



LICENCE PROFESSIONNELLE
DEFINITION ET GESTION DES SYSTEMES ALIMENTAIRES
ET
HÔTELLERIE - RESTAURATION

PROJET TUTORÉ

**LA LIVRAISON DE REPAS A DOMICILE
PAR INTERMEDIAIRES**

Présenté par :

AVEZARD Etienne

BELLOCQ Rémy

DAL SANTO Romain

LOPES Marine

PEDELUCQ Précilia

SAGARDOY Christelle

Année universitaire : **2016 - 2017**

Sous la direction de :
Frédéric ZANCANARO

**La construction de la diffusion
de la livraison de repas à
domicile par intermédiaires en
France**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e).

« Le numérique s'est décidément glissé partout, jusque dans nos assiettes. »

Vox Pop

REMERCIEMENTS

Pour débiter ce projet, nous souhaitons remercier les différentes personnes qui nous ont accompagnés tout au long de cette année dans la mise en place du dossier.

Tout d'abord, nous tenons à remercier tout particulièrement notre tuteur, Monsieur Frédéric ZANCANARO, pour l'intérêt qu'il a porté à notre sujet. Son écoute très attentive et ses précieux conseils nous ont été d'une grande aide.

Nous remercions également, Monsieur Paul-Emmanuel PICHON tout comme Monsieur Pierre ROUILLON pour leurs conseils sur le fond de notre projet durant leurs différentes interventions.

Enfin, nous sommes reconnaissants de l'aide de Monsieur Yves CINOTTI sur la mise en forme de notre projet riche en de nombreuses interrogations.

Par ailleurs, nous aimerions remercier sincèrement, les différents intervenants et interviewés sans qui notre projet n'aurait pas le même sens. Nous pensons à tous les restaurateurs, intermédiaires et professionnels qui ont pris le temps pour nous aider à avancer ainsi que l'ensemble du panel de consommateurs qui a répondu à notre questionnaire.

Enfin, nous remercions nos proches pour leur soutien et leur participation tout au long de la construction de notre projet.

Ainsi, ce projet tutoré nous aura fait grandir personnellement et professionnellement.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	6
SOMMAIRE	7
INTRODUCTION	8
PARTIE 1 – L’engouement du phénomène de la restauration livrée	11
<i>Chapitre 1</i> - La genèse de la livraison de repas à domicile.....	12
<i>Chapitre 2</i> - Les modèles économiques.....	16
<i>Chapitre 3</i> - Hygiène et sécurité alimentaire.....	24
<i>Chapitre 4</i> - Un marché convoité.....	25
<i>Chapitre 5</i> - Les nouvelles technologies au service de la livraison de repas à domicile .	30
<i>Chapitre 6</i> - Le profil du consommateur, une sociologie complexe.....	36
PARTIE 2 – Procédures et méthodologie du projet	40
<i>Chapitre 1</i> - Etudes préliminaires	41
<i>Chapitre 2</i> - La conception de nos hypothèses	46
<i>Chapitre 3</i> - Les outils requis	51
PARTIE 3 – Analyse des études réalisées	60
<i>Chapitre 1</i> - Tableau de confrontation des entretiens et hypothèses	62
<i>Chapitre 2</i> - Analyse horizontale des entretiens	63
<i>Chapitre 3</i> - Analyse verticale	68
<i>Chapitre 4</i> - Réponses aux hypothèses.....	69
<i>Chapitre 5</i> - Les préconisations	73
CONCLUSION	76
ANNEXES	79
GLOSSAIRE	194
BIBLIOGRAPHIE	195
SITOGRAPHIE	196
VIDEOGRAPHIE	199
TABLE DES FIGURES	200
TABLE DES TABLEAUX	200
TABLE DES ANNEXES	201
TABLE DES MATIERES	202

INTRODUCTION

Le consommateur a pris l'habitude de se faire livrer de nombreux biens chez lui : vêtements, livres, courses alimentaires... Aujourd'hui, le client se fait livrer à son domicile tout ce qu'il désire plutôt que de se rendre dans les magasins. *Amazon* l'a bien compris avec ses 200 millions de références, il devient aujourd'hui en France le leader de l'e-commerce. Le client, grâce à son smartphone, sa tablette peut contrôler et effectuer tous ses achats depuis son domicile, c'est le phénomène du « click and pay ». Après le shopping, celui-ci s'étend dans différents secteurs, comme l'hôtellerie avec l'apparition de sites de réservation comme *Booking*. Ce phénomène se développe ensuite dans les services de transports avec *Uber* où un simple clic permet de se déplacer.

Pourquoi ne pas adapter ce phénomène à la restauration ? Aujourd'hui, ce problème est résolu, le service de la livraison de repas à domicile est apparu, c'est ce que l'on appelle le « click and eat ». Le client peut se faire livrer le plat de son restaurant préféré sans sortir de son salon, grâce à des applications et à la venue d'intermédiaires qui ont bouleversé le marché de la restauration livrée. La technologie s'est glissée partout, même dans notre assiette. Les français sont adeptes de ce mode de consommation puisque 54 % d'entre eux se sont déjà fait livrer un repas chez eux.

Avec l'arrivée de nombreuses start-ups sur le marché, les intermédiaires comme *Allo Resto*, *Foodora*, *Deliveroo* ou encore *UberEats* se retrouvent contraints de proposer toujours plus pour se démarquer.

Le marché de la livraison de repas à domicile est devenu un vrai secteur dans le milieu de la restauration où un réel enjeu économique se développe. Depuis 2012, une progression est perçue grâce à de nombreux services comme le fait de commander avec son smartphone, ou alors sur internet. Le consommateur se retrouve également influencé par ce phénomène suite aux nombreuses campagnes de communication menées.

