

Abonnez-vous

ÉDITION 2023

La Revue Livraison

L'analyse référente d'un canal
désormais incontournable en restauration.
Pour comprendre les mouvements des acteurs
et anticiper les mutations à venir.



foodservice
vision sharper vision
better decisions

La livraison à l'âge adulte

L'essor de la livraison s'est accéléré avec la pandémie mais la fin de cette dernière ne signifie en rien le retour au monde d'avant. C'est l'une des leçons essentielles à tirer de la nouvelle édition de notre Revue Livraison qui analyse en profondeur la situation, les stratégies et les développements futurs de ce qui est devenu une activité clé pour la restauration et plus généralement pour l'alimentation. En 2022, la livraison a consolidé sa position sur le marché français avec 48% des Français utilisateurs en 2022 sur les 6 derniers mois, soit 8 points de plus qu'avant la crise.

D'ailleurs, les restaurateurs valident l'intérêt de la livraison. Pour 7 restaurateurs sur dix, la livraison « contribue significativement au chiffre d'affaires ». Les chiffres parlent d'eux-mêmes : plus de 9 000 restaurants chainés proposent la livraison en France et 36 000 restaurants indépendants.

La livraison est donc durablement installée. Elle fait partie d'un paysage qui se structure avec des modèles qui continuent d'évoluer avec les « Ghost Kitchen » (cuisines fantômes) ou les marques virtuelles de restauration. Des acteurs se développent comme Dévor, Foodie, OFC ou Taster, les investisseurs sont aux aguets comme en témoigne la levée de fonds de plus de 100 millions de dollars de Clone, créateur de marques virtuelles.

Pour autant, cela ne signifie pas que cette activité suit un cours paisible. Son entrée dans ce que l'on pourrait qualifier « d'âge adulte » ne se fait pas sans quelques frottements.

Le rôle dominant des grands agrégateurs crée des tensions chez les acteurs de la restauration et interroge leur modèle économique. Ces grands agrégateurs qui avaient jusque-là sacrifié leur rentabilité à la conquête de parts de marchés, sont contraints de réviser cette stratégie et cherchent à consolider leur position et à explorer d'autres "verticales".

En attendant, ils diversifient leurs offres et leur modèle en proposant de nouveaux services aux restaurateurs (consigne, livraison en marque blanche...), en explorant de nouveaux marchés (courses alimentaires, parapharmacie...) et en signant des accords avec des distributeurs spécialisés (Picard, Naturalia...)

Quels sont les différents profils consommateurs à potentiel ? quelles occasions de consommation ou catégories de produits pourraient se développer ?

Quelles sont les principales stratégies, les business- models observés ?

Comment ce nouveau métier impacte les besoins des acteurs envers leurs fournisseurs ? En termes d'offre, de service et d'activation ?

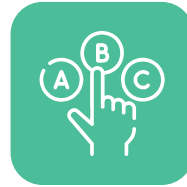
* Revue Stratégique Food Service ** Data Food Service Vision

Les bénéfices de La Revue Livraison

Cette revue est un service opérationnel unique pour avoir une meilleure compréhension des enjeux de la livraison pour l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeurs (industriels, fournisseurs, chaînes de restauration) et définir leur stratégie d'accès au marché :



Évaluer la réalité du potentiel de ce canal de distribution



Décrypter les leviers de croissance de la consommation



Mesurer les dynamiques entre les produits et identifier les offres à développer



Comparer votre modèle de développement avec vos pairs et développer les services les plus pertinents

Méthodologie

Une revue unique croisant des entretiens menés auprès des acteurs majeurs de la livraison, des baromètres professionnels et consommateurs, et l'analyse de nos bases de données sous le regard expert des consultants de Food Service Vision.



