



L'OBSERVATOIRE DES NOUVEAUX
MODES DE RESTAURATION

DATA *licious*

by **JUST EAT**

**Entre nostalgie et tradition :
Est-ce que nos dîners étaient
vraiment mieux avant ?**

N°1 DÉCEMBRE 2019



SOMMAIRE

ÉDITO	3
PARTIE 1 – Food Trends	5-17
Le baromètre Just Eat de la restauration livrée	
Best-of des plats les plus commandés en France	6-7
TOP 10 des spécialités en restauration livrée	
V comme... Végétarien ou Vegan ?	
Les tendances à suivre en 2020...	
Tendances Food : l'analyse	8-9
3 questions à... Mohamed Soualhi, Tacos Avenue	
3 questions à... Ian Evans, Flower Burger	
Livraison de repas : retour sur les temps fort de l'année en France	10-13
Les tendances food qui émergent dans les grandes villes	
3 questions à... Gauthier Lecoœur, Five Pizza Original	
Top des jours où les Français ont le plus commandé	
Fun Facts by Just Eat	14-15
Et en Europe, que mange-t-on en livraison ?	16-19
Pays européens et restauration livrée : les spécialités les plus appréciées	
En Europe : des pics de commandes pour les fêtes de fin d'année	
3 questions à... Jérôme Gavin, Directeur Général International chez Just Eat	
PARTIE 2 – Food Insights	21-31
Entre nostalgie et tradition : est-ce que nos dîners étaient vraiment mieux avant ?	
Les habitudes dînatoires des Français ont-elles évolué ?	21-25
Où dînent les Français ?	
Les dîners en couple d'aujourd'hui... Et d'avant	
Les temps de repas aujourd'hui et il y a 20 ans	
À quoi ressemble le dîner d'aujourd'hui	26-27
Millennials & seniors s'accordent sur des repas légers	
TOP 6 des repas du soir d'aujourd'hui et d'avant	
Les écrans à table : le mal du XXI^{ème} siècle	28-29
Dîners & écrans, l'amour fou	
Tinder, Whatsapp, e-mails : que font les utilisateurs de téléphone à table ?	
Des Français pas si nostalgiques des dîners traditionnels	30-31
PARTIE 3 – Food Market	33-39
Just Eat en France : les chiffres clés 2019...	
Just Eat en chiffres	34
3 questions à Jérôme Gavin, Directeur Général International chez Just Eat	35
3 questions à Nicolas Nouchi, Global Head of Research chez CHD Expert	36



ÉDITO

“



Jérôme Gavin

Directeur Général International
chez Just Eat

Depuis plus de 20 ans, Just Eat offre la possibilité à des millions de personnes dans le monde de se faire livrer leurs repas préférés. Comment ? Grâce à notre plateforme technologique unique, mais aussi aux relations fortes que nous développons avec nos restaurateurs partenaires depuis des années (près de 112 000 en 2019 dans 13 pays). Ainsi, au fil du temps, nous voyons évoluer les besoins de nos clients. Cette expertise nous permet, entre autres, de mieux observer les grandes tendances food d'aujourd'hui, et celles qui seront au goût du jour demain.

Ce regard unique que nous portons sur le secteur depuis plus de deux décennies, nous montre que la livraison de repas et les nouveaux modes de restauration issus de la Food-Tech, ont véritablement changé la donne dans la façon de consommer nos repas. Mais à quel point ?

Chaque année, à travers cet Observatoire, nous partagerons notre vision sur les tendances food de la livraison de repas et irons encore plus loin, pour comprendre et mesurer l'impact de ces nouveaux modes de restauration auprès des Français. « Dîner : c'était mieux avant ? » Telle est la thématique que nous avons choisie d'aborder cette année, afin d'analyser les comportements des Français depuis l'arrivée d'Internet et des nouvelles technologies.

”

Bonne lecture !



PARTIE 1

FOOD TRENDS

LE BAROMÈTRE JUST EAT DE LA RESTAURATION LIVRÉE

La livraison de repas en France ne cesse de progresser ! L'an dernier, la livraison a connu une croissance de 21%*, avec 160 millions* de commandes passées sur le territoire.

Mais que mangent les Français en livraison ?

Quelles sont les différences de consommation avec leurs amis Européens ? Pour découvrir toutes les nouvelles tendances food de l'année, Just Eat dévoile ses chiffres recueillis auprès de 8 pays Européens et revient sur les temps forts qui ont marqué l'année 2019.



*Étude NPD Group - 2018

BEST-OF DES PLATS LES PLUS COMMANDÉS EN FRANCE

Le TOP 3 des plats les plus commandés en 2019 semble immuable au fil des années ! Les Français sont toujours de **grands passionnés de pizzas**. Faciles à composer et à livrer, elles restent sur la **première marche du podium** avec une croissance de 11 % de commandes cette année. **Les spécialités japonaises conservent, quant à elles, la 2^{ème} place** et leur challenger, le burger, creuse l'écart... Il gagne du terrain en **3^{ème} place, avec +26 % de volume de commandes** vs. 2018. Mais la plus forte progression dans le TOP 10 revient au tacos français qui saute 3 places

pour arriver directement en **5^{ème} position cette année**, détrônant les plats chinois ! Il affiche une croissance de **64 % par rapport à l'an dernier**. Enfin, les Français sont toujours fans de poulet ! Cette spécialité reste en **7^{ème} position du classement** mais affiche une croissance de **commandes de 50 %**. Depuis trois ans, on remarque que les spécialités thaïlandaises et libanaises ont quitté le TOP 10. Ce qui correspond au moment où la street food s'est démocratisée, pour laisser place aux mets africains et aux kebabs.

TOP 10 DES SPÉCIALITÉS EN RESTAURATION LIVRÉE*

2018

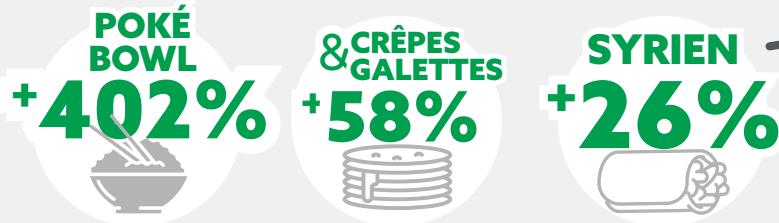
	1	27,94 %	
Pizza			
	2	21,22 %	
Japonais			
	3	15,04 %	
Burger			
	4	6,68 %	
Indien-pakistanaï			
	5	5,07 %	
Chinois			
	6	3,52 %	
Sandwich-Panini			
	7	3,42 %	
Poulet			
	8	3,24 %	
Tacos français			
	9	1,80 %	
Kebab			
	10	1,54 %	
Africain			

2019

	1	26,89 %	
Pizza			
	2	19,78 %	
Japonais			
	3	16,46 %	
Burger			
	4	5,90 %	
Indien-pakistanaï			
	5	4,46 %	
Tacos français			
	6	4,31 %	
Chinois			
	7	4,08 %	
Poulet			
	8	3,78 %	
Sandwich-Panini			
	9	2,50 %	
Kebab			
	10	1,62 %	
Africain			

* Pourcentage des commandes totales passées sur l'année.

TOP↑



On adore !

FLOP↓



On se lasse...

Le poké bowl gagne cette année encore 10 places dans le classement pour atteindre la 18^{ème} place. Le nombre de restaurants proposant cette spécialité a été multiplié par 5 !

V COMME... VÉGÉTARIEN OU VÉGAN ?

Ce qui est certain, c'est que cette année la tendance est au 0 % viande ! D'ailleurs, le nombre de restaurateurs proposant des spécialités végétariennes a doublé en un an, et celui proposant des salades a été multiplié par 3 ! Côté tendance, les spécialités végétariennes comptabilisent +784 %, soit 8 fois plus de commandes par rapport à 2018 et se positionnent à la 29^{ème} place des plats les plus commandés, soit 13 places de gagnées. La vegan mania continue de s'installer, avec +36 % de commandes cette année !

LES TENDANCES À SUIVRE EN 2020 !

Les spécialités malaisiennes et la poutine canadienne font leur entrée dans la restauration livrée ! Nouvelle tendance 2020 ? La poutine est un incontournable de la cuisine canadienne. Composée de frites et de fromage fondu, elle est nourrissante et devrait faire un carton cet hiver en déclinaison de la raclette ! À surveiller également, le Brésilien avec 2,5 fois plus de commandes cette année ! Des saveurs pour toutes les saisons !

Zoom sur... LE RETOUR DU SANDWICH !

Jambon-beurre, kebab, burger, tacos français ou encore banh mi... Le sandwich se renouvelle sous toutes ses formes pour ravir les papilles de tout le monde. Et les Français en redemandent : le tacos français connaît une ascension phénoménale tandis que le burger jouit d'un regain d'intérêt.

Selon **Jérôme Gavin**, Directeur Général International chez Just Eat, « cette tendance de société n'est pas surprenante ! Les sandwiches d'aujourd'hui montent en gamme et offrent un choix des plus larges en termes de compositions et de garnitures. Pains aux céréales, ou encore sans gluten, en version gastro ou comfort food, ils proposent des produits frais, parfois maison, bio ou encore healthy. De quoi ravir toutes les faims et tous les régimes alimentaires... Idéal pour manger sur le pouce ! Et il n'a certainement pas fini de nous étonner. Il s'adaptera et évoluera encore demain pour répondre aux futurs besoins des consommateurs. »

TENDANCES FOOD : L'ANALYSE

3 QUESTIONS À MOHAMED SOUALHI FONDATEUR ET PDG DE TACOS AVENUE



LA MONTÉE EN PUISSANCE DU TACOS FRANÇAIS NE CESSE DE PROGRESSER, PENSEZ-VOUS QUE CETTE COMFORT FOOD A ENCORE DE BELLES ANNÉES DEVANT ELLE ?

Je pense en effet que le tacos français a encore de belles années devant lui ! Depuis deux ans, on a remarqué une forte progression : des chaînes se sont créées, beaucoup de communication a été faite autour de ce produit... Certes, le tacos français a encore du chemin à faire avant de rattraper la pizza, mais la street food grignote de

plus en plus de parts de marché et, selon moi, ce n'est pas juste un phénomène de mode. Les clients sont fidèles au produit, cela plaît énormément aux jeunes. Je pense que le marché du tacos va se stabiliser et se consolider dans quatre à cinq ans et seules quelques enseignes sérieuses resteront.

“

Le tacos peut plaire et se vendre partout, il a réussi à faire sa place en France.



LES PLATS VEGANS ET VÉGÉTARIENS CONNAISSENT EUX AUSSI UNE ASCENSION PHÉNOMÉNALE, VOUS Y SONGEZ ?

On y a pensé oui. Nous avons voulu tester les tacos vegans dans l'un de nos restaurants en novembre 2018. Nous avons trouvé un fournisseur, mais malheureusement c'est très compliqué. Pour faire les choses vraiment bien, il nous fallait une deuxième cuisine, uniquement dédiée au vegan, afin d'éviter le mélange des produits et des allergènes. Finalement, nous avons préféré laisser ce concept de côté et développer un tacos végétarien dans lequel la viande est rem-

placée par une galette de blé. Avant, les clients végétariens devaient se contenter uniquement de légumes. Aujourd'hui, nous sommes très satisfaits de pouvoir leur apporter une meilleure alternative. Cependant, il faut bien garder en tête que 90 % de nos clients viennent pour déguster un tacos classique ! C'est d'ailleurs le "double-viande" qui rencontre le plus de succès chez Tacos Avenue, suivi par le simple et le maxi !

”



LE SANDWICH SE REVISITE À TOUTES LES SAUCES, EN VERSION TACOS OU HEALTHY ! COMMENT VOYEZ-VOUS SON ÉVOLUTION DANS LES PROCHAINES ANNÉES ?

La tendance actuelle est aux produits de qualité, plus sains. Par exemple, nous avons fait évoluer notre carte avec un nouveau venu : le tacos thaï, très peu calorique, pour répondre justement aux attentes de certains de nos clients. Composé de légumes revenus au wok et d'un filet de poulet, il est servi sans frite et sans sauce fromagère. Mais l'important pour nous, c'est de rester concentrés sur notre produit phare : le French Tacos. Au niveau nutritionnel, les clients savent qu'il est calorique, mais c'est avant tout un plaisir pour eux.