En 2020, la livraison de repas à domicile devrait représenter 16 % du marché global en Europe. Cette part importante s'explique par une multitude d'acteurs présents sur le marché comme *Deliveroo* qui a augmenté son chiffre d'affaires de 500 % en 2016. Ainsi

qu'*Allo Resto* ou encore *Foodora* qui se livrent une bataille de communication afin de fidéliser leurs clients.

Plus de la moitié des français y ont eu recours en 2015. Commander un repas chez soi représente un confort, une aisance et aussi le fait de ne pas cuisiner.

Ce marché est actuellement estimé en France à un milliard d'euros en volume d'affaires. Sur 145 000 restaurants au sein de l'hexagone, un tiers sont en difficultés. La livraison à domicile pourrait peut-être permettre à certains de ces restaurants citadins en difficulté d'améliorer leur rentabilité.

L'arrivée de nouveaux intermédiaires et l'explosion de la livraison de repas à domicile dans notre quotidien a fait émerger une nouvelle donne en France.

Malgré tous ces chiffres évoqués précédemment, un célèbre cabinet de marketing parisien déclare que « le service de la livraison de repas à domicile n'est pas une mode et n'a aucun avenir sur le marché ». Ainsi, cette contradiction nous a incités à étudier ce sujet.

En tant qu'étudiants en Hôtellerie-Restauration et faisant partie de la génération Y, nous avons vu ce phénomène croître au fil des années. Il nous est déjà arrivé de nous faire livrer plutôt que de nous rendre au restaurant. Durant nos recherches et diverses discussions au sein du groupe, nous avons pu voir que ce phénomène s'étendait de plus en plus dans le domaine de la restauration. Nous avons donc choisi de nous intéresser plus particulièrement à la restauration commerciale.

Si la livraison de repas à domicile a été le point de départ de notre questionnement, l'intérêt de ce sujet est de comprendre la diffusion de ce mode en France : identifier, analyser et comprendre l'importance de ce phénomène. C'est donc pour cela que notre question de départ est la suivante :

Comment comprendre l'engouement de la livraison de repas à domicile ?

Ainsi, à partir de cette question, nous allons interpréter et analyser ce phénomène grandissant.

Le secteur commercial connaît aujourd'hui de nombreux changements du fait des évolutions des attentes des consommateurs et de la société. Ces nouvelles tendances nous amènent à nous interroger sur la problématique suivante :

La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France

Ce travail de recherche et d'analyse va donc permettre de mettre en avant les différents changements et évolutions que connaît le secteur de la restauration commerciale en France.

Notre groupe a élaboré plusieurs hypothèses pour en retenir trois afin de mieux structurer notre travail. Celles-ci auront pour but d'analyser le restaurateur, l'intermédiaire et le client :

- ☞ **Hypothèse Restaurateur** : La livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires
- ☞ **Hypothèse Intermédiaire** : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile
- ☞ **Hypothèse Client** : La livraison de repas à domicile répond à une question de praticité

Ce projet sera construit autour de nos recherches et de nos avancées sur le terrain. Nous avons élaboré des entretiens quantitatifs et qualitatifs afin de répondre au mieux à notre sujet.

Avec ces interrogations, notre travail de recherche se structure en trois parties. Dans une première partie, nous étudierons et exploiterons le phénomène de la livraison de repas à domicile.

Ensuite, nous aborderons dans une seconde partie, la démarche du projet et notre méthode d'organisation à travers notre problématique et nos hypothèses.

Et pour finir, nous évoquerons les résultats de notre étude et de notre analyse afin d'interpréter cette construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par les intermédiaires.

PARTIE 1 –
L’engouement du phénomène de la
restauration livrée

*« Les ustensiles préférés des français seraient le smartphone et
l’ordinateur. »*

Gilles RAISON, Directeur Général d’Allo Resto

Selon une étude *CHD Expert*¹, plus de la moitié des français se sont déjà fait livrer un repas à leur domicile. Il est donc notable qu'un réel intérêt existe autour de ce phénomène.

Ce qui nous a amené à notre question de départ :

Comment comprendre l'engouement de la livraison de repas à domicile ?

L'engouement se définit par le fait de ressentir un goût certain, une admiration forte pour quelqu'un ou quelque chose.

Ce terme a été expliqué plus concrètement par Yucca Gronov au XVIII^e siècle, dans *L'Encyclopédie méthodique*². Il le traduit par une admiration soudaine d'une nouvelle épreuve des jeux olympiques qui les emmena à se multiplier dans tout l'empire.

Nous pouvons donc faire un parallèle au XXI^e siècle avec le phénomène de la livraison de repas à domicile, actuellement en plein essor et pour lequel il existe un réel engouement. Tel que Yucca Gronov l'explique, ce phénomène se multiplie rapidement dans de nombreuses villes.

Ici, nous cherchons donc à étudier le phénomène de mode de la livraison de repas à domicile.

Chapitre 1 - La genèse de la livraison de repas à domicile

L'innovation est une mode qui permet de se différencier de la masse tout en étant conforme aux attentes du plus grand nombre afin d'être un succès.

Quand l'innovation est réussie, il y a alors appropriation de celle-ci par autrui, c'est à dire la possibilité ou la capacité à s'approprier un bien, ou dans ce cas présent un service.

Aujourd'hui, nous pouvons affirmer que la restauration est une innovation "fad", c'est-à-dire de mode, qui permet de se différencier de la masse pour bénéficier d'un succès rencontré par le produit. L'innovation de restauration est toujours arrivée de pays étrangers.

La livraison de repas à domicile a débuté par le portage de repas à domicile pour les personnes âgées. Puis en 1956, l'entreprise familiale *API* lança la livraison de repas à un restaurant d'entreprise afin de proposer des repas chauds à des salariés de la région. Mais

¹ Annexe A : Infographie « La livraison de repas qui fait gagner les restaurants »

² GRONOV Yucca. *L'Encyclopédie méthodique*, XVIII^e siècle

l'innovation la plus importante en matière de livraison de repas à domicile fût celle de la livraison de pizzas.

