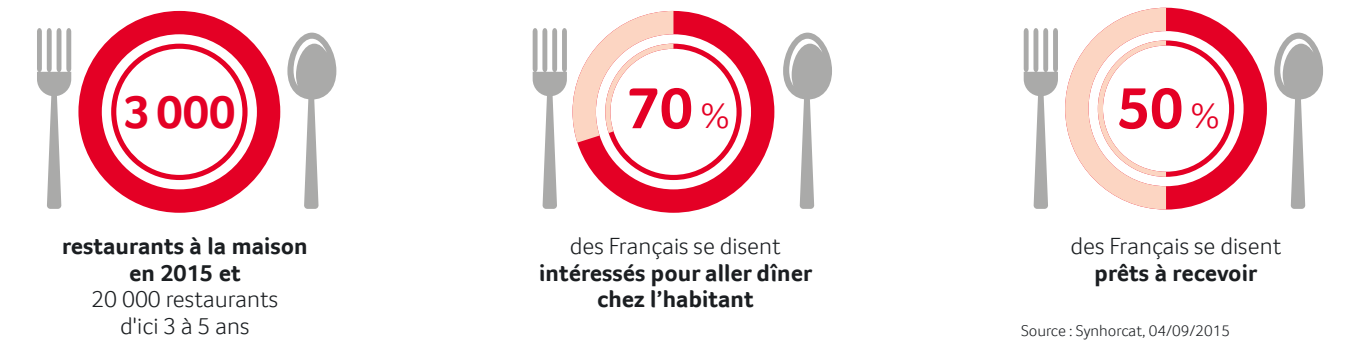


UN PHÉNOMÈNE IRRÉVERSIBLE

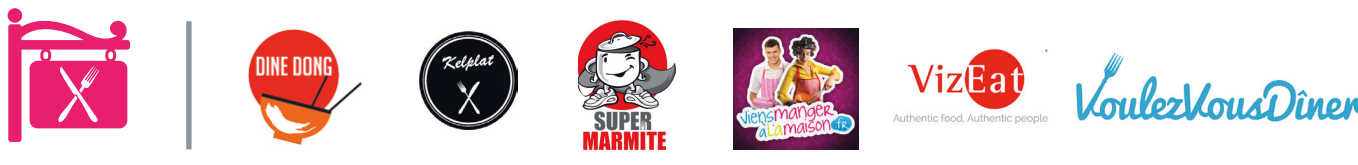


LES PRINCIPAUX ACTEURS DE L'UBERISATION DANS LA RESTAURATION

Chefs à domicile



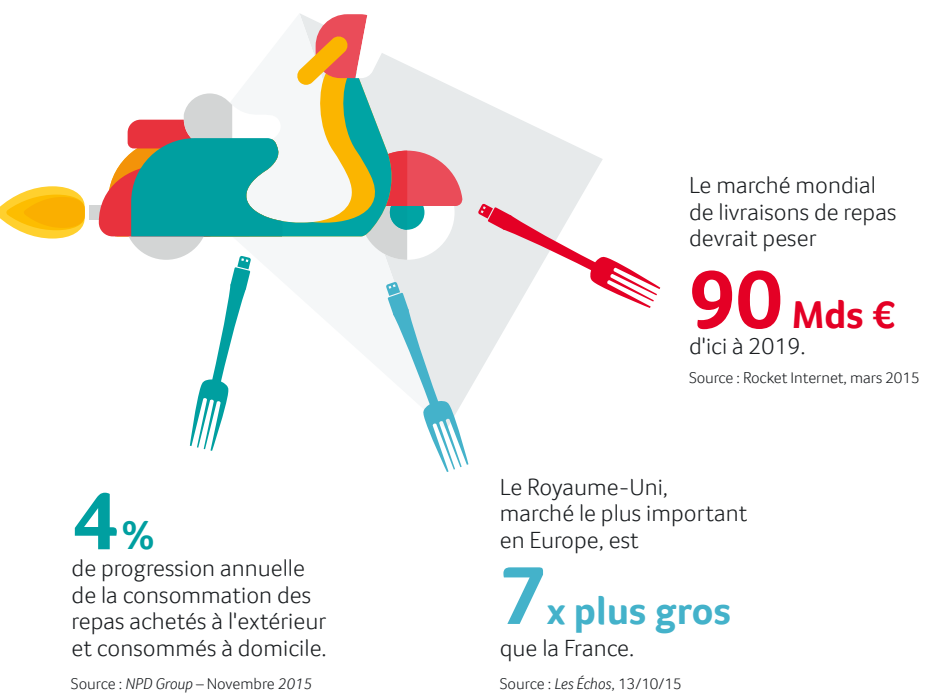
Repas chez l'habitant



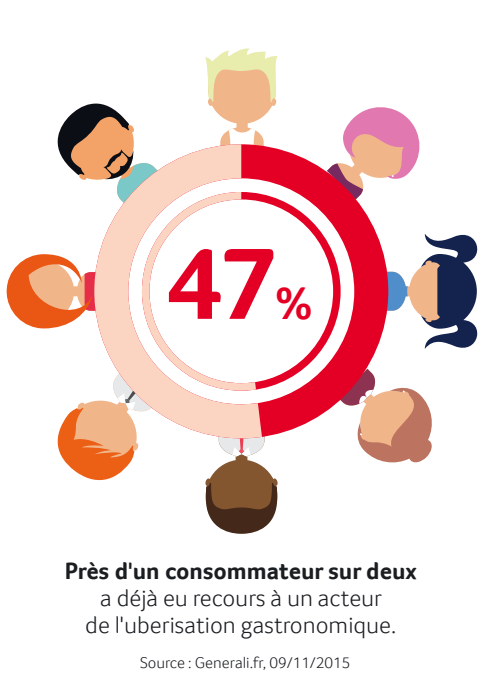