Je pense que les gens peuvent manger sainement et continuer à s'offrir des petits plaisirs culinaires, sans culpabiliser. Pour moi, l'avenir se joue sur la diversité de l'offre de restauration rapide et les concepts dédiés, que l'on retrouve beaucoup plus en Asie ou aux États-Unis. En France, nous avons beaucoup de retard sur ce terrain et je pense que des concepts vont se développer largement dans quelques années, comme a pu le faire le tacos.



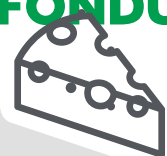
Fun Facts

LE RÉSEAU
TACOS AVENUE
EN UN AN C'EST...

300
TONNES
DE FRITES
ÉCOULÉES



80
TONNES
D'EMMENTAL
FONDU



245 000 L
DE SAUCE
FROMAGÈRE
CONSOMMÉE



+DE
800 000
COMBINAISONS
DE TACOS
IMAGINABLES



3 QUESTIONS À IAN EVANS GÉRANT DE FLOWER BURGER À MARSEILLE



LES PLATS VEGANS ET VÉGÉTARIENS CONNAISSENT DES COMMANDES RECORDS DEPUIS PLUS D'UN AN. PENSEZ-VOUS QUE CES SPÉCIALITÉS VONT CONTINUER DE SÉDUIRE ?

Oui, je pense que ces spécialités vont continuer de séduire ; c'est une tendance qui va certainement perdurer car les consommateurs sont de plus en plus soucieux de leur modes de consommation et de l'impact que cela peut avoir sur leur vie quotidienne mais également sur l'environnement. C'est un enjeu qui concerne tout le monde, et cela implique de réduire notre consommation de viande ! On le voit déjà aujourd'hui dans notre restaurant, il n'y a pas que les végétaliens qui

viennent chez nous. Cela nous a d'ailleurs étonné de voir une population aussi large. Nos clients sont multiples : des jeunes et des moins jeunes, des couples, des familles, etc. L'enjeu pour nous sera de rester créatif afin de proposer une gamme de spécialités toujours plus originale, issue de produits de première qualité pour continuer de satisfaire l'ensemble des publics.

“

Le végétalisme ce n'est pas un régime alimentaire peu calorique, c'est une idée reçue !



LA COMFORT FOOD FIGURE ELLE AUSSI COMME L'UNE DES GRANDES TENDANCES CETTE ANNÉE. VOUS Y RÉPONDEZ PARFAITEMENT ! CELA PROUVE BIEN QUE CE CONCEPT N'EST PAS TOTALEMENT ANTINOMIQUE AVEC LE VEGAN, NON ?

Tout à fait ! Le végétalisme ce n'est pas un régime alimentaire peu calorique, c'est une vraie idée reçue. Nos burgers ne sont pas « light » et répondent bien à cette tendance de la comfort food. Nos steaks sont riches en énergie et donc en calories, réalisés avec du seitan et des haricots rouges ou encore des lentilles et du riz basmati

par exemple. Et nos sauces maison sont à base de mayonnaise végétale. Cependant, côté accompagnement, on laisse le choix entre les « potatoes » ou les edamames, pour ceux qui veulent limiter les excès. Chez nous, c'est le goût qui prime ! Notre concept est de proposer des produits sains, goûteux et généreux.

”



SELON VOUS, COMMENT MANGERONS-NOUS DANS 5 OU 10 ANS ? ASSISTONS-NOUS À UN VÉRITABLE CHANGEMENT DANS NOS HABITUDES DE CONSOMMATION ?

Les habitudes de consommation sont en effet en train de changer. On pense de plus en plus à préserver la planète et ses ressources et cela a bien évidemment un impact sur notre façon de manger, nous en sommes la preuve avec Flower Burger. Dans 5 ou 10 ans, je pense que l'on mangera de plus en plus de façon éthique. On fera vrai-

ment attention à ce qu'il y a dans notre assiette, on privilégiera les circuits courts, les producteurs locaux, les produits « traçables » plus sains pour la santé et pour l'environnement. Bien entendu, on continuera de se faire plaisir avec toutes les bonnes choses que peut offrir la gastronomie française !

?? La question
QUE TOUT LE MONDE SE POSE

C'est quoi le Faux-mage ?

C'est un aliment végétal dont le goût et la texture s'apparentent au fromage ! Idéal pour les végétaliens ou les intolérants au lactose, il est généralement composé de noix de cajou, d'huile de coco ou de purées d'autres oléagineux et protéagineux, ou encore de laits végétaux caillés.

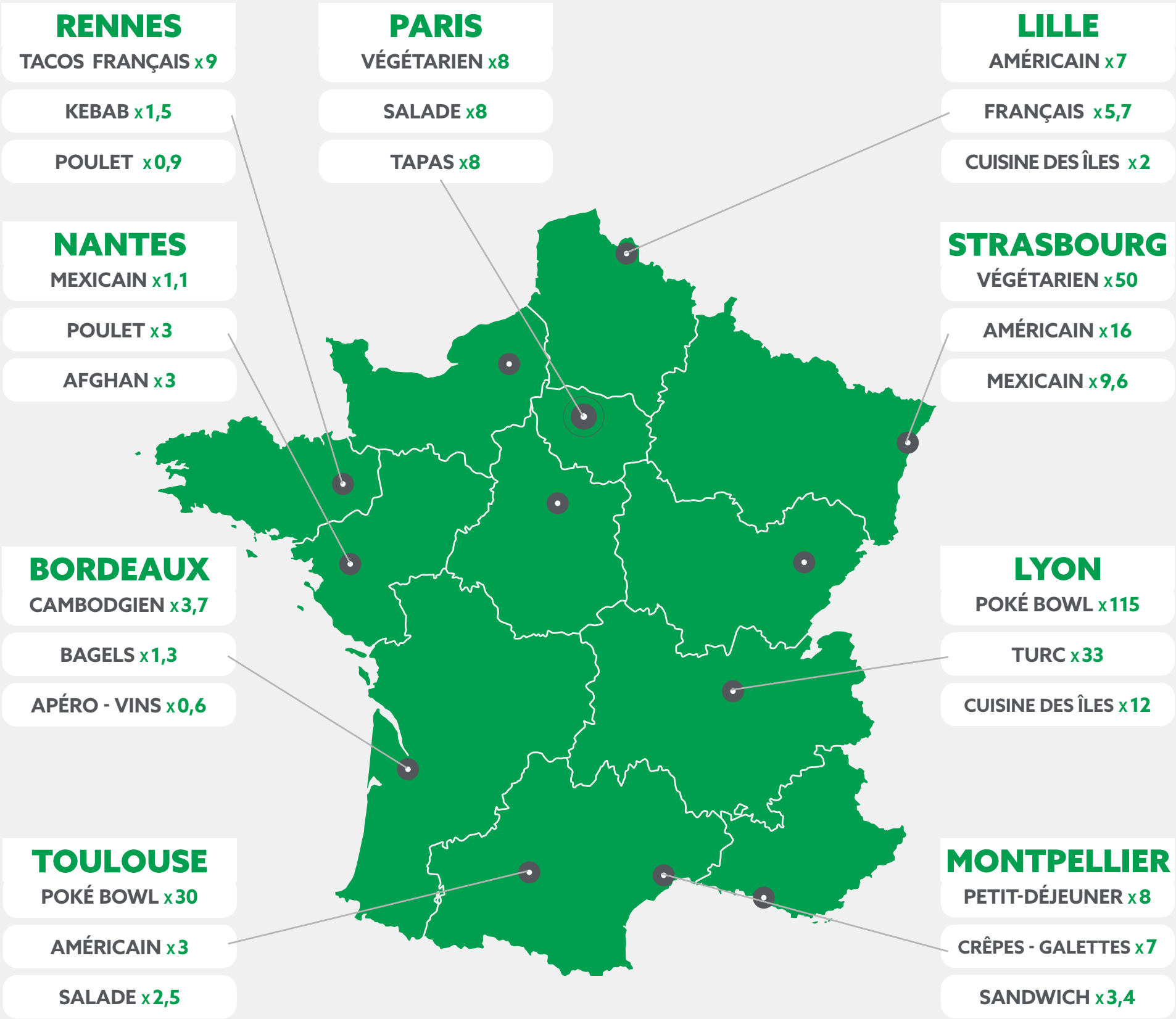


LIVRAISON DE REPAS : RETOUR SUR LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE EN FRANCE !

LES TENDANCES FOOD QUI ÉMERGENT DANS LES GRANDES VILLES*

Entre des Nantais fanas de cuisine afghane, des Lyonnais fous de cuisine des îles, ou encore des Bordelais dingues de cambodgien, les grandes villes de France ont vrai-

semblablement des préférences qui diffèrent et parfois se rejoignent. Coup de projecteur sur les spécialités en plein essor dans les métropoles pour l'année 2019 !



*Évolution du nombre de commandes en France.

3 QUESTIONS À GAUTHIER LECOEUR RESPONSABLE COMMUNICATION CHEZ FIVE PIZZA ORIGINAL



LES FRANÇAIS SONT DE GRANDS FOUS DE PIZZAS, ELLES SONT SUR LE PODIUM DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES. PENSEZ-VOUS QUE CETTE 1^{ÈRE} PLACE VA PERDURER ?

Oui ça va continuer parce que la pizza est un plat très évolutif qui permet d'innover tous les jours. Chez Five Pizza Original, on a plus de 45 ingrédients qui permettent de composer soi-même sa pizza et les consommateurs s'y donnent à cœur joie. La pizza permet d'éviter la routine et elle se renouvelle constamment, contrairement à d'autres plats plus linéaires. Autre point important avec la pizza, c'est son esprit convivial : on la consomme devant un match de foot ou en regardant une série. On peut la partager pour un apéritif, quand on

déménage c'est le 1^{er} plat auquel on pense entre amis... Elle se transporte facilement, on reçoit chaque été des centaines de photos Instagram de clients de l'un de nos restaurants à Saint-Michel, qui postent leurs pique-niques en bord de Seine ! Enfin, la pizza c'est aussi la transmission : quand on dîne en famille, on échange les parts, on se fait goûter les préférences des uns et des autres, bref la pizza est transgénérationnelle. La pizza en 1^{ère} place du podium, ça va continuer, c'est certain !

“ Quand on déménage, la pizza est le 1^{er} plat auquel on pense à partager entre amis. ”



VEGAN, SANS GLUTEN... SELON VOUS, QUELLES SONT LES GRANDES TENDANCES POUR LA PIZZA DE DEMAIN ?

D'après nous, la pizza de demain va évoluer selon deux impératifs pour la majorité des Français : l'accessibilité et le rapport qualité-prix. L'accessibilité, car les consommateurs doivent pouvoir commander leur pizza préférée en quelques clics, sans prise de tête. Le rapport qualité-prix car il est essentiel pour nous, restaurateurs, de proposer une pâte fraîche et faite-maison, une cuisson optimale... Le tout sans afficher un prix astronomique. Côté régimes alimentaires,

on a diversifié l'offre d'ingrédients pour convenir aux végétariens et flexitariens. Les végétaliens sont une clientèle plus difficile à satisfaire car une pizza sans fromage c'est compliqué, on est en train de réfléchir à une solution. Un autre point important dans l'avenir de la pizza, et c'est d'ailleurs la base de notre business model : le choix. Plus on permet au consommateur de ce plat d'être créatif, plus il va continuer à l'investir dans le temps.



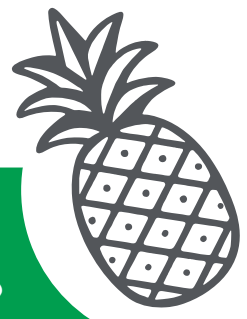
DANS VOTRE OFFRE, LES CLIENTS COMPOSENT EUX-MÊMES LEURS PIZZAS, SONT-ILS ORIGINAUX OU RESTENT-ILS DANS LES CLASSIQUES ITALIENS ?