C'est le fondateur de la chaîne *Domino's Pizza*, Tom Monaghan, qui en 1960, livrait la première pizza aux Etats-Unis.

Ce phénomène mettra du temps à arriver en France, car la première livraison de pizza de la chaîne ne se fera quand 1989.

La livraison de pizza ouvrit le marché de la livraison de repas à domicile en France mais la pizza reste aujourd'hui encore le produit phare de ce marché.

En 1998, Sébastien Forest créa *Allo Resto* en partant d'un constat simple : le manque de diversité dans les produits en livraison de repas. *Allo Resto* permettrait donc de pouvoir se faire livrer tous types de cuisine chez soi. Le consommateur devait appeler le groupe pour que celui-ci contacte le restaurant afin qu'il prépare la commande. Tout un système était donc mis en place pour satisfaire le client.

Mais en 2004, six ans après leur lancement, les investisseurs commencèrent à douter du potentiel de l'entreprise. Le fondateur de la start-up fût alors contraint de licencier l'ensemble de ses équipes, soit une vingtaine de personnes, et fit le choix de poursuivre seul.

Afin de relancer *Allo Resto*, il décida de développer deux axes stratégiques : les avis clients et un programme de fidélité.

C'est ce qui permettra par la suite à *Allo Resto* de perdurer, et d'intéresser de nouveaux investisseurs tel que le leader mondial danois *Just Eat*, qui décide en 2012 d'entrer dans son capital à hauteur de 80 %. Fort de ce nouvel investissement, la start-up continue de se développer et de renforcer son leadership en France, en communiquant massivement à la télé notamment.

Depuis 2015, pour faire face à une nouvelle concurrence, le groupe propose de livrer lui-même les repas.

Installé depuis 20 ans, *Allo Resto* n'a jamais basé son business model sur la livraison par ses propres moyens, contrairement aux nouveaux entrants sur ce marché ce qui fait que le groupe n'est pas perturbé par la concurrence et continue de se développer dans toute la France. Il possède aujourd'hui près de 4 000 restaurants partenaires et ce chiffre est en constante évolution avec plus de 100 à 200 établissements supplémentaires par mois depuis le 1er janvier 2016.

Une autre start-up, créée par Clément Benoît et l'une de ses camarades de FAC, se lance en 2006 sur ce marché mais avec un modèle économique différent, il s'agit de *Resto-in*. Elle n'est présente que dans les grandes villes et propose de se faire livrer les plats « haut de gamme » de 250 restaurants. Ils créaient un nouveau type de service qui centralise les livraisons et qui s'occupe de toutes les réceptions et livraisons. Les livraisons sont sous-traitées à 80%, cela représente 150 coursiers.

Aujourd'hui, le groupe a multiplié par quatre son chiffre d'affaires, et appartient à 80 % à *Geopost*, une filiale *Express International* du groupe *La Poste* ce qui lui permettra de devenir un acteur important au niveau international.

En 2008, c'est *Chronoresto*, fondé par Charles Dunston et acquis par *Pages Jaunes*, qui apparaît et qui représente alors 1 000 restaurants disponibles sur le deuxième portail internet de France dans son domaine : *Pagesjaunes.fr*

Ce groupe propose déjà pour le marché de la restauration des services de marketing divers et variés mais souhaite enrichir ses offres avec *Chronoresto* pour peut-être devenir un acteur incontournable de ce marché.

Deux jeunes start-ups font leur apparition en 2013. Il s'agit de *Deliveroo* et *Take Eat Easy*. Elles possèdent le même business model mais l'une arrive de Grande Bretagne et l'autre de Belgique. *Deliveroo* est une entreprise britannique fondée par Will Shu et Greg Orlowski qui opère dans plusieurs pays : Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne, France.... *Take Eat Easy* est une entreprise belge fondée par quatre amis d'enfance : Chloé Roose, Adrien Roose, Jean-Christophe Libbrecht et Karim Slaoui.

Elles proposent un service similaire, la concurrence est donc très forte. Il s'agit de livrer des plats cuisinés de qualité, livrés dans une démarche eco-friendly, par des coursiers à vélo en un temps record. Il est également possible de connaître l'emplacement des coursiers en temps réel et l'heure exacte de la livraison. Il est donc très difficile de distinguer les deux.

Pour se démarquer, les start-ups misent beaucoup sur le marketing, et font donc des levées de fonds afin de financer la publicité.

C'est d'ailleurs ce qui causera la perte de *Take Eat Easy* qui annoncera sa fermeture le 26 juillet 2016 suite à une dernière levée de fonds non soutenue par ses collaborateurs.

Deliveroo quant à elle, continue de s'implanter en masse sur le territoire français notamment en proposant des services tels que la livraison d'alcool ou de petit déjeuner.

La livraison de repas à domicile étant en plein boom en France, d'autres intermédiaires de livraison apparaissent.

En 2014, le groupe *Rocket Internet* créa *Foodora* à Munich et propose un nouveau service de livraison à domicile inspiré des start-ups précédentes. Celui-ci permet de se faire livrer en 30 minutes maximum et de manière 100 % écologique, toujours par des coursiers à vélo, les plats d'un restaurant de qualité. Il se différencie par ces frais de livraisons qui sont les moins chers du marché de la FoodTech.

Leur objectif est de créer la « Global Online Takeaway Group », c'est à dire de devenir le leader mondial de la livraison de repas à domicile.

Pour cela le groupe investit plus de 100 millions d'euros pour développer *Foodora*.

Plus récemment il s'agit de l'entreprise californienne *Uber*, plus connue pour sa plateforme de mise en relation entre des voitures de tourisme avec chauffeur et des clients, qui a décidé de se lancer sur le secteur de la livraison de repas avec l'application « *UberEats* » à Paris en décembre 2015 et qui est déjà présente dans neuf villes telles que Barcelone, New York, San Francisco... Dans l'hexagone, ceci est présent dans la capitale, Bordeaux et tout récemment Lille, installé le 23 mars 2017.

