

●
DOSSIER DE PRESSE

Revue Business Livraison

#2 - Mars 2021

Mutation et accélération : l'année pivot

En 2024, la livraison en France représenterait 19 % du chiffre d'affaires de la restauration commerciale et près de 10,3 milliards d'euros

Une Revue de Food Service Vision

foodservicevision.fr



● CONTACT PRESSE ● Louise Henry ● Louise.henry@lesroismages.fr ● 06 84 34 55 35

Une croissance sans précédent

Marquée par une crise sanitaire inédite, l'année 2020 a vu une très forte croissance de la livraison au sein de la filière restauration, avec un chiffre d'affaires de 4,9 milliards d'euros, en croissance de 47 % depuis 2018.

À défaut d'un basculement total vers un nouveau monde, elle montre la mutation et l'accélération de la livraison et de ses multiples acteurs.

C'est le constat réalisé par cette deuxième édition de la Revue Business Livraison. Ce rapport extrêmement complet propose une analyse approfondie du poids de ce nouveau mode de consommation de la restauration et des conséquences que cela provoque sur l'ensemble de cette activité.



Les tendances fortes révélées par la Revue Business Livraison

Acteurs, restaurateurs, consommateurs, investisseurs : l'impact de la livraison touche toute la filière et va s'accroître fortement dans les années à venir.



Les agrégateurs dominent le marché

Deliveroo, Uber Eats, Just Eat, Glovo, etc. sont devenus des acteurs incontournables de la restauration. La notoriété d'Uber Eats et de Deliveroo a plus que triplé en deux ans et dépasse désormais celle de la plupart des chaînes historiques de la restauration. 7 com-

mandes sur 10 passent désormais par les plateformes de livraison, contre seulement 1 sur 2 en 2019.

La cuisine tentée par le virtuel

Le marché des cuisines fantômes, ou cuisines laboratoires, ou encore *dark kitchens*

(restaurants sans présence physique) est en fort développement et permet la création de marques virtuelles de restauration, uniquement distribuées en livraison. Si les plateformes de livraison ont enregistré 37 000 restaurants « réels », elles distribuent aussi 4 500 marques virtuelles en exclusivité.

Des investisseurs très actifs malgré l'incertitude économique

En 2020, plus d'une vingtaine de start-ups se sont créées dans le secteur de la livraison (location de cuisines, agrégateurs, intégrateurs de commandes, coursiers). Le secteur de la livraison a suscité des levées de fonds considérables en 2020. La société française Not so Dark a levé 20 millions d'euros et projette d'ouvrir 30 *dark kitchens* et de lancer 20 nouvelles marques de restauration. En 2019, la plateforme de livraison espagnole Glovo a levé 300 millions d'euros.

Un réel attrait chez les consommateurs

La proportion des Français ayant recours à la livraison est passée de 40 à 46 % entre 2019 et 2020. La livraison séduit désormais des classes d'âges plus élevées, avec une forte

La livraison séduit désormais des classes d'âges plus élevées, notamment les + de 35 ans

hausse chez les plus de 35 ans. En outre la part des clients réguliers a fortement augmenté depuis 2019 et représente désormais 50% des utilisateurs.

La livraison va s'installer durablement dans le paysage de la restauration

Les trois-quarts des restaurants à table poursuivront la livraison à la réouverture. La vogue des marques virtuelles va s'étendre. Aujourd'hui 2 200 restaurants gèrent de telles marques, uniquement disponibles en livraison.



Un phénomène conjoncturel et structurel

Le marché de la livraison a été certes porté par la très longue fermeture des restaurants, à qui la vente à emporter et la livraison ont permis de maintenir un seuil d'activité.

Mais la croissance de ce marché de la livraison est également liée à des phénomènes structurels comme le développement du télétravail, la part plus importante des *millennials* dans la population active, l'intérêt très marqué des investisseurs pour cette activité, le maillage territorial plus dense et les investissements massifs des plateformes pour fidéliser les consommateurs.

Ces phénomènes structurels expliquent pourquoi la flambée de la livraison est loin d'être un feu de paille.

Quelques chiffres et informations à retenir

Les datas et tendances recueillies, observées et analysées par Food Service Vision dans ce rapport de 280 pages montrent l'ampleur du phénomène. Extraits.

Le frein principal à la livraison est la **préférence pour cuisiner soi-même**, évoqué par 48 % des non-utilisateurs.

Les applications sur smartphone sont les outils privilégiés de la livraison : elles représentent aujourd'hui 36 % des commandes.

Au dîner, la **pizza et le burger** sont les plats livrés les plus diffusés (respectivement commandés par 78 % et 58 % des consommateurs), loin devant les sushis. Quant aux boissons, ce sont les **sodas de type colas** qui sont le plus diffusés (40 %), devant les eaux minérales naturelles (30 %), les thés glacés (18 %) et la bière (16 %).

Les taux de **commission des agrégateurs** sont jugés beaucoup trop importants par 94 % des restaurateurs indépendants offrant un service de livraison, mais 47% d'entre eux reconnaissent **qu'ils ont permis de sauver leurs établissements** pendant la crise. 36% estiment que la principale

difficulté de la mise en place de la livraison est la gestion des livreurs des plateformes.

Les agrégateurs s'intéressent aussi à la **livraison des courses alimentaires**. Deliveroo a conclu un partenariat avec les enseignes du groupe Casino, et Uber Eats est partenaire de Carrefour.

Face aux agrégateurs, des **coopératives de livreurs se développent** : on en compte une vingtaine dans les principales villes françaises, fédérées par l'association CoopCycle.

Cette vision consolidée et synthétique du marché de la livraison de repas B2C est un outil essentiel pour préparer dès maintenant l'après-crise.

Florence BERGER
Directrice Associée
de Food Service Vision



L'étude de référence sur la livraison

Cette deuxième édition de la Revue Business Livraison offre aux clients de Food Service Vision une vue d'ensemble inédite du marché de la livraison de repas en France en 2021. Elle décrit en profondeur les stratégies et les modèles des agrégateurs, des marketplaces, des restaurants virtuels et des cuisines fantômes.

Réalisée en croisant les interviews de 25 décideurs clés du secteur (leaders de la livraison, chaînes de restauration et start-ups), l'étude de 1100 consommateurs et 700 points de vente, cette étude aborde également les impacts du développement de la livraison sur les restaurateurs indépendants et les chaînes.