Pour la plupart, les Français se tournent plutôt vers des pizzas américaines, au regard de leurs choix d'ingrédients. Chez Five Pizza Original, on observe une vraie différence notoire entre les millenials et les plus de 30 ans. Les plus jeunes sont créatifs et vont s'orienter vers des ingrédients originaux, ils vont tenter des expériences gustatives, faire des tests : tenders, cordons bleus... Et souvent ils y reviennent ! Passé 30 ans, on sait ce que l'on aime et on fait des choix

plus classiques, telles que la Reine, la 4 fromages ou la Brésilienne, les recettes stars chez nous. Nous aimons aussi inspirer les uns et les autres avec des compositions toutes prêtes, auxquelles les consommateurs ne penseraient pas forcément. Prochaine sortie : la pizza à la raclette pour l'hiver ! On sait que ça va faire un carton, car il y a un vrai affect autour de ce fromage très apprécié par les Français. Ici, petits et grands sauront apprécier ce réconfort de l'hiver.



?? La question QUE TOUT LE MONDE SE POSE



Est-ce que les Français commandent vraiment des pizzas Hawaïennes ?

Non ! Mais il existe quand même quelques irréductibles Gaulois qui se laissent tenter... même si cela reste anecdotique. La pizza Hawaïenne est majoritairement plébiscitée par les étrangers, elle est par exemple très consommée en Amérique Latine. Il en est de même pour la Margherita d'ailleurs !

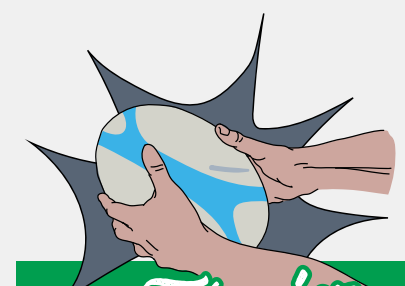
TOP DES JOURS OÙ LES FRANÇAIS ONT LE PLUS COMMANDÉ

QUELS SONT LES JOURS OÙ LES FRANÇAIS ONT LE PLUS COMMANDÉ ? ET COMMENT CES PHÉNOMÈNES S'EXPLIQUENT-ILS ? RETOUR EN IMAGE SUR UNE ANNÉE HAUTE EN PETITS PLATS LIVRÉS !

2019



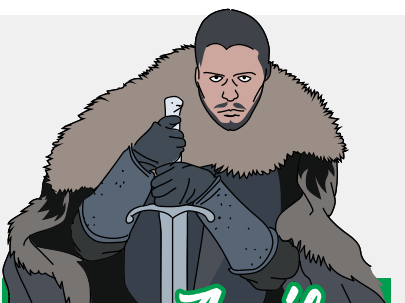
1^{er} Janvier
JOUR DE L'AN
Meilleur remède pour la gueule de bois !
1



10 Février
CRUNCH ENTRE L'ANGLETERRE ET LA FRANCE
Rien de mieux qu'un burger pour se consoler !
11



3 Mars
FOOT LIGUE 1 OM / SAINT-ETIENNE
Se faire livrer un soir de match ? Une tradition pour les supporters de Saint-Etienne
2



15 Avril
SORTIE DE LA SAISON 8 DE GAME OF THRONES
Just GOT to Eat
5



9 Juin
PENTECÔTE
Pas de prise de tête, on profite du week end prolongé !
7

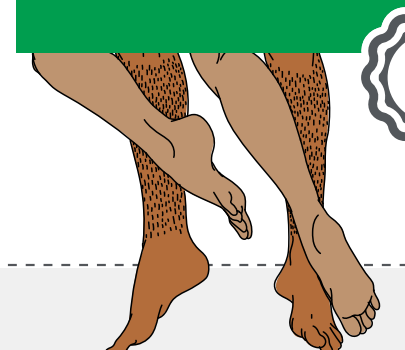
JANVIER

13 Janvier
FINIES LES BONNES RÉOLUTIONS !
On commande des pizzas à gogo ce jour-là
10



FÉVRIER

14 Février
ON CÉLÈBRE LA SAINT-VALENTIN
Quand jap' rime avec canap' !
6



MARS

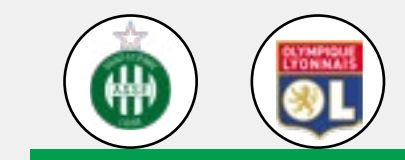
AVRIL

7 Avril
FOOT LIGUE 1 PSG / STRASBOURG
On se console de la défaite du PSG !
9





22 Septembre
FOOT LIGUE 1 LYON / PSG
4



6 Octobre
FOOT LIGUE 1 SAINT-ETIENNE / LYON
3

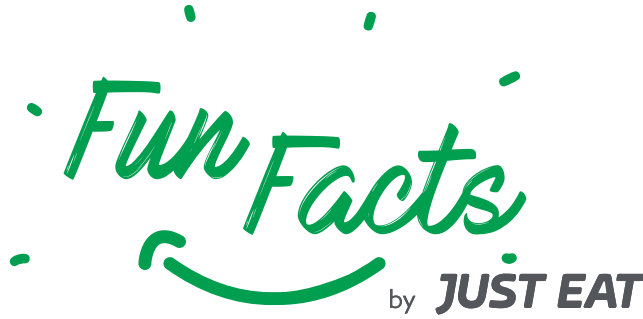


3 Novembre
FIN DE WEEK-END DU 1^{ER} NOVEMBRE
On n'a pas eu le temps de faire les courses ?!
8

29 Septembre
SOIRÉE FULL SPORTS
Mondiaux d'athlétisme et 8^{ème} Journée de Ligue 1
Double écran et double steak dans le burger svp !
12



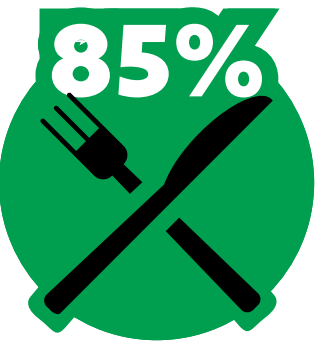
2020



LES PETITES MANIES DE LA RESTAURATION LIVRÉE



75 % des commandes sont passées sur mobile



Clients écolos : 85 % des commandes sont passées sans couverts jetables



Seuls les Parisiens commandent leur repas à 20h (vs. le reste de la France à 19h)



Just Eat a livré l'équivalent de 30 terrains de football de pizzas à l'occasion de l'Euro 2016 !

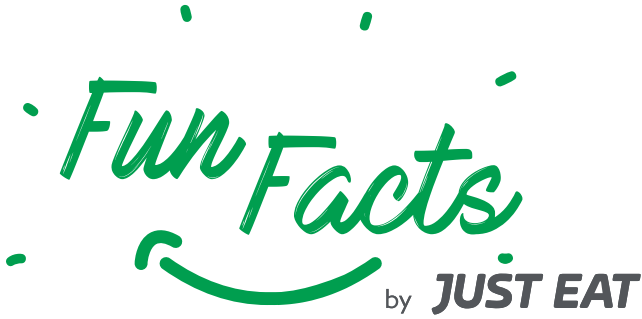


♥ LE PLAT LE PLUS ROMANTIQUE ♥

Le japonais : élu plat favori pour la Saint-Valentin



Le plat le plus Sériemaniac : la Pizza



LES PETITES FOLIES DE LA RESTAURATION LIVRÉE



Un Lillois a réalisé plus de 307 commandes de sushis...
Sushis à gogo 6 jours sur 7 !



Les commandes de tacos français explosent en été.
Il entre dans le TOP 4 le premier jour de l'été.



Le client qui a le plus commandé en 2019 est un habitant des Hauts-de-Seine : 397 commandes depuis janvier 2019. Plus d'une commande par jour !



Français et Italiens font honneur à leur réputation. Ce sont les plus romantiques d'Europe puisque la Saint-Valentin est l'un des jours où ils commandent le plus !



ET EN EUROPE, QUE MANGE-T-ON EN LIVRAISON ?

L'Italie à l'honneur ! Les spécialités **italiennes** sont dans tous les TOP de commandes des pays européens dans lesquels Just Eat est présent. Arrive ensuite le **burger**, présent dans le TOP de 4 pays : l'Espagne, le Danemark, la France et l'Italie ; puis les spécialités **chinoises**, dans le TOP de 3 pays : l'Angleterre, l'Espagne et l'Irlande ! Petites particularités : **l'Italie et l'Irlande** sont les 2 seuls pays où l'on mange local : la pizza sur la 1^{ère} marche du podium en Italie et le Fish & Chips sur la 3^{ème} marche en Irlande.

PAYS EUROPÉENS ET RESTAURATION LIVRÉE : LES SPÉCIALITÉS LES PLUS APPRÉCIÉES



EN EUROPE : DES PICS DE COMMANDES POUR LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE !

En France, comme dans le reste de l'Europe, les fêtes de fin d'année sont l'occasion de manger ! La fin d'année, c'est aussi beaucoup de moments de fête entre amis ou en famille. Mais à chacun ses habitudes, ses rendez-vous annuels... Et sa spécialité livrée préférée pour se remettre d'une soirée mouvementée. La restauration livrée reste un des meilleurs réconforts en lendemain de soirée. Alors, quand est-ce que les Européens sont les plus festifs ?

??? Le saviez-vous ?

LES PAYS TOUS ÉGAUX FACE À LA GUEULE DE BOIS !

1^{er} janvier



Le 1^{er} janvier est LE jour qui enregistre le plus de commandes chaque année ! Danois, Irlandais et Français se mettent d'accord pour récupérer de leur nuit blanche bien au chaud avec leur plat livré. Un vrai rituel !

Le mois de décembre n'échappe d'ailleurs pas à cette tradition : météo frileuse, esprit de Noël... **Les commandes sont nombreuses en ce dernier mois de l'année.** En Italie et en Espagne par exemple, **la fête de l'Immaculée Conception le 8 décembre** est le jour qui compte le plus de commandes. Une date qui signe également le **début officiel de la période de Noël en Irlande** et intègre le TOP des jours les plus importants de l'année en termes de commandes.

Enfin, comment oublier **les célèbres Christmas Parties en Angleterre** ! Tous les week-ends, nos voisins d'Outre-Manche se font plaisir, puisque les 1^{er}, 8 et 15 décembre, sont parmi les TOP jours de commandes. Une façon de ravir les palais de toute la famille grâce à une grande variété de plats aux saveurs multiples... Et seulement en quelques clics.



3 QUESTIONS À JÉRÔME GAVIN

DIRECTEUR GÉNÉRAL INTERNATIONAL CHEZ JUST EAT

SELON-VOUS, LA PIZZA GÉNÈRE-T-ELLE AUSSI UN ENGOUEMENT PARTOUT DANS LE MONDE ?

Oui, en effet ! La pizza, qui est née à Naples il y a plus de 200 ans, a franchi les mers, comme d'autres plats italiens, avec les immigrés transalpins à la fin du XIX^{ème} siècle, pour devenir un véritable symbole aux États-Unis. Mondialisation oblige, elle s'exporte depuis aux quatre coins du monde et se déguste selon les goûts de chacun. C'est certainement parce qu'elle sait adopter les codes alimentaires des pays dans lesquels elle s'installe qu'elle est devenue incontournable, et

cela, partout dans le monde. Il y en a pour tous les régimes, en version salée ou sucrée et parfois même les deux ! Pizza "kebab" aux merguez, pizza hawaïenne à l'ananas, au reblochon pour les adeptes des plats de montagnes... Les restaurateurs ne manquent pas d'imagination. La France, fin pays gastronome, est devenu l'un des plus gros consommateurs de pizzas au monde avec les États-Unis et l'Italie.

La pizza est devenue incontournable, et cela, partout dans le monde.

QUELLES SONT LES GRANDES TENDANCES FOOD SELON VOUS ?

Les grandes tendances food prennent toujours la direction d'une alimentation plus « responsable » et plus « saine ». On le voit déjà, la montée en puissance des plats vegans et végétariens est en forte croissance partout dans le monde et notamment en France. Les citoyens se soucient de leur impact sur l'environnement, et cela implique pour eux de manger moins de viande, mais aussi d'essayer de manger plus local et bio, de mieux connaître la provenance des produits qu'ils consomment, etc. Chez Just Eat, nos clients sont 85 % à ne pas demander de couverts jetables lors de leur commande. Un signe que les choses changent et que l'alimentation va continuer à suivre cette

tendance. Plus globalement, les régimes « sans » sont de plus en plus déployés sur la planète. Le sans viande, le sans gluten, le sans lactose ou encore le sans sucre se développent à large échelle. Les consommateurs veulent manger mieux pour être en meilleure santé. Cela implique de manger plus léger ou plus « healthy ». Par ailleurs, notre alimentation est le reflet de notre mode de vie. Aujourd'hui, nous vivons dans des sociétés plus tertiaires, nous sommes ainsi plus sédentaires, il est donc logique que nous mangions moins qu'avant pour être en forme.

