'une cuisine sur place pourrait être réévaluée, notamment si la fréquentation de la Maison justifie une offre alimentaire plus personnalisée et si la communauté exprime le désir de mettre en avant la culture culinaire francophone locale. Cette transition nécessiterait alors d'anticiper l'investissement dans l'aménagement d'une cuisine, de recruter et de former une équipe compétente, et d'assurer une gestion stricte du respect des normes. En contrepartie, cela offrirait à la Maison une flexibilité accrue pour élaborer des menus adaptés et valoriser la fraîcheur ainsi que l'implication de la communauté.

L'approche retenue, celle du traiteur, permet ainsi de limiter significativement les principaux risques financiers, opérationnels et sanitaires qui pèsent sur le lancement du projet. Un processus d'évaluation est prévu après la première année d'exploitation afin de réajuster la stratégie en fonction de l'évolution des besoins de la communauté, de la satisfaction des usagers et des risques identifiés, en assurant toujours la mission première du site : servir et dynamiser la francophonie en Saskatchewan.

Indicateurs de performance

Afin d'assurer le suivi, l'évaluation et l'amélioration continue du service alimentaire de la future Maison de la francophonie en Saskatchewan, nous définirons et suivrons des indicateurs de performance précis, tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

Indicateurs de performance quantitatifs

- Taux de satisfaction des usagers
 - Pourcentage de clients satisfaits ou très satisfaits (basé sur des sondages réguliers).
 - Nombre et nature des commentaires reçus concernant la qualité et la diversité des repas.
- Respect des normes sanitaires
 - Nombre d'inspections sanitaires complétées avec succès.
 - Nombre d'incidents ou de non-conformités relevés par les autorités.
- Coûts alimentaires mensuels
 - moyen par repas (traiteur et service à la clientèle coût compris).
 - Comparaison mensuelle/annuelle des dépenses liées au service alimentaire.
- Taux de perte de nourriture
 - Quantité de denrées alimentaires perdues (en poids ou en valeur).
 - Pourcentage de livraisons ou de produits inutilisés/non vendus.
- Ponctualité et fiabilité du service
 - Nombre de livraisons reçues à l'heure.
 - Nombre d'incidents de rupture de service (livraison manquée ou retardée).
- Richesse
 - Nombre de repas servis par jour/semaine/mois.
 - Nombre de clients récurrents vs nouveaux clients.

Indicateurs de performance qualitative

- Capacité d'adaptation des menus
 - Nombre de demandes spéciales de menus satisfaites (végétariens, allergies, plats traditionnels, etc.).
 - Retours de la communauté sur la pertinence et la diversité des menus.
- Implication communautaire
 - Nombre d'ateliers ou d'événements culinaires organisés avec la communauté.
 - Participation des membres de la communauté à la planification ou à l'amélioration du service alimentaire.
- Qualité du service
 - Temps moyen d'attente pour être servi.
 - Qualité perçue du service en salle (accueil, rapidité, propreté des lieux).
- Indicateurs de gestion
- Efficacité de la supervision

- Nombre d'incidents nécessitant l'intervention du personnel de surveillance.
- Taux d'absentéisme ou de rotation du personnel du café.
- Rentabilité
 - Ratio entre revenus générés (ventes de repas, cafés, etc.) et dépenses alimentaires.
- Évolution des besoins
 - Fréquence et nature des suggestions d'amélioration évaluées.
 - Réactivité de l'équipe face aux besoins émergents identifiés lors de l'évaluation annuelle.

Stratégie marketing :

Pour positionner efficacement le café-bistrot de la future Maison de la francophonie en Saskatchewan, la stratégie marketing devra mettre en avant ses atouts uniques et s'appuyer sur une approche à la fois communautaire, numérique et expérientielle.

Stratégie de positionnement

Définir l'identité et l'offre unique du café-bistrot : Mettre en valeur l'aspect francophone, l'ambiance conviviale, une carte incluant des spécialités locales et francophones, et l'intégration culturelle de la communauté. Le café doit raconter une histoire qui interpelle la clientèle cible (communauté francophone, étudiants, familles, curieux de la culture et voisins du quartier).

Cibler la clientèle : Préciser à qui s'adresse le bistrot (membres de la Maison, grand public, touristes, partenaires locaux) et adapter la communication et l'offre à leurs besoins.

Actions marketing à privilégier

- Présence en ligne et visibilité locale
 - Créer et animer des profils attractifs sur les réseaux sociaux avec du contenu visuel (photos de plats, témoignages, coulisses, événements spéciaux).
 - Optimiser la fiche Google Business pour améliorer le référencement local.
 - Lancer un site web ou une page dédiée sur le portail de la Maison de la francophonie.
 - Encourager et partager les avis en ligne de clients satisfaits afin de bâtir la crédibilité.
- Engagement communautaire
 - Organisateur d'événements à thème (soirées francophones, ateliers culinaires, dégustations, soirées jeux, rencontres littéraires) et collaboration avec des associations et entreprises locales.