Afin de se différencier de *Deliveroo* et *Foodora*, *Uber* mise sur la rapidité de son service en affirmant pouvoir livrer en moins de dix minutes grâce à une flotte de près de 10 000 chauffeurs livrant à l'aide de véhicules et scooters 100 % électriques.

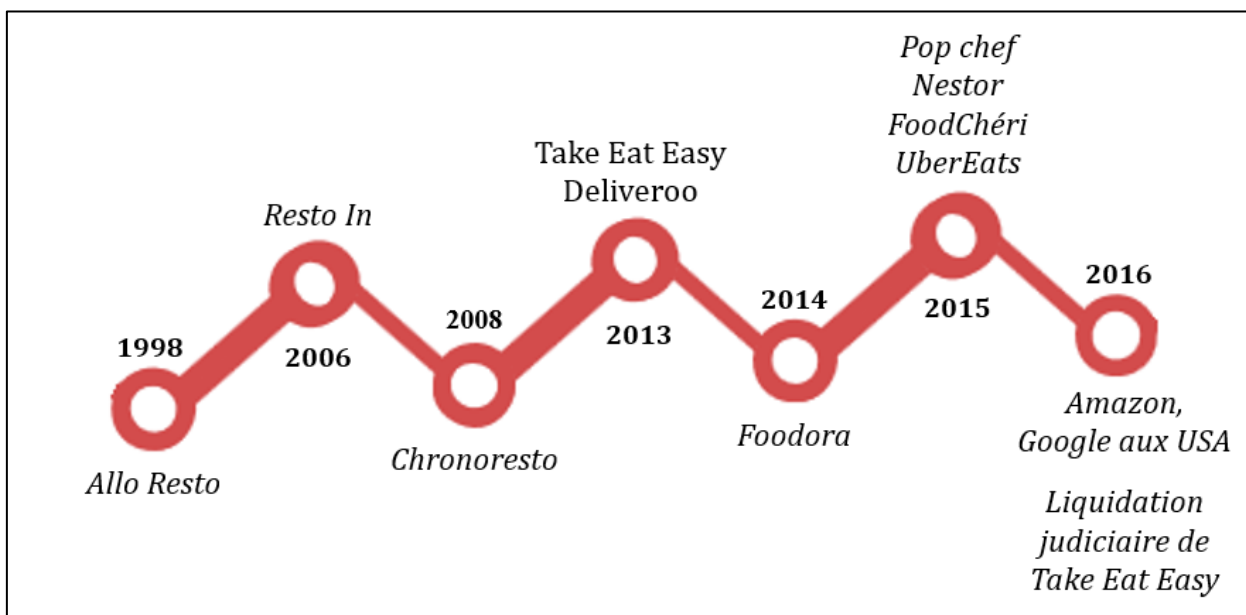
Aujourd'hui, afin d'être toujours plus rapide, le leader de la livraison de pizza, *Domino's Pizza* mise sur l'utilisation de drones en Nouvelle-Zélande. Ce qui permet de proposer toujours plus de nouveautés et d'attirer les clients.

Pour finir, nous pouvons analyser à travers l'histoire qu'il existe un réel engouement pour la restauration livrée au travers des années dû à sa modification de concept.

Selon Jean Pierre Olivier DE SARDAN³, l'innovation est un processus de diffusion par nature ; il affirme ce propos au travers de son œuvre *Anthropologie et Développement*, "se diffuser en quelque sorte par nature". Dans la restauration livrée, on peut voir ce processus de diffusion car *Deliveroo* a été créé en Angleterre et *Foodora* en Allemagne et cette innovation s'est également diffusée en France.

³ DE SARDAN Jean Pierre Olivier. *Anthropologie et développement*, 1995, p 77

Figure 1 : Evolution du marché de la livraison à domicile



Chapitre 2 - Les modèles économiques

En 2016, la restauration commerciale réalisait 54 milliards d’euros de chiffre d’affaires selon une étude sectorielle de Xerfi⁴. Ce volume d’affaires se découpe en trois grands segments :

- La restauration rapide
- La cafétéria
- La restauration traditionnelle

En effet, la restauration commerciale souffre en France puisque un tiers des 150 000 restaurants sont en difficultés financières soit 50 000 d’entre eux. Le chiffre d’affaires de la restauration commerciale a diminué de 6% entre 2011 et 2014. Afin d’améliorer leur chiffre d’affaires, de résister à la concurrence et de se diversifier, le restaurateur citoyen d’aujourd’hui doit travailler avec des plateformes numériques de livraisons selon le *Cabinet Gira Conseil*⁵.

⁴ **MOLLO** Pascale. *Le Boom de la livraison de repas à domicile*. Xerfi, 3 Mars 2016. Disponible sur : <http://www.xerfi-precepta-strategiques-tv.com>

⁵ **BRISSART** Violaine. *Faut-il avoir peur de l’ubérisation ?* Journal L’Hôtellerie Restauration, 4 Janvier 2016. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>

La restauration livrée touche principalement le secteur de la restauration rapide et de la restauration traditionnelle. Aujourd'hui, le poids de celle-ci représente un milliard d'euros de chiffre d'affaires et dépasserait les 20 milliards en Europe. D'ici deux à trois ans, le marché de la livraison à domicile dépassera les 90 milliards d'euros en volume d'affaires en Europe, soit 16 % du marché global. Le potentiel est donc très important au pays de la gastronomie grâce à la venue de nombreuses start-ups spécialisées dans ce modèle.