ET DEMAIN, EN FRANCE, QUELS PLATS SERONT TENDANCES ?

En termes de spécialités, il y a bien sûr des tendances qui se dégagent ! D'un côté, le snacking et ses sandwiches qui se premiumisent et se revisitent à l'infini : du wrap gastro en passant par le burger vegan, ou encore du banh-mi exotique au tacos français. Il faut le dire, nous prenons de moins en moins le temps de manger, le sandwich répond donc parfaitement à nos modes de vie actuels et devrait rester une tendance forte pour un bon moment ! Et de l'autre côté, la cuisine du

monde se démocratise. Qu'ils soient syriens, israéliens ou malaisiens, les plats du monde sont déjà plébiscités car faciles à manger (en version street food), mais aussi délicieux en mode « cuisine fusion » ou traditionnel. Les Français sont toujours curieux de découvrir des spécialités peu communes, la cuisine du monde répond donc à ce besoin et ce n'est pas sans réjouir les appétits des gourmets et des gourmands !





PARTIE 2

FOOD INSIGHTS

ENTRE NOSTALGIE ET TRADITION : EST-CE QUE NOS DÎNERS ÉTAIENT VRAIMENT MIEUX AVANT ?

Il y a une vingtaine d'années, nos dîners à la maison étaient généralement très copieux, pris à table, en famille et à heure fixe. Aujourd'hui, avec l'avènement d'Internet et l'arrivée massive des smartphones et autres nouvelles technologies, dînons-nous toujours en famille ? L'hyper connexion a-t-elle eu un impact sur nos habitudes alimentaires ?

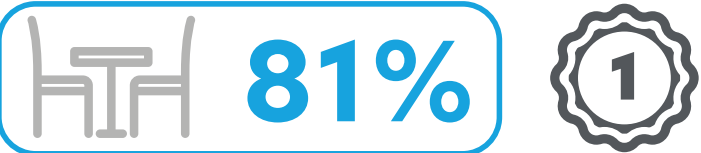
La montée du célibat change-t-elle la donne ? Prenons-nous toujours le temps de manger ? Mangeons-nous toujours autant ? La livraison de repas a-t-elle bousculé véritablement nos modes de restauration ? Pour répondre à toutes ces questions, Just Eat a mené l'enquête en France avec l'Ifop*.



*Étude réalisée online du 7 au 9 novembre 2019 par l'institut Ifop pour Just Eat auprès d'un échantillon de 1 000 personnes, âgées de 18 ans et plus (échantillon représentatif de la population française).

LES HABITUDES DÎNATOIRES DES FRANÇAIS ONT-ELLES ÉVOLUÉ ?

Oui ! En une vingtaine d'années, la façon de dîner des Français a bien évolué. Première constatation, ils mangent un peu plus souvent à la maison : 97% aujourd'hui contre 95% il y a 20 ans ! Une légère augmentation qui cache cependant des changements importants dans leurs habitudes dînatoires.

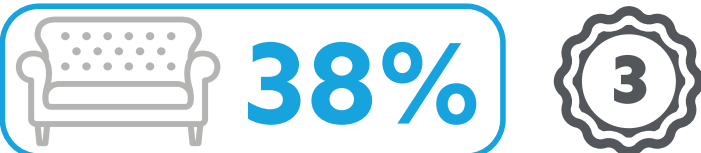


EN SOIRÉE, LA TABLE À MANGER PERD DES ADEPTES MAIS RESTE ENCORE LE LIEU DE REPAS PRIVILÉGIÉ POUR 81 % DES FRANÇAIS !

Même si les Français dînent de moins en moins souvent dans des lieux traditionnels comme la cuisine ou la salle à manger, **la table reste néanmoins en tête de podium** des lieux régulièrement privilégiés pour 81 % des Français (-4 points en 20 ans). Un chiffre en très nette baisse chez les 18-34 ans (-13 points), qui peut s'expliquer par le manque de place chez les étudiants et les jeunes travailleurs, ou tout simplement parce qu'ils préfèrent l'alternative confortable du dîner-canapé en fin de journée.

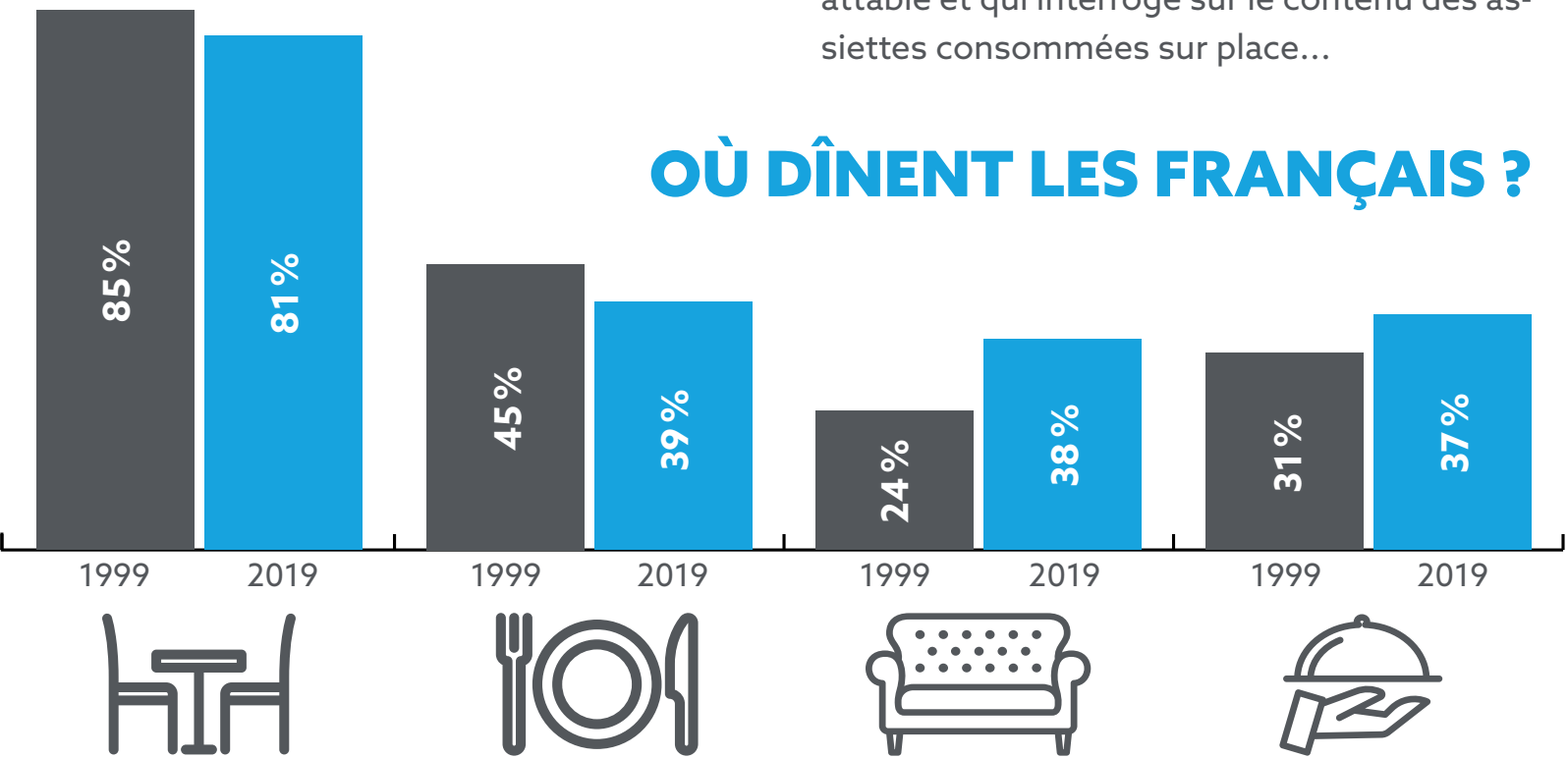


En 2^{ème} position, l'invitation à dîner chez les amis ou la famille rassemble 39 % des voix ! En baisse elle aussi de 6 points cette année, les Français privilégiant potentiellement le confort de leur maison. Pour les 18-34 ans, c'est une tendance qui reste tout aussi ancrée dans les habitudes qu'il y a 20 ans (+1 point).



Et en 3^{ème} place, le confort du canapé plutôt que l'effervescence du restaurant ! Même s'il est passé cette année en 4^{ème} place du classement des lieux privilégiés régulièrement par les Français pour dîner, le restaurant est plus largement plébiscité aujourd'hui qu'auparavant (+6 points). On note que la baisse du pouvoir d'achat ces dernières années n'a donc a priori en rien entaché leur envie de sortir se restaurer après une longue journée de travail. **Ils sont en effet 37 % à aller régulièrement au restaurant aujourd'hui.** Mais la grande surprise est la montée forte des repas pris régulièrement sur le canapé pour un grand nombre de Français. Un espace où l'on ne mange pas attablé et qui interroge sur le contenu des assiettes consommées sur place...

OÙ DÎNENT LES FRANÇAIS ?



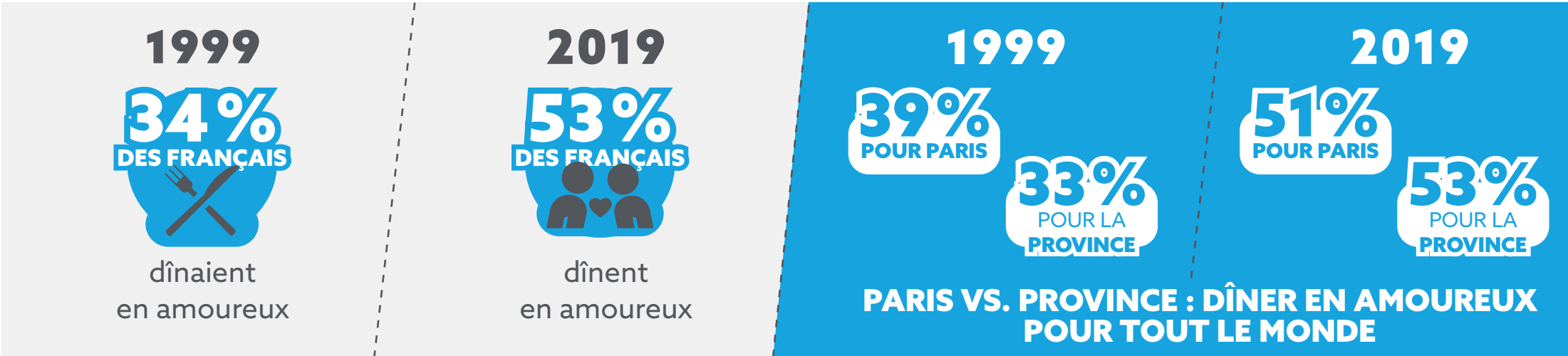
À LA MAISON, PLUS D'1 FRANÇAIS SUR 3 DÎNE DEPUIS SON CANAPÉ !

Roi de la convivialité par excellence, le canapé du salon, ou encore le canapé-lit, c'est selon, est un lieu de plus en plus apprécié pour prendre son dîner. En effet, **38 % des Français indiquent manger régulièrement depuis leur canapé** aujourd'hui, soit 14 points de plus qu'il y a 20 ans. Une habitude d'ailleurs plutôt féminine (43 %) que masculine (32 %) ... **Et une coutume largement répandue chez 56 % des 18-34 ans, qui ne se soucient pas non plus d'avoir des miettes dans leur lit, puisqu'ils sont 23 % à y prendre leur repas.** Leurs aînés, plus raisonnables (9 %), s'en tiennent à des lieux plus traditionnels.

43 % DES FRANÇAIS DÎNENT RÉGULIÈREMENT SEULS CHEZ EUX

Il y a 20 ans, les Français étaient 29 % à dîner régulièrement seuls à la maison... Ils sont **43 % aujourd'hui** ! Là encore, c'est particulièrement le cas chez les femmes et les milléniaux avec respectivement **48 % et 53 % de repas solo à la maison**. Autre constat, les Français dînent de moins en moins en famille (-6 points) et privilégient volontiers **une soirée food en amoureux (+19 points)** ! Ce sont aujourd'hui **53 % des personnes interrogées qui dînent régulièrement avec leur moitié** contre 34 % il y a 20 ans. Là encore, le canapé s'impose, peut-être comme une alternative plus confortable ou plus intime à deux !