- Proposer régulièrement des offres spéciales ou des promotions (menu du jour, « café offert » pour une première visite, carte de fidélité, concours sur les réseaux sociaux).
- Mettre en avant la provenance locale des produits ou des collaborations avec des artisans de la Saskatchewan.
- Expérience client et bouche-à-oreille
 - Offrez une expérience mémorable axée sur la convivialité, la qualité du service, l'accueil personnalisé et l'ambiance chaleureuse.
 - Ancien le personnel à devenir des ambassadeurs de l'établissement, capable de raconter son histoire et ses valeurs.
 - Encourager la création et le partage de contenu par les clients (photos, stories Instagram, hashtags de la Maison).
- Marketing relationnel et fidélisation
 - Élaborer un programme de fidélité : cartes à tampons, offres réservées aux membres, avantages pour les clients réguliers.
 - Créez une infolettre mensuelle avec des nouveautés, des événements à venir et des offres spéciales pour garder la communauté engagée.
- Influence et synergies
 - Collaborer avec des influenceurs locaux, blogueurs et médias francophones pour générer du buzz lors de l'ouverture ou de lancements particuliers.
 - S'associer à des initiatives caritatives ou causes locales pour renforcer la notoriété et l'ancrage communautaire.

ANNEXE : INSPIRATIONS D'AILLEURS

Au Canada, **plusieurs Maisons de la Francophonie intègrent un bistrot ou un espace de restauration**. Voici les principales maisons connues pour avoir un bistrot intégré, avec leur modèle de fonctionnement :

Maison de la Francophonie	Province	Nom du bistrot / restaurant	Modèle de gestion et fonctionnement
Maison de la francophonie d'Ottawa	Ontario	Café Bistro	Il offre un service alimentaire sur place pour les visiteurs et les membres de la Maison. Le Café fonctionne avec un traiteur externe (La Bonne Bouffe) qui prépare et livre les repas, assurant un service alimentaire quotidien et lors d'événements. Type de menu : Repas chauds, collations, boissons, adaptés à une clientèle variée (familles, aînés, enfants, événements). Ouvert de 8h à 14h du lundi au vendredi.
Maison de la francophonie de Vancouver	Colombie-Britannique	Café Salade de fruits	Restauration intégrée à la Maison, cuisine sur place, ambiance conviviale.
La Cité francophone	Alberta	Café Bicyclette	Le Café Bicyclette est un restaurant reconnu qui offre des repas décontractés, des pâtisseries maison, et des brunchs.

			Les repas sont préparés sur place, mettant en valeur des ingrédients locaux et une approche de cuisine française. Le café sert aussi de lieu de rassemblement pour la communauté et propose des événements culturels, des spectacles et des services de traiteur pour les événements internes et externes. Type de menu : Cuisine française, brunchs, repas du midi, pâtisseries, options pour événements spéciaux. Le Café Bicyclette est le modèle le plus abouti d'un bistrot intégré à une Maison de la francophonie, avec cuisine sur place, gestion interne, et service traiteur pour événements. Fermé le lundi. Ouvert du mardi au dimanche, de 9h à 17h. Prolongation en soirée du mercredi au samedi : ouvert jusqu'à 21h ces jours-là.
--	--	--	---

Autres exemples de bistrots ou services alimentaires dans des centres francophones

Bistros de la CCN (Ottawa, Ontario)

- **Fonctionnement :**
 - Les bistrots de la Commission de la capitale nationale (CCN) sont exploités en partenariat avec des restaurateurs locaux.
 - Les menus sont élaborés à partir de produits locaux et incluent sandwiches, salades, pizzas, quiches, pâtisseries, boissons alcoolisées et non alcoolisées.
 - Les repas sont préparés sur place et servis sur des terrasses dans des lieux emblématiques d'Ottawa⁶.
- **Remarque :** Ces bistrots ne sont pas directement intégrés à une Maison de la francophonie, mais illustrent un modèle de partenariat local et de valorisation du terroir.

Peu de Maisons de la Francophonie disposent d'un bistrot intégré. Les centres francophones proposent parfois des services alimentaires ponctuels ou des partenariats avec des traiteurs locaux pour les événements.

Pour bâtir le bistrot de la future Maison de la francophonie à Regina, nous nous inspirerons des modèles d'Ottawa (service traiteur externe, flexibilité) et d'Edmonton (restaurant intégré, cuisine sur place, forte dimension communautaire).

L'objectif est de permettre aux visiteurs de **manger sur place** dans un espace convivial, que les repas soient préparés dans la Maison ou livrés par un partenaire externe.