Services de livraison



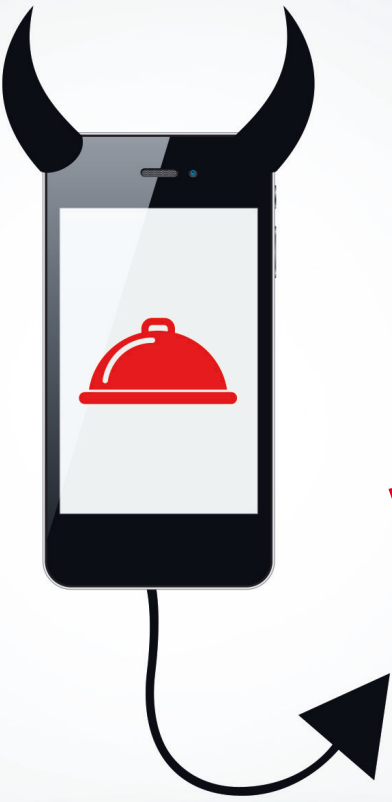
LE BOOM DES REPAS LIVRÉS



DE NOUVELLES HABITUDES



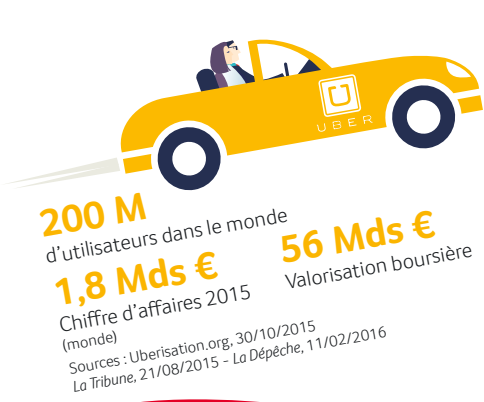
Livret d'idées
N°5



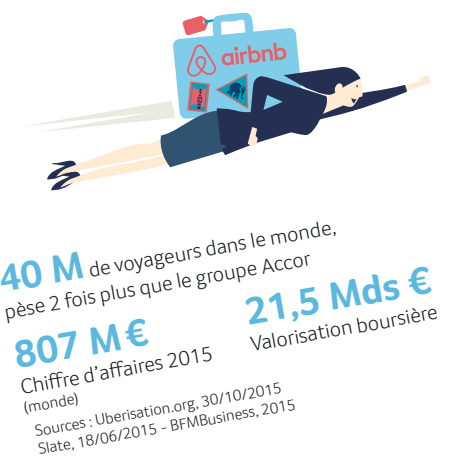
L'uberisation
menace-t-elle vraiment la restauration ?