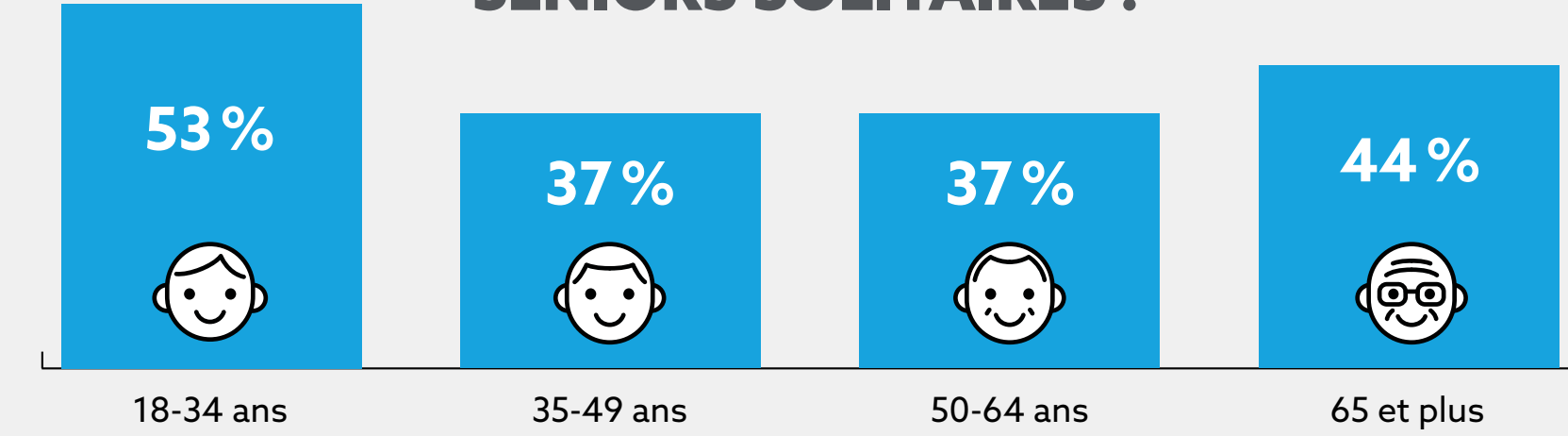
LES DÎNERS EN COUPLE D'AUJOURD'HUI... ET D'AVANT !



Zoom sur... LES HABITUDES DÎNATOIRES DES MOINS JEUNES

Les 50-64 ans sont aujourd'hui **37 % à dîner régulièrement seuls** le soir contre 27 % il y a 20 ans. Pire encore chez **les plus de 65 ans, qui sont 44 % à manger régulièrement en solo** contre seulement 24 % auparavant, soit **+22 points**. Et c'est certainement parce qu'ils sont un peu plus isolés que la moyenne, qu'ils sortent également moins au restaurant (-6 points) et qu'ils ont moins l'occasion d'aller dîner chez des amis ou en famille (-9 points).

LES DÎNERS 2019 : DES MILLENIAUX ET DES SENIORS SOLITAIRES !

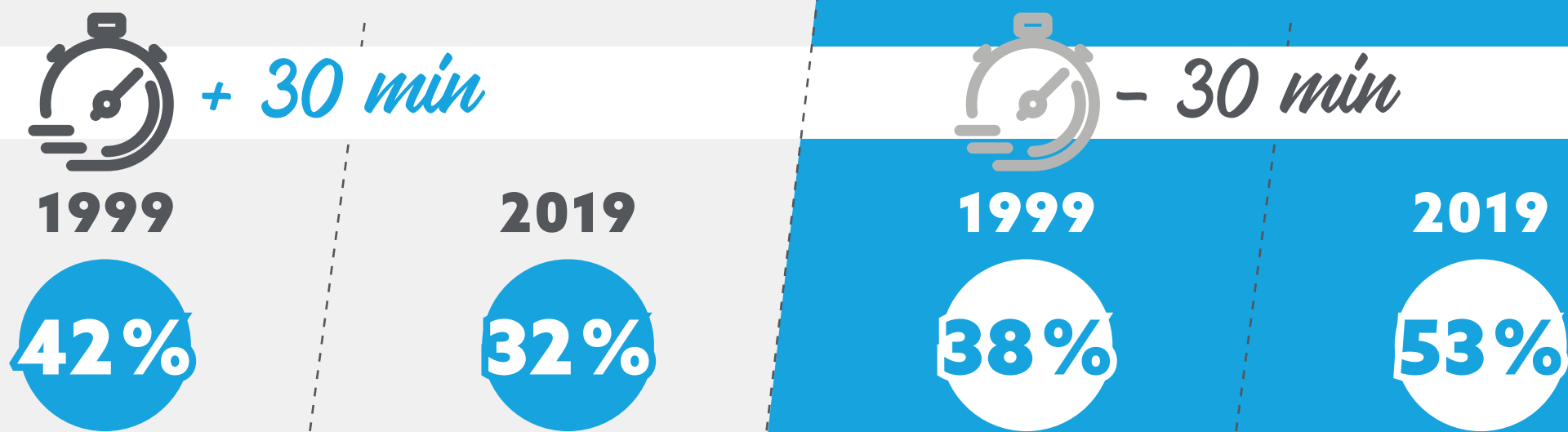


42 % DES FRANÇAIS NE DÎNENT PAS AU MÊME MOMENT QUE LES AUTRES MEMBRES DE LEUR FOYER !

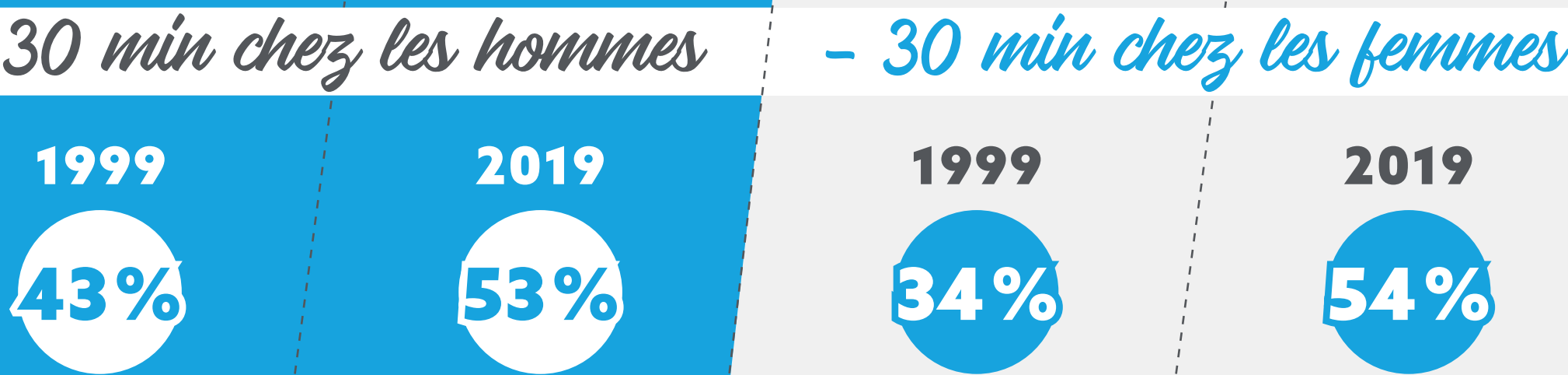
Ils étaient déjà 34 % dans les années 2000 à manger en horaires décalés, mais l'écart continue à se creuser aujourd'hui ! Autre fait marquant, on passe de moins en moins de

temps à table. Pour 53 % des Français, le dîner est aujourd'hui expédié en moins de 30 minutes, c'est 15 points de plus qu'il y a 20 ans. Et les champions en titre des repas express sont les seniors de plus de 65 ans : ils sont 67 % à avaler leur dîner en moins de 30 minutes chrono ; ce qui représente 25 points de plus que dans les années 2000.

LES TEMPS DE REPAS AUJOURD'HUI ET IL Y A 20 ANS



SI LES HOMMES ONT LÉGÈREMENT DIMINUÉ LEUR TEMPS DE REPAS CES DERNIÈRES ANNÉES, CHEZ LES FEMMES C'EST UNE PROGRESSION BIEN PLUS NOTOIRE DE 20 POINTS.



LE DÎNER SERAIT-IL DE MOINS EN MOINS UN MOMENT DE PARTAGE EN FAMILLE ?

Heureusement, non ! Pour 56 % des Français, le dîner reste un moment convivial. Et cela grimpe même à 64 % chez les 35-49 ans, avec une progression de 10 points en 20 ans. Une tradition qui se perpétue et se réinvente.



À QUOI RESSEMBLE LE DÎNER D'AUJOURD'HUI ?

Nouveaux modes de consommation, contenu des repas revu... Les changements dans les habitudes dînatoires des Français ont entraîné de nombreuses évolutions. Mais la montée en puissance des nouveaux régimes alimentaires comme le vegan ou le végétarisme ont-ils eu un impact réel au quotidien ? Les dîners sont-ils plus « light » qu'auparavant ?

À LA MAISON, PRÈS D'1 FRANÇAIS SUR 2 NE DÎNE PAS LA MÊME CHOSE QUE SON VOISIN DE TABLE !

Aujourd'hui, la tendance semble montrer que l'on dîne de plus en plus en fonction de ses envies et de son régime spécifique. En effet, dans les années 2000, 64 % des Français mangeaient la même chose durant leur dîner, contre 55 % aujourd'hui. Le plat unique est ainsi en perte de vitesse. Intolérances, croyances... **1 Français sur 7 (14 %) mange différemment en raison de son régime alimentaire**, soit +5 points en 20 ans. Alors, que mange-t-on le soir à la maison ?

UN REPAS PLUS LÉGER EN FIN DE JOURNÉE QUI FAIT L'UNANIMITÉ !

C'est un fait, aujourd'hui, nous mangeons moins qu'il y a 20 ans. Le triptyque traditionnel du dîner "entrée-plat-dessert" concerne en-

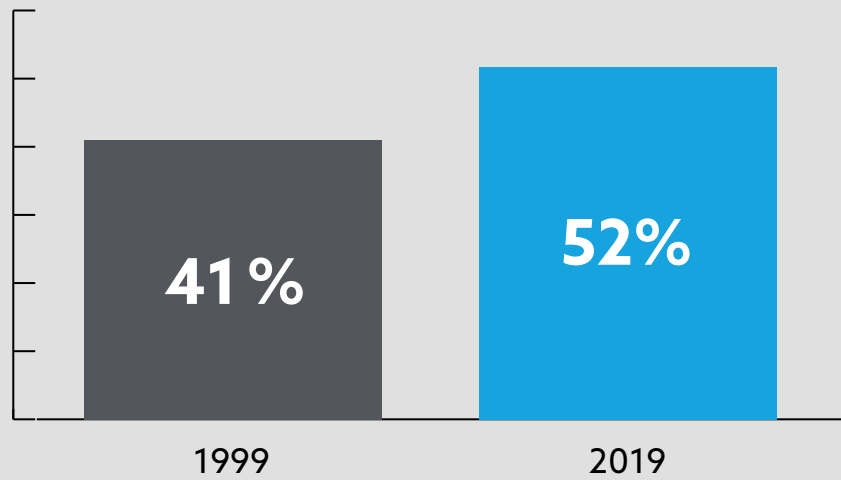
core 46 % des Français mais **il est en chute de 13 points**. Le repas complet reste néanmoins privilégié **chez les hommes, puisque plus d'1 sur 2 l'apprécie encore** ! Et contrairement aux idées reçues, **le repas cuisiné maison est en forte déperdition chez les plus de 50 ans** : -16 points chez les 50-64 ans et **-25 points chez les plus de 65 ans**. Ils sont en effet seulement 30 % aujourd'hui à privilégier un repas complet le soir alors qu'ils étaient plus de 55 % il y a 20 ans.

UNE SALADE, UNE SOUPE ET AU LIT !