Pour réaliser de la livraison, il existe 3 modèles économiques :

1. La livraison par ses propres moyens

Le premier est le restaurateur qui livre par ses propres moyens. On dénombre 7 000 restaurants en France qui ont recours à ce procédé comme par exemple une grande chaîne, *Léon de Bruxelles* avec leurs célèbres cocottes de moules fraîches. Cette forme est utilisée principalement par les pizzerias et les restaurants de sushis qui ont été les précurseurs de ce modèle. Le restaurateur possède donc tout l'équipement et les salariés pour assurer la livraison des repas. Il détient donc un rapport plus personnel avec ses clients.

Cependant, cette forme économique est plus complexe à mettre en place. Le restaurateur doit payer plus de charges (personnel, carburant...) et doit investir dans des scooters et assurer lui-même la communication de son restaurant pour tenir informé ses clients. Néanmoins, nous avons interviewé un fast-food sur Toulouse⁶ qui réalise la livraison avec sa propre flotte de scooters, ce service représente 40 % de son chiffre d'affaires. Selon lui, l'achat des scooters, leur entretien, l'essence et le personnel de livraisons représentent des frais moins coûteux qu'une commission d'un intermédiaire.

⁶ Annexe E : Entretien *Pimp My Burger*

2. Le modèle « semi-intégré »

Il existe aussi le modèle « semi-intégré » où l'entreprise intermédiaire met en contact le restaurant et le client et en assure la livraison. Celles-ci sont spécialisées dans ce corps de métier.

Le client commande son mets sur le site internet de l'intermédiaire ou sur l'application, c'est le phénomène de la « FoodTech ». Mais ce modèle économique ne pourrait fonctionner sans l'interaction de trois acteurs :

- ☞ Le restaurateur qui cherche à livrer des repas sans mettre en place son propre système qui devient lourd et coûteux.
- ☞ L'intermédiaire qui va réaliser la livraison et la mise en relation du client et du restaurateur
- ☞ Le client qui désire aujourd'hui se faire livrer d'autres repas que la traditionnelle pizza tout en restant chez lui, c'est le « click and eat »

Le restaurateur perçoit automatiquement la livraison dans son restaurant, grâce à une tablette numérique, et il doit la réaliser suivant un temps imparti. 48 % des français vivant dans les métropoles ont fait appel à un système de livraison par intermédiaire le midi au mois de mars 2016, contre 44 % le soir selon une étude du cabinet *CHD expert*. Cette affluence représente 5,6 % des repas consommés soit trois repas dans le mois de mars par personne.

Aujourd'hui, un tiers des français ne connaissent pas les entreprises intermédiaires. Cela s'explique par un marché implanté principalement dans les métropoles françaises. Ces entreprises ne s'implantent pas dans de petites villes car la demande ne serait pas suffisante selon leurs déclarations.

Les ventes exécutées grâce au modèle semi-intégré permettent de dégager différentes tendances de produits⁷ :

- ☞ Un marché divisé entre la pizza, la street food, le sushi, traditionnel et gastronomique.

Le client commandera toujours un produit qu'il connaît bien comme la pizza ou le burger pour ensuite tester d'autres plats qui sortent du contexte traditionnel de la livraison.

⁷ Annexe G : Entretien d'un cabinet de consultant

En effet, ces ventes sont assurées puisque quatre français sur dix ont déjà passé une commande auprès de sociétés de livraison. Ce marché est donc pourvu par de nombreuses start-ups comme le Britannique *Deliveroo*, ou l'Allemand *Foodora* ... qui assurent une livraison en échange d'un taux de commission variant de 25 % à 30 %.

Foodora créé en 2014 et arrivé en France en 2015, connaît une croissance de ses commandes de 20 à 40% chaque semaine et son chiffre d'affaires double chaque mois. Cela suppose que l'entreprise affine son application, son fonctionnement régulièrement afin d'optimiser le nombre de commandes. La start-up appartient au géant *Rocket Internet* qui détient de nombreuses entreprises comme *Zalando*... Aujourd'hui, *Foodora* est valorisé à quatre milliards d'euros. L'entreprise est présente dans de nombreuses villes comme Bordeaux, Lyon, Paris et bientôt Toulouse, la date officielle n'est pas encore connue. 1350 restaurants collaborent avec celle-ci.

Egalement, *Deliveroo* suit le même modèle. Il connaît une croissance de plus de 500% de ses commandes journalières depuis 2015. Aujourd'hui, la start-up est valorisée à un milliard de dollars. *Deliveroo* propose un service de livraisons de 8h30 du matin à 23h15 du soir, ce qui permet d'assurer la livraison de petits déjeuners, de déjeuners, goûters et dîners. Il s'est implanté à Toulouse en février 2016 et collabore aujourd'hui avec plus de 80 restaurants situés au centre-ville de la Ville Rose avec un périmètre de livraison de 2,5km. Ces deux start-ups sont aujourd'hui les plus grosses sur le marché mais il en existe plusieurs autres présentes dans le tableau ci-dessous (cf. **Tableau 1**).

Les livreurs de ces start-ups sont des auto-entrepreneurs (Loi du 4 août 2008). Lors d'un entretien exploratoire un livreur de *Deliveroo*⁸ nous a confié que « la start-up pourrait être victime de son succès » car les livreurs peuvent se révolter et arrêter de travailler du jour au lendemain. Selon un article de *La Tribune* dans la rubrique Acteurs de l'économie, les livreurs ne peuvent pas faire grève, ils se déconnecteront donc de l'application. Aujourd'hui, ces « plateformes déshumanisent en contrôlant les moindres détails de la prestation exécutée, en bafouant le droit du travail, le droit à la concurrence ». Ces livreurs préféreraient être employés aujourd'hui, ils revendiquent un droit à l'assurance et des courses mieux payées.

Mais aussi, le succès de ces start-ups peut provoquer un nombre insuffisant de livreurs et ainsi ne plus pouvoir assurer les livraisons aux clients⁹.