Uberisation, voici l'un des 12 mots les plus employés en 2015. Si le concept s'est familiarisé avec le transport de voyageurs ou la location d'appartements, il impacte aussi la restauration commerciale et collective. Souvent présentée comme une menace ou une destruction de valeur, l'uberisation peut aussi créer de nouvelles dynamiques à nos métiers.

Uber,
à l'origine de tout



Airbnb,
la révolution locative



Alloresto*,
l'acteur historique



partagerlemeilleur.fr

Uber jusque dans nos assiettes

Aujourd’hui, le marché mondial de la consommation collaborative est estimé à plus de 13 milliards d’euros et devrait peser près de 300 milliards d’euros en 2025. Les appétits s’aiguisent, d’autant qu’un certain flou juridique entoure encore le secteur. La restauration n’échappe pas à cette lame de fond.

Après les taxis qui manifestent contre les VTC et les hôteliers qui veulent en découdre avec Airbnb, c’est au tour des restaurateurs de s’inquiéter de l’uberisation du secteur de la restauration. Le Groupement national des indépendants de l’hôtellerie restauration (GNI) s’en est ému en septembre 2015 par voie de communiqué à l’issue d’une réunion avec Martine Pinville, la secrétaire d’État chargée du Commerce et de la Consommation. *“On compte plus de 3 000 restaurants clandestins en France qui, grâce à des sites Internet, offrent des repas avec apéritif comprenant une entrée, un plat et un dessert pour 80€, affirme Didier Chenet, président du GNI. Nous ne sommes plus dans un modèle de participation aux frais, mais bien dans un véritable commerce qui s’affranchit totalement des*



questions de santé publique (respect des règles d’hygiène en cuisine et dans la salle), de la fiscalité (TVA, impôts...) et de la réglementation (licence de vente de boissons alcoolisées, informations sur la provenance des viandes, sur les allergènes...).”

Un marché en pleine ébullition

La France est à la pointe dans le domaine de l’économie collaborative : 276 plateformes tous secteurs confondus sont actives sur le marché national et 70 % d’entre elles sont françaises. Dans le domaine du logement, des journalistes de *Challenges* ont mené l’enquête pour évaluer en volume les échanges : Airbnb annonce près de 1,56 million de nuitées, mais la taxe de séjour reversée par le site à la Mairie de Paris indiquerait plutôt 5,6 millions de nuitées... soit 10 % de l’offre hôtelière (49 millions de nuitées hôtelières dans le Grand Paris en 2014) ! Et dans la restauration, qui opère ? Des sites qui permettent d’aller chercher une quiche ou une pizza maison près de chez soi (Supermarmite, Monvoisincuisine, Comuneat...) ou mieux, d’aller dîner chez son voisin cordon bleu avec plusieurs convives (Vizeat, Cookening, Voulezvousdiner...). Avec ces sites, on peut réserver une table chez l’habitant dans le monde entier ! Les aventuriers du collaboratif sont aussi à la recherche de lien social. Selon un sondage TNS Sofres réalisé en 2014, si les motivations principales des pratiquants de “l’alimentation collaborative” restent économiques (48 % des répondants), ils sont nombreux à être motivés par le fait de rencontrer de nouvelles personnes (16 %), tester de nouveaux produits (12 %) et partager les connaissances (10 %).