Data Tracking & Modeling

- Tracking des offres de la livraison : suivi trimestriel des restaurants qui livrent et de leurs offres sur les trois premières plateformes de livraison (56 000 marques).
- Analyse des marques virtuelles et des cuisines fantômes.
- Mise à jour annuelle du marché des chaînes et des indépendants de la restauration en France.
- Partenariat datas : intégration de données confidentielles des différents acteurs clefs de la livraison (restaurants, agrégateurs, solutions digitales).
- Modélisation dynamique des différents flux de data : évaluation par segment de marché, à l'aide d'un modèle nourri de vraies datas récurrentes des leaders du marché.



Baromètres pros et consommateurs

- "Les Français et la livraison" : 1000 consommateurs interrogés sur leurs habitudes de livraison.
- "Les indépendants et la livraison" : 160 restaurateurs utilisant la livraison, interrogés sur leurs pratiques.



Décryptage des stratégies des acteurs de la chaîne de valeur

- Analyse de l'évolution de la livraison dans le business de 30 chaînes de restauration, via nos entretiens trimestriels sur leurs enjeux.
- 10 entretiens approfondis avec les partis prenantes majeurs du marché de la livraison (plateformes, agrégateurs de commande, dark kitchen).
- Décryptage de l'écosystème des start-ups et des solutions digitales dédiées à la livraison, par notre division Food Service Factory.

Au sommaire de La Revue

Panorama de la livraison

- Contexte : les évolutions clés
- Chiffres clés du marché

Radiographie des consommateurs

- Evolution de la consommation en livraison (pénétration, fréquence, arbitrages budgétaires par les consommateurs...)
- Variété des profils consommateurs
- Principaux usages (moments, jour de semaine...)
- Type de cuisine et de produit consommés en livraison (food, boisson)
- Principales motivations et freins à l'utilisation des services de livraison
- Identification des leviers de croissance par type de consommateur

Panorama des acteurs et de leurs modèles

- Structure du marché et offre (nombre de points de vente livreurs, offres sur les plateformes, stratégie d'accès au marché)
- Progression de la livraison chez les indépendants
- Développement de la livraison dans la restauration chaînée (analyse des modèles)
- Analyse des business-modèles des nouveaux acteurs de la livraison
- Analyse des plateformes de livraison
- Décryptage de l'écosystème de la livraison (Cloud, intégrateurs...)

Estimations et prévisions de marché

Les impacts de la livraison sur la chaîne de valeur

Bon de commande 2023

À compléter et faire parvenir à p.picard@foodservicevision.fr

Je souhaite souscrire à La Revue Livraison 2023

Recevez la version au format PDF (160 pages)

et

Bénéficiez d'une présentation détaillée de la revue et d'un temps d'échange pour approfondir avec les experts de Food Service Vision qui commenteront :

- Ses principaux enseignements
- L'impact des mutations de la livraison pour votre activité

Ils pourront répondre aux questions sur vos enjeux, opportunités et sujets de préoccupation.

Prix : 11 000 € HT

Nom

Entreprise

Adresse

E-mail

Téléphone

Date / /

Signature et tampon

Conditions de règlement :
Facturation 100 % à la commande.
Règlement comptant.

Conditions générales de vente

La validation par le donneur d'ordre de sa commande vaut acceptation des présentes Conditions générales pleinement et sans réserve.

Article 1 – OBJET

L'objet du présent contrat est de définir les modalités et les conditions selon lesquelles FOOD SERVICE VISION met à disposition du donneur d'ordre l'étude multi clients. Ces études multi clients sont établies sur la base d'éléments objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs récoltés par la société. FOOD SERVICE VISION fait une analyse de ces éléments objectifs afin d'élaborer des lignes directrices figurant dans les études multi clients.

Article 2 – OBLIGATIONS DU DONNEUR D'ORDRE

Il appartient au donneur d'ordre de définir ses besoins et de rechercher si les spécifications des études multi clients y sont adaptées, compte tenu des objectifs qu'il poursuit. FOOD SERVICE VISION a mis à la disposition du donneur d'ordre toutes les informations souhaitées pour lui de sorte qu'il puisse prendre toutes décisions utiles.

