

Restauration commerciale : la livraison au sommet

- ***Avec une croissance de 85 % entre 2019 et 2021, la livraison explose, persiste et signe***
- ***Burgers, profils de consommateurs, dark kitchens et cantines : ce qui a changé en 2 ans***

Paris, le 24 mai 2022 — The NPD Group, l'un des leaders mondiaux des études de marché, se penche aujourd'hui sur la livraison de plats en France. La tendance, qui s'est accélérée pendant la crise sanitaire, persiste malgré la fin des restrictions. Véritable phénomène de société, la livraison représente 318 millions de visites en restauration commerciale (hors cantines) en 2021, soit 8 % des visites totales du marché.

Une tendance dynamique et pérenne

Segment fort de la restauration hors domicile, la livraison a connu une envolée exceptionnelle avec la crise sanitaire. Avec la fermeture des établissements, elle s'est tout naturellement invitée dans le quotidien des Français... pour y rester. Entre 2020 et 2021, la livraison à domicile a bondi de 47 %, enregistrant même +85 % entre 2019 et 2021. Après deux années de crise sanitaire, elle s'est durablement inscrite dans les habitudes de consommation, puisque la tendance reste dynamique au premier trimestre 2022, avec un bond de 35 % comparé à la même période en 2021.

Diversification de l'offre

Sur le podium des produits les plus consommés, la pizza perd sa première place. Alors qu'elle figurait dans une commande sur quatre en 2019, elle n'est plus commandée qu'une fois sur 10 deux ans plus tard, concurrencée par une offre de produits livrés qui s'est élargie, incluant désormais des burgers et des plats exotiques (poke bowls et tacos, par exemple). Le burger prend la tête en s'invitant dans une commande sur trois en 2021, porté notamment par les partenariats mis en place entre certains agrégateurs et des acteurs « poids lourds » du segment.

... et des profils

Alors que les femmes étaient à l'initiative de 52 % des commandes livrées en 2019, on assiste en 2021 à une inversion de la tendance, puisque désormais, les hommes sont 57 % à opter pour la livraison. Les parts des familles dans les commandes en livraison ont augmenté elle aussi : un tiers de celles-ci sont effectuées par des familles, contre 27 % avant la crise.

Ticket moyen : une constante qui résiste à l'inflation ?

Le ticket moyen d'une commande en livraison s'établit à 7,8 € par personne en 2021. Toutefois, cette moyenne cache beaucoup de disparités entre les circuits et les moments de la journée. En creusant, The NPD Group observe une hausse du ticket moyen en 2021 variant entre 5 % et 10 % en comparaison de 2019 (année de référence). Cette hausse s'explique par des facteurs comme l'inflation, mais également par un changement du mix produit (les pizzas étaient généralement moins chères et bénéficiaient de beaucoup d'offres spéciales en 2019, tandis qu'on a livré plus de plats et de burgers en 2021).

Maria Bertoch, experte foodservice au sein de The NPD Group, analyse : « La crise sanitaire a été un accélérateur de croissance sans précédent pour un circuit de la livraison qui a gagné profondément en maturité depuis. Si la restauration rapide reste majoritaire et concentre les deux tiers des commandes, la livraison s'est désormais généralisée sur plusieurs segments. Le développement du travail hybride (présentiel et distantiel) marque l'arrivée de la livraison sur le lieu de travail. Des opérateurs comme Sodexo se sont adaptés afin de proposer leurs plats en livraison à domicile, tandis que les agrégateurs ont développé l'offre de groupe pour les commandes collectives depuis les bureaux. »

Le facteur temps

Le développement des dark kitchens, plus nombreuses et plus proches, réduit le délai de préparation, car les commandes s'effectuent exclusivement en ligne. **Maria Bertoch conclut** : « Le temps reste un élément déterminant pour les opérateurs de livraison. Désormais, l'intelligence artificielle y joue un rôle essentiel, en optimisant les flux de commandes et en intégrant des données comme le trafic routier, le profil et les attentes des utilisateurs. »

– Fin –

Définition des circuits

La restauration commerciale inclut les circuits suivants :

- restauration avec service à table (cafés/bars/brasseries, restauration thématique et non thématique, cafétérias),
- restauration rapide (fast-foods, vente à emporter/livrée, sandwicheries, boulangeries, traiteurs, GMS),
- restauration dans les transports et lieux de loisirs (musées, parcs d'attractions...).

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Marie Carbonnel, Consultante Relations Presse

Tél. : +33 (0)6 21 81 64 22 – E-mail : marie@greenfieldscommunications.com

À propos de The NPD Group, Inc.

The NPD Group apporte à ses clients les données, l'expertise du secteur et les analyses prescriptives nécessaires pour qu'ils développent leur activité dans un monde en constante mutation. Plus de 2000 entreprises dans le monde entier nous font confiance pour mesurer, anticiper et améliorer leurs performances sur l'ensemble des canaux, y compris en magasin, via l'e-commerce et le B2B. Nous sommes présents dans 19 pays à travers le monde et nos équipes opèrent depuis l'Amérique, l'Europe et la région Asie-Pacifique. Nos domaines d'activité comprennent l'habillement, l'électroménager, l'automobile, la beauté, les livres, l'électronique d'entreprise, l'électronique grand public, l'e-commerce, les accessoires de mode, l'alimentaire, la restauration hors domicile, les chaussures, la maison, la rénovation, les produits pour enfants, le divertissement, les téléphones portables, les fournitures de bureau, la distribution, le sport, les jouets, les jeux vidéo. Pour plus d'informations, visitez le site npd.com. Suivez-nous sur Twitter : @npdgroup.