Un flou juridique

Surfant sur cette tendance de fond, les sites de mise en relation entre particuliers se sont multipliés. *“Nous vivons dans un monde de fous où nos restaurateurs et hôteliers se voient imposer toujours plus de réglementation, alors que pendant ce temps les plateformes de l’économie collaborative nous concurrencent en s’affranchissant de tout”*, poursuit Didier Chenet. En septembre 2015, des sénateurs préconisaient *“la mise en place d’un système de déclaration automatique des revenus des particuliers”*. En clair, que les sites transmettent les montants des revenus touchés par les particuliers à l’administration fiscale à partir d’un seuil de 5 000 euros pour *“tracer une limite entre ce qui relève du partage de frais et d’un revenu de nature commerciale ou quasi commerciale”*. Écartée lors du débat de la loi de finances 2016, l’idée est revenue dans un rapport remis par le député Pascal Terrasse au Premier ministre Manuel Valls en février dernier. Reste un autre souci bien plus sérieux encore : les particuliers non déclarés faisant commerce de nourriture et d’alcool ne sont pour l’instant pas soumis aux règles qui encadrent les restaurants et les débits de boisson. Pour eux, pas de licence, pas de formation obligatoire en matière d’hygiène alimentaire, pas de mention de l’origine des viandes, pas de liste des allergènes, pas de déclaration préalable aux services vétérinaires de la préfecture... Le lien avec le consommateur repose sur la confiance. Jusqu’à quand ?

Sources : Pôle interministériel de prospective et d’anticipation des mutations économiques (Pipame), *France Snacking* et *Challenges*

Et si l’uberisation, c’était bon pour la restauration ?



L’uberisation de la restauration fait peur aux restaurateurs qui craignent d’être grignotés. La tendance semble irréversible. Mais si la menace représentait en fait une formidable opportunité ?

Aujourd’hui, l’uberisation permet de séduire de nouveaux clients qui peuvent consommer les plats d’un restaurant sans jamais avoir franchi le seuil de l’établissement.

Des progressions affolantes

Les plateformes mettant en lien consommateurs et restaurateurs affichent des progressions affolantes. Et il n’y a aucune raison qu’elles ne dynamisent pas la restauration



classique dans leur sillage. Ainsi, Resto In livre près de 1 000 repas par jour à Paris et assure que le service de livraison génère un surplus d’activité de 4 000 à 50 000 euros par mois selon les restaurants ⁽¹⁾. Le britannique Deliveroo, qui a fêté en avril sa première année dans l’Hexagone, vient de franchir le cap du million de commandes livrées, soit une moyenne de plus de 2 700 repas par jour⁽²⁾.

La start-up enregistre une croissance moyenne de 20 % par semaine et prévoit de se développer dans une quinzaine de villes supplémentaires. Plus d’un millier de restaurants partenaires sélectionnés par ses soins profiteraient de 15 à 30 % de revenus complémentaires en moyenne. *« Aucun investissement n’est nécessaire, nous leur fournissons un service de livraison clé en main »*,

souligne Adrien Falcon. Amazon a lancé l’offensive en septembre 2015 en créant Amazon Restaurants aux États-Unis, quelques mois après avoir vu Google dégainer avec un nouveau service de commandes directes en ligne auprès de restaurateurs. En France, UberEats a débarqué en octobre 2015 avec une offre ouverte de 11h30 à 14h30 dans quatre arrondissements parisiens. En quatre mois, le nombre d’arrondissements a doublé.

Des modèles jamais figés

L’uberisation dans la restauration commerciale ne se résume donc pas à un mode de fonctionnement. Au contraire, elle évolue sans cesse. L’historique Allo Resto (4000 restaurateurs) référence des restaurateurs dotés de leurs propres moyens de livraison. Depuis ces

deux dernières années, avec l’arrivée des start-up belge *Take Eat Easy*, britannique *Deliveroo* ou allemande *Foodora*, tout se transforme. La livraison repose dorénavant sur une flotte de freelances modernes et branchés, géolocalisés, qui livrent des plats en moins de 30 minutes. Autre variation de la gastronomie à domicile : un chef se déplace à domicile pour vous concocter un menu raffiné.