La société FOOD SERVICE VISION confère au donneur d'ordre le droit, non transférables, de faire usage pour son compte unique et personnel des études multi clients et des informations qu'elles contiennent, et ce, dans l'unique cadre de son activité.

Le donneur d'ordre s'oblige à n'employer les informations qu'à des fins licites, conformément à la législation en vigueur.

Ainsi, il ne pourra céder à un tiers aucune information fournie et sera tenu responsable de toutes conséquences directes ou indirectes qui pourraient découler de l'utilisation non conforme aux présentes conditions générales de vente des études multi clients ou des informations qu'elles contiennent.

Article 3 – OBLIGATIONS DE FOOD SERVICE VISION

3.1 – Livraison

Les informations contenues dans les études multi clients fournies par FOOD SERVICE VISION sont transmises directement à l'utilisateur par voie électronique.

Aucune fourniture ou service complémentaire n'est implicitement compris.

3.2 – Sur l'exactitude des informations communiquées

FOOD SERVICE VISION recueille les informations figurant dans les études multi selon différentes sources et fait les meilleurs efforts pour en contrôler la crédibilité.

Cependant, malgré tous ces efforts, FOOD SERVICE VISION ne peut pas garantir l'exactitude pleine et entière du contenu des études multi. Le donneur d'ordre utilise les informations de FOOD SERVICE VISION en connaissance de cause.

Article 4 – PRIX

Les prix présentés par FOOD SERVICE VISION sont indiqués en euros, hors taxes (HT) auxquels s'appliquent les taux de TVA en vigueur. Toutes les commandes, quelle que soit leur origine, sont payables en euros à trente jours date de facture. FOOD SERVICE VISION se réserve le droit de modifier ses prix à tout moment. Les produits sont toujours facturés sur la base des tarifs en vigueur au moment de l'enregistrement de la commande.

Article 5 – RESPONSABILITÉ

FOOD SERVICE VISION est soumise de manière expresse à une obligation de moyens.

En cas de mise en œuvre de la responsabilité de FOOD SERVICE VISION, le montant de la réparation dû ne pourra excéder le prix de l'étude mise à la disposition du donneur d'ordre.

Article 6 – RÉFÉRENCES

FOOD SERVICE VISION aura le droit de faire figurer le nom du donneur d'ordre sur une liste de références, sauf dérogation expresse du donneur d'ordre.

Article 7 – TOLÉRANCE

Le fait par l'une des parties de ne pas se prévaloir d'un manquement de l'autre partie à l'une quelconque des obligations visées dans les présentes, ne saurait être interprété pour l'avenir comme une renonciation à l'obligation en cause.

Article 8 – CLAUSE D'ARBITRAGE

En cas de litige, les deux parties s'engagent à tout mettre en œuvre afin de résoudre le litige à l'amiable avant d'engager une action en justice

Article 9 – ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

Les présentes conditions générales sont soumises à la loi française.

En cas de litige non résolu à l'amiable, qu'il soit relatif à l'interprétation ou l'exécution des présentes, et même en cas d'urgence, compétence exclusive est attribuée au Tribunal de commerce de LYON qu'il y ait ou non pluralité de défenseurs.

Nos principales productions



La Revue Stratégique



La Revue Distribution



La Revue Chaînes



**La Revue
Boulangerie-Pâtisserie**

Contactez-nous

10, rue des Émeraudes 69006 LYON

+33(0)4 37 45 02 65

contact@foodservicevision.fr

foodservicevision.fr



Food Service Vision est le leader en Europe de l'intelligence économique de la filière restauration. Grâce à ses 24 collaborateurs experts, à sa maîtrise des technologies de recueil et d'analyse des données, à sa connaissance intime des différents segments de la filière restauration, Food Service Vision produit études, veilles stratégiques, analyses de données et accompagne ses clients dans leur transformation et leurs décisions stratégiques. L'entreprise est basée à Lyon.