⁸ Annexe F : Entretien avec un livreur de *Deliveroo*

⁹ Annexe B : Victime de leur succès, refus de livraison

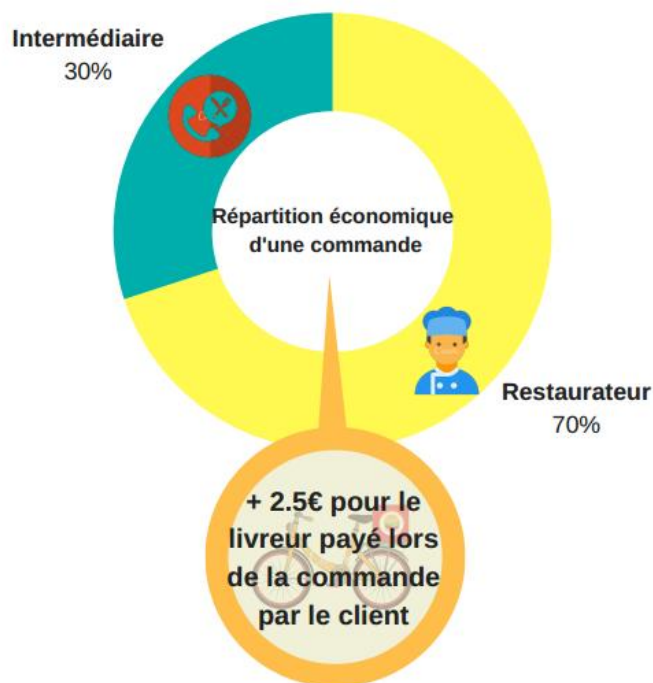
Tableau 1 : Caractéristiques des intermédiaires utilisant le « modèle semi-intégré »



	ALLO RESTO	DELIVEROO	FOODORA	RESTO-IN	UBER EATS
Date de création	1998	2013	2014	2006	2014
Date d'arrivée en France	1998	2015	2015	2006	2016
Fonctionnement	Intermédiaire entre restaurants ayant leur service de livraison et les clients. De 10 h 30 à 6 h du matin	Livre des repas préparés par des restaurants. De 8h30 à 23h15	Assure le service de livraison à proximité des restaurants. De 11 h 30 et 14 h 30 et de 18 h 30 à 22 h 30. Possibilité de retirer sa commande au restaurant	Met en relation les restaurants avec des livreurs professionnels. De 9 heures à minuit.	Dispose de son équipe de livreurs indépendantes. Application séparée du site Uber. De 11 heures à 23 heures.
Villes	Plus de 2 000	Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Nantes, Marseille, Montpellier, Nice, Paris, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse. Bientôt Aix-en-Provence.	Bordeaux, Lyon et Paris. Bientôt Nantes et Lille.	Lyon Marseille, Paris.	Boulogne, Issy-les Moulineaux, Levallois-Perret, Neuilly, Paris, Vanves, Vincennes, Lyon, Bordeaux
Nombre de restaurants	4 000. Tout type de cuisine. Déjeuner, dîner, apéritif.	Plus de 2 000. Tout type de restaurant sélectionné sur la qualité.	1 000 restos à Paris. 250 à Lyon, 100 à Bordeaux. Catégorie bistronomique. Déjeuner, dîner...	500. Déjeuner, dîner, brunch, pâtisseries, épicerie, boissons et glaces.	Plus de 500. Toutes les spécialités. Déjeuner, dîner, "gastro", boutique de cookies, sandwichs.
Coût de la livraison	0,95 €	2,50 €	2,50 €	3.99 € et gratuit à moins de 500 mètres	2.50 €
Délais de la livraison	1 heure maximum	Moins de 30 minutes	30 minutes maximum	25 – 45 minutes	Moins de 30 minutes
Recours en cas de retard	Dédommagement, remboursement en cas de non livraison	Au cas par cas (crédit sur compte, nouvelle livraison)	Minimal. A voir avec le service clients	Barème de remboursement à partir de 5 minutes remboursement intégral après 60 minutes	Service clients (0805 084 286)

Ainsi, voici la répartition économique d'une commande d'un client :

Figure 2 : Répartition économique d'une commande sur la base du modèle « semi-intégré »



Ici, la commande du client est représentée. Lorsque celui-ci paye sa note, 70 % revient au restaurateur et 30 % à l'intermédiaire. Il paye en plus de cette commande 2,50 € pour les livreurs. Ceci est appliqué sur les sites *Deliveroo*, *Foodora*, *UberEats*. Néanmoins, *Allo Resto* propose un service de livraison à uniquement 0,95 € et *Resto In* à 3,99 € mais celui-ci offre la livraison dans un périmètre de 500 mètres.

Aujourd'hui, pour faire face à ces géants de la livraison de repas à domicile, de nombreuses petites start-ups se créent en suivant le même modèle économique des pionniers. Ce genre d'entreprise s'installe également dans de grandes villes où se situent déjà les géants de la livraison par intermédiaire. Pour faire face à la concurrence, celles-ci possèdent un périmètre de livraison plus important allant du centre-ville jusqu'à la périphérie des villes. En effet, elles opèrent une stratégie différente avec un service en scooter ce qui permet d'étendre la livraison contrairement à *Deliveroo* par exemple qui réalise ses commandes à vélo. Ces entreprises détiennent aussi un taux de commission inférieur à 30 %, expliqué par un manque de notoriété et de moyen en marketing. Ces start-ups jouent sur l'engouement du « click and eat », pour collaborer avec des restaurants. Elles favorisent le côté local de

l'entreprise et jouent sur des relations déjà existantes comme par exemple, *Toulouse A Domicile* créée il y a un an et demi qui travaille avec 40 restaurants dans la Ville Rose ou *E-Food Student* qui lui aussi collabore avec 16 restaurants mais sa livraison n'est assurée qu'à la périphérie de la ville. Bien entendu, ces entreprises ne possèdent pas une grande amplitude d'ouverture, en général, celles-ci assurent la livraison du repas le midi et le soir.