La restauration traditionnelle a probablement tout à gagner à décrypter ces nouvelles tendances, à investir l’uberisation en proposant la livraison de plats évocateurs de terroir, de goût et d’authenticité... la sécurité en plus.

(1) *La Tribune*, 04/06/2015
(2) *Le Monde*, 31/03/2016

La restauration collective se réinvente

Dans les restaurants d’entreprise, les écoles et les hôpitaux, aucune chance que des particuliers s’invitent à grande échelle avec leurs petits plats. Mais l’uberisation est pourtant à l’œuvre depuis plusieurs années, sans oublier les food trucks qui prennent leur part de ce gâteau à 3 milliards de repas par an.

Les particuliers qui se lancent dans l’aventure de la restauration amateur, aussi doués soient-ils, n’ont aucune chance de franchir les portes de la restauration collective. Les normes règlementaires sont trop drastiques pour qu’ils puissent espérer s’inviter à la table des salariés, des écoliers ou des patients hospitalisés.

Une uberisation contre le gâchis

Les seuls plats « maison » qui franchissent les portes de ces collectivités sont le déjeuner que l’on emporte au travail pour ne pas perdre son dîner de la veille, celui que l’on apporte à un proche hospitalisé pour varier ses menus ou, dans certaines écoles, celui que l’on prépare pour son enfant. Dans certains établissements au projet pédagogique alternatif, on estime en effet qu’un repas préparé à la maison et pris dans un couvert dressé seul par l’écopier dès 3 ans favorise son autonomie.



Une variante est apparue dans l’offre de certaines entreprises où les repas font le voyage inverse. Depuis juin 2015, les salariés de Group M peuvent ainsi acheter pour quelques euros les invendus du midi pour les emporter le soir à la maison.

Une concurrence à couteaux tirés

Mais c’est la révolution de la livraison de repas aux salariés le midi qui a vraiment changé la donne.

Parmi les précurseurs : Class’Croute, véritable « Uber » avant l’heure, qui a vu le jour en 1987 ! Aujourd’hui, elle prépare et livre des plats aux salariés de plus de 20 000 entreprises en France. Depuis, les acteurs se sont multipliés sur ce marché très porteur. La belge Take Eat Easy, qui permet aux salariés de passer commande dans leurs restaurants préférés sans bouger, a débarqué à Paris en 2014. Elle s’est depuis installée dans huit villes et a réalisé une levée de fonds de 16 millions d’euros. Frichti, qui livre depuis juin 2015 ses propres préparations, a annoncé une levée de fonds de 12 millions d’euros en mars 2016. Ces créateurs cuisinent et livrent des produits de saison, du terroir et... le font savoir. Dans ce paysage, les food trucks prennent aussi leur part, comme avec Les Bocaux Repas intégrés à l’offre de Carrefour pour ses salariés. Face aux transformations à l’œuvre dans les modes de consommation alimentaire, la restauration collective a bel et bien commencé sa révolution.

Sources : *La Tribune* et BFM TV

3 points de vue contrastés sur l’uberisation de la restauration

“Ils représentent une obscure concurrence et détruisent l’emploi (...). Ce service est très dangereux. On peut empoisonner quelqu’un en faisant à manger.”

Hubert Jan, président d’Umih-Restauration et patron du Bistrot chez Hubert à Fouesnant (Bretagne)
Source : *Le Parisien*, 28/08/2015

“Il y a dans le secteur de la restauration une vraie concurrence déloyale. On est dans une économie souterraine, une économie du marché noir. Tout le monde ne peut pas devenir restaurateur, et ce n’est pas souhaitable.”

Bruno Teboul, enseignant- chercheur à Dauphine, membre de l’Observatoire de l’ubérisation
Source : *La Dépêche*, 11/02/2016

“J’ai toujours été préoccupée par cette idée de démocratie de l’art culinaire français. Une volonté qui a trouvé sa réalisation en Chefcuisine, un nouveau concept de plats cuisinés pour la maison.”

Anne-Sophie Pic, chef 3 étoiles
Source : *Chefcuisine*, 29/10/2015