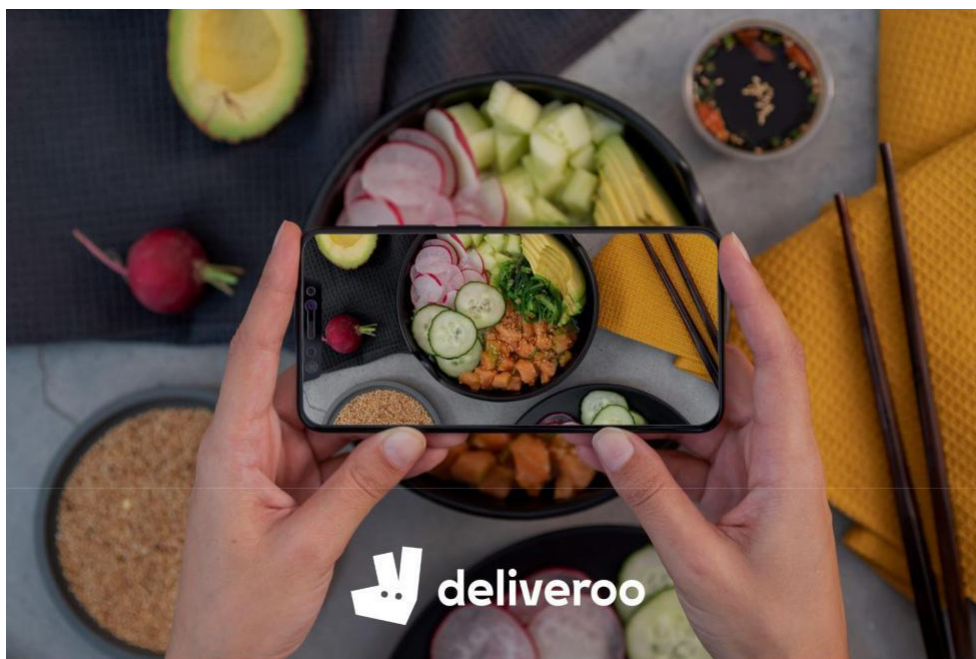




Fin 2021, 82% des clients de Deliveroo en France disent avoir commandé autant ou plus qu'un an plus tôt



- 82% des consommateurs ont commandé autant ou plus en décembre 2021 qu'un an plus tôt
- Décision d'achat spontanée dans 64% des cas
- L'envie de se faire plaisir est le premier critère cité (25% des cas)

Paris, le 22 février 2022 - Deliveroo publie "Dans leurs assiettes", un rapport de recherche effectué auprès de 3000 consommateurs, au Royaume-Uni, à Hong-Kong et en France.

Le rapport démontre que la livraison est une habitude largement démocratisée, avec des clients aussi friands de se faire livrer que d'aller au restaurant.

Le marché français fait l'objet d'une étude spécifique, avec un échantillon de 800 répondants. Parmi les principaux enseignements de celle-ci figurent les données suivantes.

- En France, 82% des clients de Deliveroo déclarent avoir commandé en ligne autant ou plus en décembre 2021 qu'à la même période l'année précédente. La proportion de clients qui déclarent avoir commandé plus souvent atteint 46%, près d'un client sur deux.

- L'acte de commander un plat en ligne reste un acte spontané : 64% des clients déclarent se décider dans l'heure précédant leur acte d'achat. Au contraire, les sorties aux restaurants sont un peu plus préméditées.
- Le principal moteur du geste d'achat de plats livrés reste l'envie de se faire plaisir, citée par 25% des sondés, suivie de l'absence de motivation de cuisiner (20%) et de l'envie de manger un plat ou un type de cuisine particulier (16%).

Nous avons également sondé nos clients français sur leur appétit pour des plats de tradition française.

- Plusieurs spécialités recueillent les suffrages, avec un pourcentage élevé de clients déclarant qu'ils les commanderaient "certainement" si elles leur étaient proposées : la tartiflette (38% de "certainement"), le boeuf bourguignon et le magret de canard (36% de "certainement"), ou encore le cassoulet (31% de "certainement").
- Parmi les répondants, 35% estiment qu'il n'y a pas assez d'options de cuisine française traditionnelle proposée sur la plateforme. Une véritable opportunité à saisir pour nos restaurateurs traditionnels !

"Le rapport dessine le portrait de nos consommateurs, éprouvés par deux ans de crise sanitaire, mais qui ont gardé l'appétit pour de bons plats en livraison, en même temps que le goût d'aller au restaurant", a commenté Kevin Mauffrey, directeur commercial de Deliveroo. Ils sont plus de 80% à déclarer commander autant ou plus souvent qu'avant, ce qui démontre que la tendance est installée et que la livraison est entrée dans les mœurs. La spontanéité du choix et le plaisir comme motivation restent des marqueurs forts".

"En 2021, la livraison est devenue incontournable pour un restaurant. Chez Le Braisé, nous souhaitons exploiter au maximum ce mode de consommation et Deliveroo s'est avéré un partenaire de taille, voire incontournable. Notre partenariat a permis d'être davantage exposé et de toucher beaucoup plus de clients, grâce à leur communication et à leur plateforme optimisée aussi bien pour nous, restaurateurs, que pour notre chère clientèle", a commenté Samir Hamouda, directeur marketing chez Le Braisé, à Lille.

Le rapport "Dans leurs assiettes" est produit par Deliveroo à destination de ses restaurants partenaires, pour leur fournir des éléments de compréhension de leur clientèle : habitudes de consommation, motivations, attentes, préférences alimentaires, etc. Avec cet outil, Deliveroo peut aider ses restaurateurs partenaires, essentiellement les indépendants, à faire les bons choix et à réussir en livraison.

Note méthodologique : Le rapport repose sur un questionnaire auto-administré, rempli en décembre 2021 par 3000 clients de Deliveroo sur trois marchés : Royaume-Uni, Hong-Kong, France. En France, 800 clients ayant commandé sur Deliveroo au moins une fois lors des 90 derniers jours ont répondu au questionnaire.

En savoir plus :

[Consulter le rapport en ligne](#)

À propos de Deliveroo

[Deliveroo](#) est un service primé à plusieurs reprises fondé en 2013 par William Shu et Greg Orlowski. Deliveroo collabore avec 160 000 restaurants et commerces et plus de 180 000 livreurs partenaires, afin de proposer la meilleure expérience de repas et courses en ligne au monde.

Le siège de l'entreprise est à Londres, avec des bureaux à travers le monde. Elle opère dans 800 localités, réparties sur 11 marchés géographiques : l'Australie, la Belgique, la France, Hong Kong, l'Italie, l'Irlande, les Pays-Bas, Singapour, les Émirats arabes unis, le Koweït et le Royaume-Uni.