

37 000 restaurants et 4500 marques virtuelles ont eu recours aux plateformes de livraison en 2020

Pour la deuxième année consécutive, le cabinet d'études Food Service Vision vient de publier une étude sur la place de la livraison dans la restauration. Résultat : 2020 a été une année charnière pour un secteur en pleine expansion.

Temps de lecture : minute

12 mars 2021

L'année passée a profondément modifié nos habitudes, personnelles comme professionnelles : le télétravail s'est instauré dans la vie de nombreux Français·es, les petits commerces ont entamé leur mue pour passer au numérique et de nombreux restaurants ont sauté le pas de la livraison à domicile. C'est ce qui ressort du rapport publié par le cabinet d'études Food Service Vision. Menée auprès de 25 décideurs du secteur, 1100 consommateurs·rices et 700 points de vente, l'étude dépeint 2020 comme une année pivot pour le secteur.

Des Français de plus en plus demandeurs

En croissance depuis plusieurs années, le secteur de la livraison a connu un regain d'activité en raison de la pandémie. Faute de pouvoir se rendre au restaurant, les Français·es se sont rué·e·s sur la livraison à domicile via Deliveroo, Frichti, Just Eat, Uber Eats, etc.. Deliveroo et Uber Eats sont d'ailleurs les grands gagnants de la partie d'échec qui se joue entre les multiples entreprises du secteur depuis plusieurs années. Leur notoriété a

triplé en deux ans et dépasse désormais celle des chaînes historiques de la restauration, selon l'étude.

46% des personnes interrogées déclarent avoir utilisé la livraison de nourriture en 2020, soit 6 points de plus qu'en 2019. La volonté de cuisiner par eux-mêmes est la principale raison annoncée pour ne pas utiliser ce type de prestation (48%). Heureusement pour les restaurateurs, tout le monde n'est pas un cordon bleu.



À lire aussi

Deliveroo, Uber Eats et Frichti prêts à améliorer les conditions de travail des indépendants ?

On notera également que plus d'un tiers (36%) des commandes ont été passées via les applications des enseignes, ce qui pourrait laisser croire que les jeunes générations sont les plus adeptes de ce type de pratique. Mais en réalité, l'étude révèle une forte hausse des demandes chez les plus de 35 ans.

Un moyen de sauver les meubles pour les restaurateurs

Fermeture des restaurants oblige, les restaurateurs se sont tournés - pour ceux qui le pouvaient - vers la livraison à domicile pour sauver les meubles. Ainsi, 70% des commandes passées l'ont été via des plateformes de livraison contre 50% en 2019. Les intéressés sont d'ailleurs 47% à reconnaître que ce service leur a permis de sauver leurs établissements durant la crise mais ils sont aussi 94% à juger la commission des agrégateurs beaucoup trop élevée. Malgré tout, une large majorité d'entre eux (75%) continuera à utiliser ces plateformes suite à la réouverture de leurs établissements. Parmi les entreprises qui recourent à ce type de service, on compte 37 000 restaurants "réels" et 4500 marques "virtuelles" (*laboratoires culinaires, cuisines fantômes*).

Cette croissance et cet engouement pour la livraison à domicile ne sont pas uniquement dus à la pandémie. La volonté des jeunes générations d'être davantage en télétravail, l'intérêt des investisseurs, l'amélioration du maillage territorial et les politiques de fidélisation contribuent aussi à cet essor.