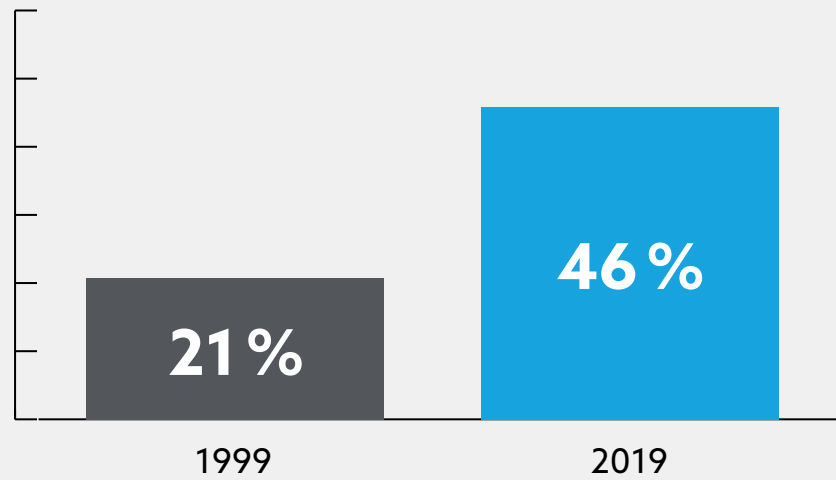
C'est le repas du soir n°1 aujourd'hui en France. **49 % des Français** le consomment, soit +19 points qu'auparavant. Chez les femmes, c'est même une augmentation de 23 points sur 20 ans. Mais la plus forte progression est là encore chez les seniors. Chez les plus de 50 ans et les plus de 65 ans, ils étaient respectivement 22 % et 21 % à manger léger il y a 20 ans et sont aujourd'hui **52 % et 46 % à privilégier ce type de repas**.

MILLENIALS & SENIORS S'ACCORDENT SUR DES REPAS LÉGERS !

 **L'ÉVOLUTION DES DÎNERS LÉGERS CHEZ LES MILLENIALS DEPUIS 20 ANS**



 **L'ÉVOLUTION DES DÎNERS LÉGERS CHEZ LES SENIORS DEPUIS 20 ANS**



Alors que les injonctions médiatiques et médicales à prendre des repas plus légers le soir se multiplient depuis quelques années, il semblerait que le message soit passé auprès de toutes les générations. En tête de liste : les seniors, qui ont doublé leur propension à prendre des repas simples, légers et finalement, bons pour la santé.

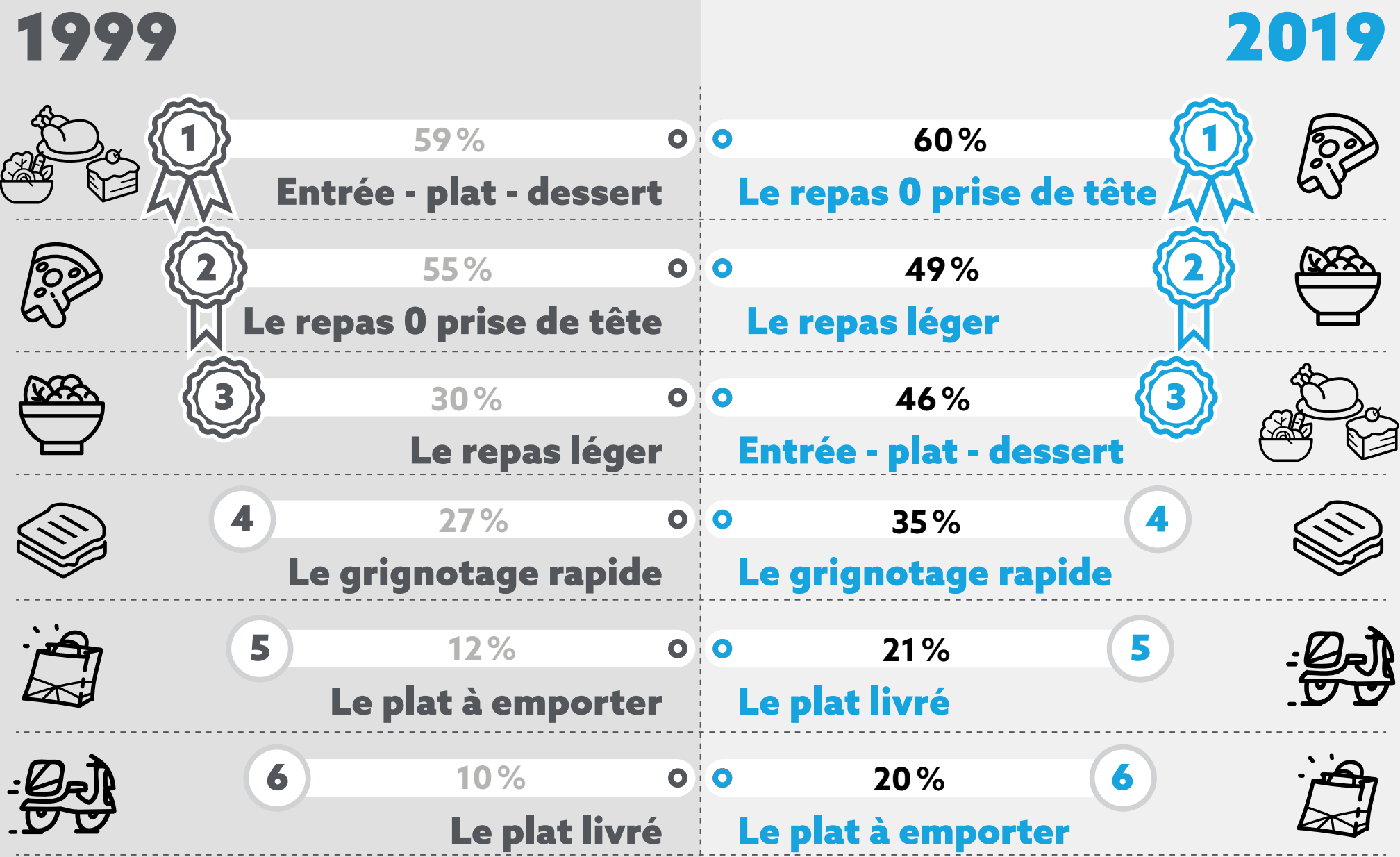
MANGER, OUI ! CUISINER LE SOIR, UN PEU MOINS...

Les Français adorent la bonne chaire, mais lorsqu'il s'agit de se lancer en cuisine, c'est plus compliqué. **Aujourd'hui, ils sont 44 % (-2 points) à cuisiner le soir**. Un phénomène révélateur du fait que l'on passe moins de temps en cuisine, le repas léger, plus rapide à préparer, étant plus fortement privilégié que le repas complet. Par ailleurs, **27 % des Français optent pour l'option décongélation** de petits plats en fin de journée, soit +9 points qu'avant. Facilité et rapidité obligent ! Mais le soir, on privilégie également de plus en plus le repas sur le pouce : **35 % grignotent un sandwich** par exemple, contre 27 % auparavant. Et c'est d'autant plus vrai chez les millenials : ils sont plus de **50 % à manger « vite fait bien fait »** aujourd'hui.

40 % DES FRANÇAIS DÉCLARENT AVOIR RECOURS À LA LIVRAISON DE REPAS !

Le plat livré tout chaud à la maison est bien entré dans les mœurs et connaît la plus forte augmentation : **les Français sont aujourd'hui deux fois plus nombreux à se faire livrer leur repas en fin de journée** ! Et c'est même trois fois plus chez les jeunes entre 18 et 34 ans : **1 sur 3 se fait livrer à manger le soir**. Ce sont donc aujourd'hui 40 % des Français qui se font livrer régulièrement ou occasionnellement à dîner. Le plat à emporter gagne lui aussi du terrain : +8 points en 20 ans, en passant de 12 % à 20 % aujourd'hui.

TOP 6 DES REPAS DU SOIR D'AUJOURD'HUI ET D'AVANT



LES ÉCRANS À TABLE : LE MAL DU XXI^{ÈME} SIÈCLE ?

Depuis sa démocratisation, la télévision est fortement ancrée dans le quotidien dînatoire des Français. En 2018, 94 %* des foyers en sont équipés. Et en 20 ans le taux d'équipement des ordinateurs et des tablettes n'a cessé de progresser pour atteindre respectivement 86 %* et 49 %* l'an dernier. Par ailleurs, 72 %* des internautes de 11 ans et plus, possèdent un smartphone. Au total, les Français ont en moyenne 5,6 écrans par foyer* leur permettant de regarder de la vidéo. Ces nouvelles technologies liées à la démocratisation d'Internet ont de réelles répercussions sur les dîners des Français.

PLUS DE 70 % DES FRANÇAIS REGARDENT ENCORE LE JT DE 20H PENDANT LEUR DÎNER !

De Patrick Poivre d'Arvor à Anne-Sophie Lapix en passant par Claire Chazal, ils sont depuis 20 ans les indétrônables compagnons des dîners des Français. Ils étaient **75 % à suivre les informations du Journal de 20h en 1999, et sont encore 73 % en 2019**. Les Français aiment définitivement ce rendez-vous pendant leur repas ! **Les séries cultes et les émissions d'infotainment** telles que *Quotidien*, *Touche pas à mon poste*, sont elles aussi largement plébiscitées par les Français. **Ils étaient 49 % à les suivre il y a 20 ans et sont aujourd'hui 51 %**. Les 18-34 ans en sont les plus adeptes : **66 % déclarent regarder**

leur série ou leur émission favorite pendant leur dîner. C'est un fait, la télévision est bien au rendez-vous à la table des Français.

PRÈS D'1 FRANÇAIS SUR 2 DÎNE AUSSI AVEC SON ORDINATEUR.

Juste après le petit écran, son cadet l'ordinateur s'invite au repas du soir ! **46 % des Français l'accueillent comme compagnon pour le dîner**, contre 19 % il y a 20 ans. Multitâche, l'ordinateur permet en effet de s'informer, mais aussi de regarder des vidéos à la demande : l'idéal pour bingewatcher sa série préférée. **Les 18-34 ans sont même 67 % à utiliser ce type d'écran pour dévorer leur repas du soir !**

FOURCHETTE & PORTABLE : PRÈS DE LA MOITIÉ DES FRANÇAIS DÎNENT AVEC LEUR MOBILE À LA MAIN...

Véritable raz-de-marée dans les dîners des Français, le portable est venu redistribuer les cartes. C'est un nouveau geste qui s'installe ! Alors qu'avant les Français restaient passifs devant leur téléviseur en dînant, désormais ils concilient coup de fourchette et SMS en deux temps trois mouvements ! Aujourd'hui, ce sont en effet **43 % des Français qui déclarent**

utiliser leur téléphone en mangeant. Mais leur téléphone ne devrait pas les empêcher de suivre leur série ou le JT du soir, puisqu'ils sont **66 % à l'utiliser à table pour textoter ou envoyer des e-mails (48 %)**. Toutes les générations sont touchées par ce phénomène : chez les seniors, **c'est plus d'1 sur 2 qui envoie des textos ou e-mails à table !** Et parce que l'amour n'attend pas, chez les 35-49 ans, **1 sur 10 en profite même pour swiper sur les applications de rencontres** pendant le dîner !

TINDER, WHATSAPP, E-MAILS QUE FONT LES UTILISATEURS DE TÉLÉPHONE À TABLE DURANT LEURS DÎNERS ?