3. Un système de relation, le modèle « historique »

Les intermédiaires qui mettent en relation les clients et les restaurateurs mais n'en assurent pas la livraison. C'est le modèle « historique » de la livraison.

C'est en 1998 que Sébastien Forest, encore étudiant, créait ce modèle économique au travers de la start-up *Allo Resto*. Sorte « d'annuaire des restaurants », qui permettait au consommateur de retrouver tous les restaurants qui assuraient la livraison et de les contacter directement. Le service de livraison était en 1998 de l'ordre de 45 minutes. En 2012, l'entreprise française se fait racheter à hauteur de 80 % par le groupe Anglais, *Just Eat*. Le groupe décidera de faire concurrence aux nouveaux entrants en mettant lui aussi un système de livraison en septembre 2015 couplé au modèle déjà existant.

Aussi, *Pages Jaunes Resto* suivra le même modèle qu'*Allo Resto* mais celui-ci ne réalise pas de livraison par lui-même.

Tableau 2 : Caractéristiques des intermédiaires utilisant le « modèle historique »



	ALLO RESTO	PAGES JAUNES RESTO
Date de création	1998	2000
Date d'arrivée en France	1998	2000
Fonctionnement	Intermédiaire entre restaurants et clients sans le service de livraison assuré. De 10 h 30 à 6 h du matin	Intermédiaire entre restaurants et clients sans le service de livraison assuré De 9 heures à 2 heures du matin.
Villes	Plus de 2 000	Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Marseille, Paris, Strasbourg, Toulouse
Nombre de restaurants	4 000. Tout type de cuisine. Déjeuner, dîner, apéritif.	Plus de 1 000. Plus de 40 spécialités culinaires. Petit-déjeuner, déjeuner, dîner, apéritif, alcool.
Taux de commission	12 %	11,5 %
Délais de la livraison	1 heure maximum	30 à 45 minutes
Recours en cas de retard	Dédommagement, remboursement en cas de non livraison	Au cas par cas (remboursements partiels ou totaux, bon d'achat)

Aujourd'hui, ces trois modèles économiques permettent d'assurer le succès de la livraison à domicile. Cependant, ces modèles sont adaptés uniquement à la densité élevée des grandes villes françaises.

La livraison passant par intermédiaires occasionne un inconvénient pour le restaurateur. Ses marges sont rognées par la commission due aux intermédiaires qui appliquent en moyenne des commissions de 20 à 30 %, mais il réalise grâce à leur notoriété de la communication en même temps.

En effet, nous pouvons expliquer le succès de la livraison à domicile pour plusieurs raisons :

- ☞ Nous avons assisté à une amélioration de l'image de la livraison. Longtemps, elle a souffert de son côté « low cost » car des livraisons pouvaient aller jusqu'à 35 kilomètres avec à l'arrivée un produit souvent dégradé. Les nouveaux intermédiaires ont revalorisé cette image en assurant une livraison plus courte et de qualité.
- ☞ Au fil des dernières années, on assiste à une augmentation de ces intermédiaires qui proposent plusieurs thèmes de restauration pour répondre aux attentes du consommateur qui se lasse de la traditionnelle pizza.
- ☞ Les start-ups sont spécialisées dans ce domaine ce qui permet de gérer la commande et de valoriser une expérience client. Pour que cela marche, cela suppose en amont une sélection rigoureuse des restaurants partenaires.
- ☞ La réponse à une forte tendance planétaire : l'alimentation sans effort.

Les raisons du succès seront expliquées plus en détails dans la partie sociologie du consommateur.

Chapitre 3 - Hygiène et sécurité alimentaire

Cependant, il faut respecter la législation afin de réaliser une livraison adaptée et assurer la sécurité alimentaire.

Afin de respecter l'hygiène lors de la livraison de repas à domicile, il a été mis en place un guide des bonnes pratiques d'hygiène et d'application des principes HACCP¹⁰ de la livraison de repas à domicile. Celui-ci contribue à améliorer la qualité des produits et des repas qui sont fournis aux consommateurs.

Il faut premièrement, se baser sur cet outil de référence puis sensibiliser l'ensemble des personnes impliquées dans le service de livraison de repas à savoir : le livreur, le fournisseur de repas et la personne livrée. Ces trois acteurs de la livraison de repas à domicile doivent chacun respecter une technique importante qui est la liaison chaude. Celle-ci consiste à livrer au domicile de la personne des plats chauds immédiatement consommables. Les repas sont donc conditionnés chauds, le plus souvent dans des malles ou caissons isothermes qui permettent de respecter le maintien de la température à 63°C minimum. Ces

¹⁰ **COLLECTIF** : *La livraison de repas à domicile*, Législation et réglementation guides de bonnes pratiques d'hygiène, 2012

mallettes ou caissons isothermes sont compartimentés pour séparer les plats chauds des mets froids (entrées, fruits, desserts, boissons...) pour éviter que ceux-ci se réchauffent.

De nombreuses autres règles d'hygiène et principes HACCP sont à respecter mais celles-ci sont identiques à celles de la restauration classique. Elles se jouent par le biais de différents points.

Chapitre 4 - Un marché convoité

1. Une guerre des FoodTech

Il existe de nombreux intermédiaires dans la livraison de repas à domicile qui se mènent une guerre commerciale et financière au travers du marketing, c'est ce que l'on appelle « la guerre des FoodTech ».

Cette bataille est basée sur un marché à acquérir estimé à 90 milliards d'euros en Europe dans trois ans.

Cette guerre entre les intermédiaires se joue par le biais de différents points :

- ☞ Le marketing,
- ☞ Les levées de fonds,
- ☞ Le fonctionnement de la livraison.