Envoyer des messages



66 %

Regarder leurs e-mails



48 %

Regarder / lire l'actualité



33 %

Regarder des vidéos Youtube



22 %

Écouter de la musique



20 %

Regarder des séries



18 %

Regarder des films



17 %

Jouer à des jeux vidéos



15 %

Utiliser des applications de rencontres

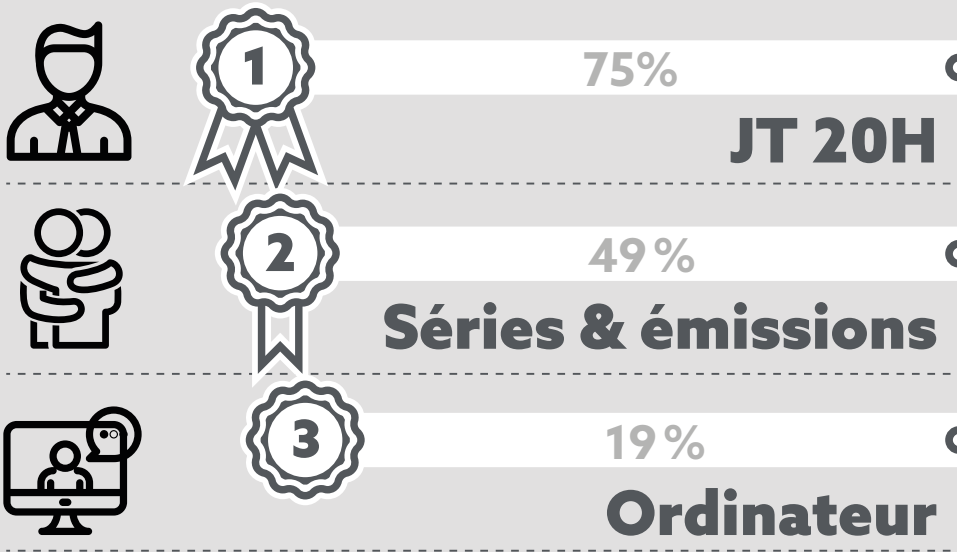


6 %

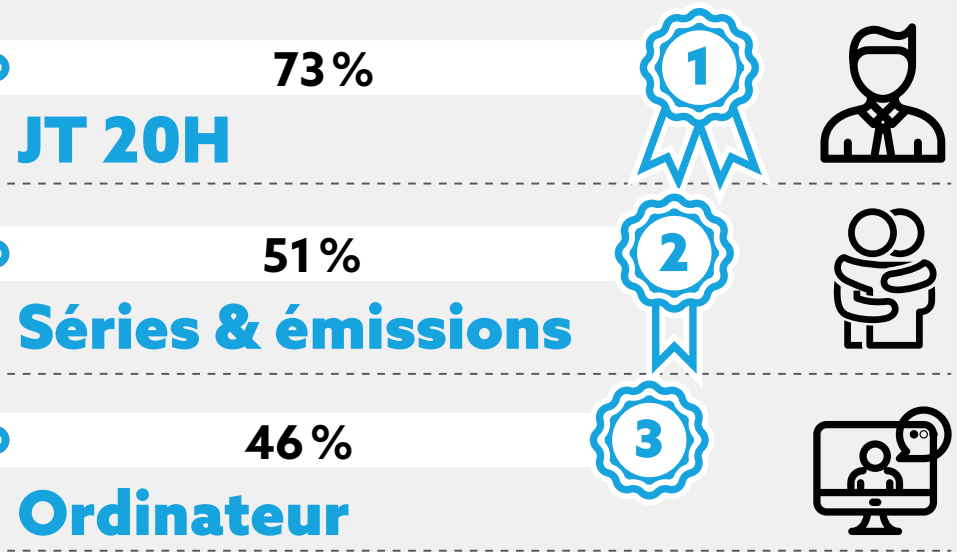
PLUS D'1 MILLENNIAL SUR 3 REGARDE DES VIDÉOS TYPE YOUTUBE EN DÎNANT ! (37%)

DÎNERS & ÉCRANS, L'AMOUR FOU TOP 3 : QUE REGARDENT LES FRANÇAIS PENDANT LEUR DÎNER ?

1999



2019

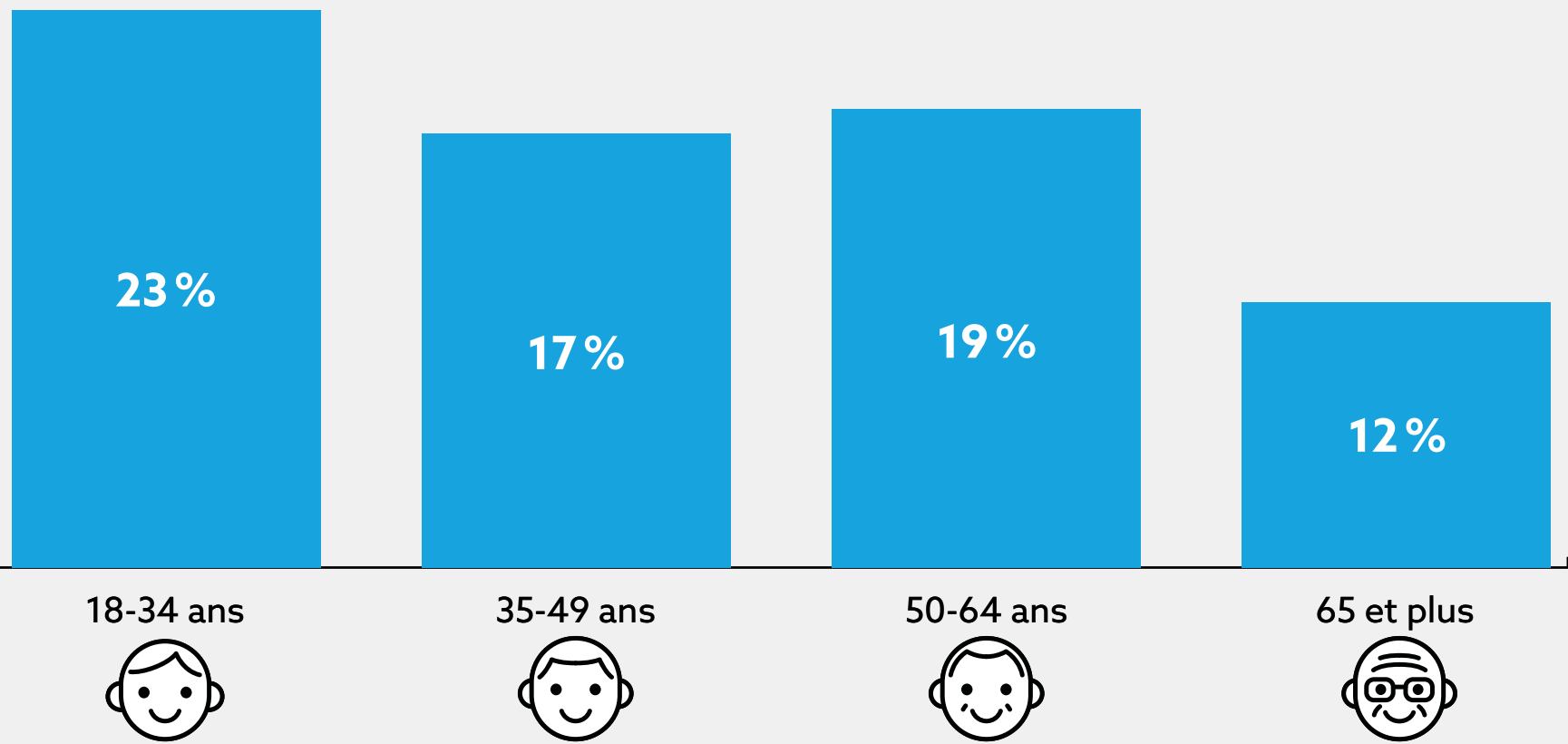


*Baromètre du Conseil supérieur de l'audiovisuel publié le 21 novembre 2018.

DES FRANÇAIS PAS SI NOSTALGIQUES DES DÎNERS TRADITIONNELS...

C'est la conclusion de l'étude menée par l'Ifop pour Just Eat. Les Français vivent avec leur époque : **67 % déclarent que les dîners n'étaient ni mieux, ni moins bien avant, et qu'il faut vivre avec son temps** ! Seuls 18 % sont quelque peu nostalgiques des dîners d'antan. Contradictaires et grands nostalgiques, les 18-34 ans, pourtant grands amateurs de nouvelles technologies, sont les plus touchés : près d'**1 sur 4 pense** que « c'était mieux avant ». Et pour revenir au bon vieux temps, **43 % de ces jeunes seraient même prêts à lâcher leur smartphone à table** !

PARADOXE GÉNÉRATIONNEL : CEUX QUI PENSENT QUE « C'ÉTAIT MIEUX AVANT »



Le regard DE L'EXPERT

Éric Sagnat, Account Director - Consumer & Retail Division à l'IFOP

Les dîners n'échappent pas aux évolutions observées dans l'alimentaire en général : fragmentation des repas, montée de l'utilisation du digital, individualisation des régimes alimentaires... En outre, le phénomène sociétal de diminution de la taille des foyers induit de fait des adaptations de comportements :

- Développement de la livraison (les célibataires vont moins cuisiner pour eux-seuls)
- Limitation des sorties (les foyers monoparentaux sont surreprésentés parmi les catégories en difficultés financières)
- Consommation dans le salon (des foyers mono-adultes aux lieux de vie plus petits)





PARTIE 3

FOOD MARKET

JUST EAT EN FRANCE : LES CHIFFRES CLÉS 2019...

Se faire livrer à manger au bureau ou à la maison est aujourd'hui totalement entré dans les mœurs. En France, 50 %* passent encore commande par téléphone, 30 %* par Internet, et le recours aux applis mobiles est de plus en plus fréquent, cela représente aujourd'hui 20 %* des commandes. Toutes les générations s'y sont mises et particulièrement les 18-35 ans, qui représentent à eux seuls 50 %* des personnes adeptes des livraisons de repas ! Chez Just Eat, la tendance se fait ressentir. Retour en chiffres sur l'année 2019...



*Étude NPD Group - 2018

JUST EAT EN CHIFFRES

EN 2019, JUST EAT EN FRANCE C'EST...



+ 3 000 restaurants en 2019



11 000 restaurants partenaires partout en France



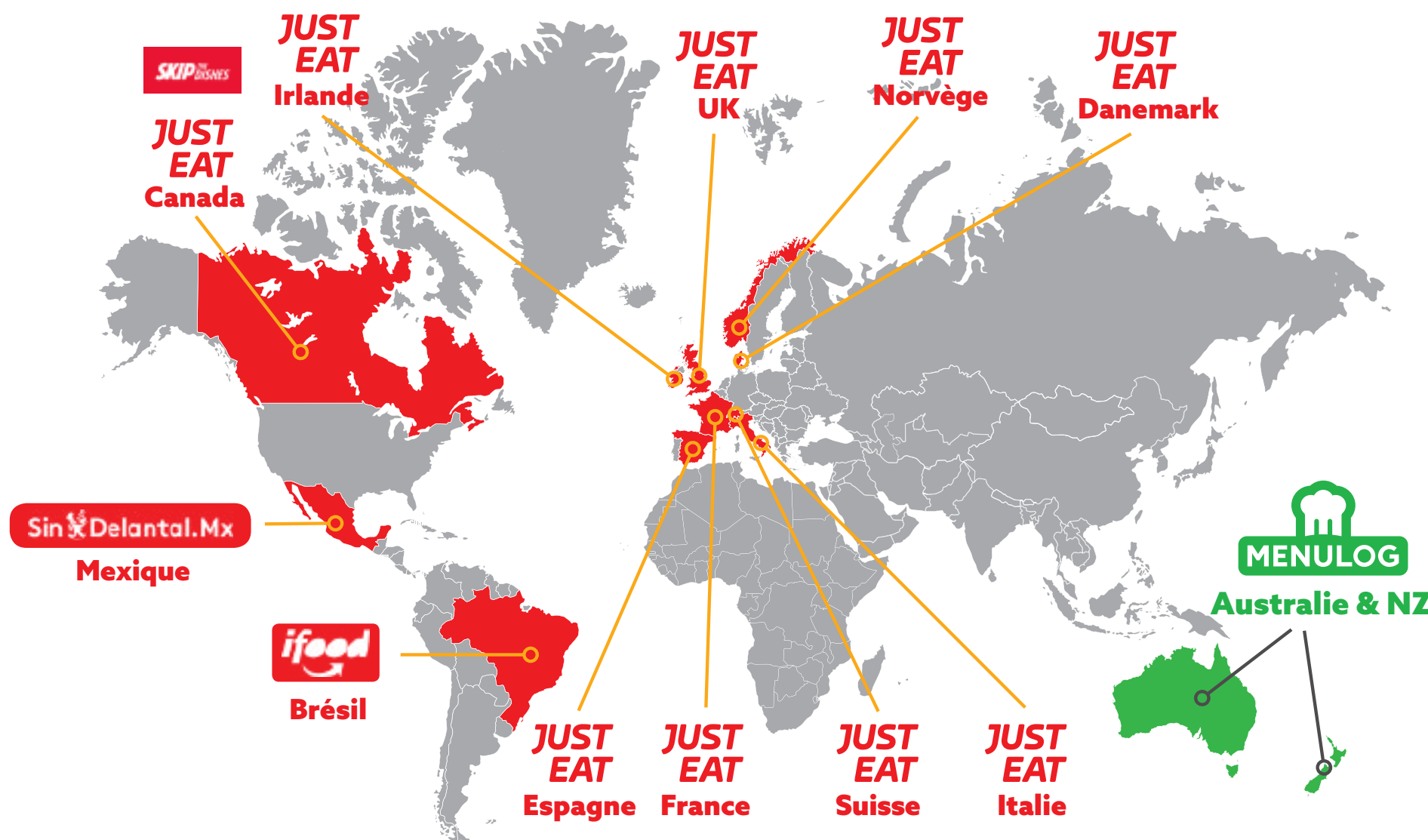
2 000 villes desservies, soit 27 % de plus qu'en 2018



2 nouvelles spécialités à la carte : la poutine et les spécialités malaisiennes.

ET JUST EAT DANS LE MONDE C'EST...

- Une présence dans 13 pays (Angleterre, Australie, Nouvelle Zélande, Canada, Danemark, France, Irlande, Italie, Mexique, Norvège, Espagne, Suisse et Brésil).
- 123,8 millions de commandes au premier semestre 2019, soit une augmentation de 21 % par rapport à la même période de l'année précédente.



3 QUESTIONS À JÉRÔME GAVIN DIRECTEUR GÉNÉRAL INTERNATIONAL CHEZ JUST EAT



QUEL EST LE POTENTIEL DE CROISSANCE EN FRANCE AU REGARD DU NOMBRE DE RESTAURANTS À SE DÉVELOPPER EN LIVRAISON ?

La France compte aujourd'hui plus de 200 000 restaurants partout en France et près de 33 000 d'entre eux proposent un service de livraison. Le potentiel de développement est donc encore important sur le territoire. Chez Just Eat, nous référençons aujourd'hui plus de 10 000 restaurants à travers 2 000 villes dans l'hexagone et tra-

vaillons avec Stuart pour proposer un service de livraison à plus de 10 % d'entre eux. Notre maillage territorial est l'un des plus importants sur le marché. Rien qu'en 2019, nous nous sommes installés avec Stuart dans 38 villes et avons développé 2 800 nouveaux partenaires restaurateurs.



Le business model hybride de Just Eat est aujourd'hui l'un des rares à être rentable sur le marché dans le monde.



LES MODES DE RESTAURATION ÉVOLUENT : COMMENT CONSOMMERONS-NOUS DEMAIN SELON VOUS ?

Oui, c'est un fait, les modes de restauration évoluent au fil des années pour s'adapter aux transformations de notre société. Nous vivons dans un monde plus technologique, où tout va beaucoup plus vite et nous travaillons dans des métiers de plus en plus sédentaires. L'offre de restauration doit donc répondre à ces évolutions majeures pour mieux servir les consommateurs. La commande de repas sur smartphone est l'une de ces innovations « gagne-temps » qui a permis de démocratiser plus largement la livraison de repas à domicile. Aujourd'hui, plus de 75 % des commandes sont passées via cette technologie en 2019 chez Just Eat. Demain, nous continuerons de vouloir utiliser des outils qui nous facilitent toujours plus la vie. Les modes de restauration devront ainsi continuer d'innover et de s'adapter. En livraison, on peut s'attendre à voir débarquer des technolo-

gies qui nous permettront de simplifier la commande, la livraison, les avis et aussi le paiement. Nous pourrions commander par système vocal par exemple, se faire livrer de façon géolocalisée, dans un parc ou sur une plage, noter nos repas avec Siri ou encore payer à plusieurs sans difficulté. Dans un futur proche, l'intelligence artificielle pourra déterminer les préférences culinaires des consommateurs et donc leur proposer en fonction de leur humeur, de la météo, du jour de la semaine et de l'horaire, le plat qu'ils seraient le plus susceptibles de commander. Le Voice Commerce continuera ainsi de se déployer dans ce sens. Les technologies d'intelligence artificielle comme Siri, Alexa ou Google Home seront en capacité de déterminer les besoins des clients et de leur proposer de passer une commande en quelques « paroles » et non plus en quelques clics !



JUST EAT DEMAIN, ÇA RESSEMBLERA À QUOI ?

Aujourd'hui, Just Eat s'appuie sur une plateforme technologique unique permettant de développer un business model hybride : une marketplace historique répertoriant les restaurants qui opèrent leur propre livraison, et un service de livraison de repas externe à Just Eat, proposé à tous les restaurateurs. Ce modèle est aujourd'hui l'un des rares à être rentable sur le marché dans le monde. Nous allons bien entendu poursuivre notre développement afin de continuer de proposer à nos clients un plus large choix de spécialités, et cela partout en France. Côté technologie, là aussi nous allons continuer de nous développer afin de répondre et même de devancer les besoins de nos clients. Aujourd'hui, nous avons déjà mis quelques innovations en

place. Au Royaume-Uni, nous proposons depuis 2016 à nos clients qui possèdent Amazon Echo ou Alexa de pouvoir commander leurs plats préférés ou de modifier la commande passée, au seul et unique son de leur voix. Autre terrain de commande innovant en Angleterre : la possibilité de commander directement depuis une console de jeu Microsoft Xbox ou depuis le système Fire TV, lors de soirées jeux ou ciné à la maison. En France, nous testons avec Lydia la possibilité de partager l'addition avec ses amis en fin de repas. Ce type d'innovation devrait se déployer à plus ou moins long terme sur l'ensemble des pays où nous opérons aujourd'hui.



3 QUESTIONS À NICOLAS NOUCHI

GLOBAL HEAD OF MARKET RESEARCH CHEZ CHD EXPERT



QUEL POTENTIEL DE CROISSANCE EN FRANCE AU REGARD DU NOMBRE DE RESTAURANTS À SE DÉVELOPPER EN LIVRAISON ?

La livraison a encore de grandes chances de progresser ! Il y a un grand nombre de restaurants qui n'ont pas fait ce choix de la livraison. Nous avons un paysage de la restauration très orienté par la restauration traditionnelle à table qui doit réfléchir à une offre adaptée pour la livraison. Des zones et des établissements qui ne se prêtent pas à la livraison ou qui n'ont pas encore eu la demande. Des villes qui ne sont pas encore conquises par les plateformes de livraison. Et dans le même temps, de nombreux

restaurants continuent de se poser la question car il faut pouvoir se positionner sous toutes les formes d'offres et toutes les opportunités sont bonnes pour développer son activité.

Mais le signe le plus prometteur repose sur le consommateur. La livraison fait partie d'un mode de consommation courant pour les plus jeunes et notamment les millennials. Ce sont eux qui vont générer un engouement fort pour la livraison sur des lieux, sur des situations, sur des denrées diverses et variées.

“

La livraison fait partie d'un mode de consommation courant pour les plus jeunes et notamment les millennials.

”



LES MODES DE RESTAURATION ÉVOLUENT : COMMENT CONSOMMERONS-NOUS DEMAIN SELON VOUS ?

De grands changements se sont opérés au cours des 10 dernières années et la livraison est une des sources de ces mutations car elle est la première illustration de la digitalisation de la restauration, qui participe à ces phénomènes de rupture. Il y a bien sûr d'autres éléments comme l'émergence d'une restauration rapide haut de gamme, le Healthy, la folie autour du burger, la rupture

des instants de consommation... On peut donc concevoir une consommation pour demain, plus saine, plus raisonnée. Une consommation sortie du cadre à toute heure et sous toutes ses formes. Une consommation plus conviviale avec une vraie dynamique de partage ! Une consommation plus achetée et moins préparée.



SELON VOUS, QUEL VISAGE AURA LA RESTAURATION LIVRÉE DANS LES ANNÉES À VENIR ?

Il y aura plusieurs modèles de restauration livrée. La présence forte des plateformes qui vont certainement augmenter leur position et devenir de plus en plus importantes dans le chiffre d'affaires du restaurant qui aura su exploiter le meilleur du business model existant. Des restaurateurs qui auront fait le choix de s'affranchir du modèle des plateformes pour avoir leur propre flotte mais qui devront être sûrs de l'intérêt de cette démarche pour ce faire.

Des restaurateurs qui n'auront plus aucun espace de restauration mais juste un espace de livrai-

son. Le site web marchand deviendra la salle du restaurant. Dans ces établissements, une communication forte, impactante, viendra inciter le consommateur à s'intéresser à la solution de livraison auprès du point de vente pour créer une expérience que le consommateur attend.

Car celui qui se demande si la livraison et les nouveaux modèles reviennent à imaginer la fin de la restauration est totalement dans le faux. L'expérience en restaurant est toujours plébiscitée et cela risque de se confirmer avec le temps.



+20%
EN 2018

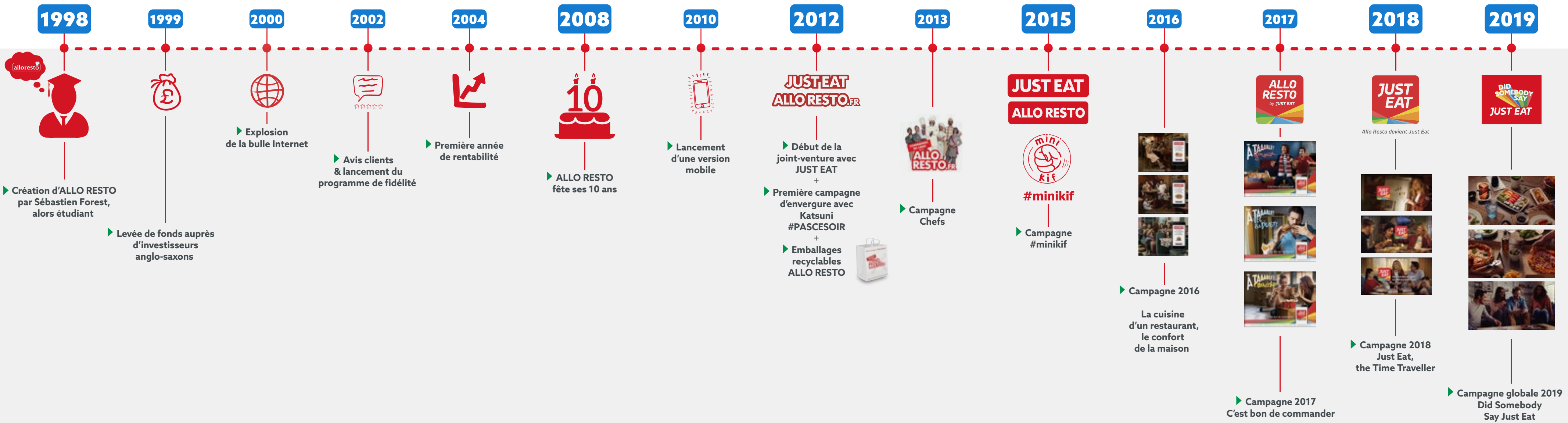


La livraison a connu une croissance de plus de 20 % en 2018, avec 160 millions de commandes passées sur le territoire

*Étude NPD Group - 2018



JUST EAT : 20 ANS DE RESTAURATION LIVRÉE



À PROPOS DE JUST EAT

Just Eat, leader mondial de la restauration livrée, s'appuie sur une plateforme technologique unique permettant un business model hybride : une marketplace historique répertoriant les restaurants qui opèrent leur propre livraison, et un service de livraison de repas externe à Just Eat, proposé à tous les restaurateurs. Just Eat compte 112 000 restaurants partenaires dans 13 pays et 27 millions de clients à travers le monde. Présent dans plus de 2 000 villes en France, Just Eat France propose plus de 50 spécialités culinaires grâce à plus de 10 000 restaurants partenaires. Just Eat France est une entreprise certifiée au Palmarès "Great Place to Work®" 2019, le classement des entreprises où il fait bon travailler.



WWW.JUST-EAT.FR



CONTACTS PRESSE

Just Eat

Caitline Grammont / caitline.grammont@just-eat.fr
M : 07.87.27.48.01

Albine & Co

Flore Brière / flore@albineco.com
M : 06.17.15.04.04 / T : 01.58.18.35.25.

Jade Pérignon / j.perignon@albineco.com
M : 07.70.28.59.95

Just Eat France
2ter, rue Louis Armand, 75015 Paris