En effet, le premier point est le marketing, budget primordial des start-ups pour se développer et gagner des marchés. Les nombreuses publicités rencontrées dans les lieux publics, par exemple dans les métros, les arrêts de bus, et même sur le dos des livreurs, sont vues par des millions de personnes chaque jour, elles sont donc ancrées dans l'esprit du consommateur et influencent le processus d'achat. Les intermédiaires cherchent à ce que les consommateurs conservent une information précise dans leur mémoire, par exemple *Allo Resto* avec sa publicité omniprésente « La cuisine d'un restaurant, le confort de la maison »¹¹, c'est ce que l'on appelle la rétention.

¹¹ Annexe C : Publicité *Allo Resto* « La cuisine d'un restaurant, le confort de la maison »

On peut voir sur cette image qu'Allo Resto ainsi que ses concurrents ont les moyens financiers pour déployer des campagnes de publicités onéreuses. Ils peuvent se permettre d'afficher leur slogan dans les lieux fortement fréquentés des



grandes villes et de distribuer prospectus et coupons de réductions¹² en quantité. Ils utilisent aussi un système de parrainage, permettant de donner une réduction financière à celui qui parraine un ami.

Le marketing est donc un des facteurs qui peut faire gagner cette guerre, les start-ups consacrent un budget conséquent à la publicité. Ce budget est estimé à un tiers des investissements des intermédiaires de la livraison de repas à domicile.

En revanche, l'investissement publicitaire est inégal selon la taille de l'entreprise. Par exemple, *Allo Resto*, géant de la livraison à domicile, dépense en moyenne cinq millions d'euros par an, en revanche *E-food Student*, groupe toulousain, consacre en moyenne dix milles euros en publicité, au travers de flyers, carte de visite, diffusion à la radio, site Internet...Egalement, tous ces intermédiaires sont sur tous les réseaux sociaux : instagram, facebook et twitter. Sur instagram, *Deliveroo* organise, par exemple, un concours où des réductions sont à la clef. Pour participer, le consommateur doit poster une photo qui met en valeur sa commande. Ainsi, la plus belle sera élue.

D'autre part, afin de faire fonctionner correctement les start-ups, il est nécessaire d'acquérir un financement important. Pour cela, celles-ci sont dans l'obligation de réaliser de nombreuses levées de fonds en raison de leur mauvaise santé économique.

D'après l'article « La guerre des FoodTech : Bonne nouvelle pour les restaurants ? », rédigé par Laetitia Vitaud le 18 Avril 2016, *Take Eat Easy* a levé 16 millions d'euros au cours de l'année 2015 et *Deliveroo* 100 millions d'euros en novembre 2015.

On peut voir un écart important entre ces deux intermédiaires de la livraison. Selon l'article « *Deliveroo* lève 248 millions d'euros », issu du journal *L'Hôtellerie Restauration*, le groupe

¹² Annexe D : Exemples de coupons distribués dans les centres villes en France

Britannique a déjà réalisé 500 millions d'euros de levées de fonds en trois ans. Celui-ci creuse donc son avance et menace d'écraser ses concurrents.

Nous voyons donc que les levées de fonds sont primordiales pour le fonctionnement de ces start-ups, en effet la communication sur ces entreprises est plus souvent basée sur leurs levées de fonds que sur leur chiffre d'affaires. D'après Laetitia Vitaud, journaliste, « Les start-ups ne communiquent pas sur leur chiffre d'affaires, mais seulement sur leurs levées de fonds, de manière à signaler à leurs concurrents qu'ils ont beaucoup à craindre de leur nouvelle force de frappe. »

Actuellement, toutes les start-ups opèrent à perte. Elles recourent donc à des levées de fonds. Elles cherchent la conquête du marché avant la rentabilité parce qu'une seule d'entre elles survivra. Benjamin Chemla, directeur général de *Resto In* affirme « qu'à terme, nous faisons le pari que ce sera rentable car cela permettra d'accroître le nombre de commandes et de retrouver des marges » lorsqu'une seule start-up aura conquis le marché.

Dans cette guerre des FoodTech, il est vrai que *Deliveroo* prend de l'avance financièrement, mais *Rocket Internet* qui détient *Foodora* développe des start-up identiques dans 71 pays et compte bien mettre la main sur au moins un gagnant.

Uber est également entré sur le marché avec *UberEats*. Il est encore trop tôt pour savoir si le service d'*Uber* aura autant de succès que *Deliveroo* ou *Foodora*, mais il présente l'avantage d'avoir la force de frappe d'*Uber* derrière lui, avec notamment la capacité d'investir des dizaines de millions de dollars pour conquérir des parts de marché.

De plus, *UberEats* utilise le placement de produits en faisant de la publicité via des prescripteurs, individus qui vont influencer les actes d'achats par leur notoriété. Ces leaders d'opinion vus sur les réseaux sociaux par plus d'un million d'internautes de la génération Y et Z, vont influencer les achats des abonnés.

Même si l'un des grands de la livraison à domicile obtient le monopole du marché, des petites structures locales subsistent. Elles ne sont pas en concurrence directe avec ces grandes start-up car elles proposent une livraison sur la périphérie des villes et non pas au centre-ville. Leur flotte de livreurs et leur marketing sont minimales face à ces géants. Les restaurateurs partenaires situés hors centre-ville sont intéressés par ces intermédiaires qui fournissent un service en périphérie des villes.

Après avoir rencontré deux petites start-up sur Toulouse, nous pouvons voir qu'il n'y a pas de réelle concurrence avec ces géants de la livraison de repas à domicile.

Enfin, le dernier point de cette bataille se joue sur le fonctionnement de la livraison, c'est à celui qui avantagera le plus le client en fonction du temps de livraison, le coût de la livraison, les différents moyens de paiement et les modalités de remboursement.

L'implantation de ces start-up est stratégique. Elles sont tout particulièrement situées dans les grandes villes afin de toucher une clientèle plus large. Celles-ci sont souvent dans une même ville ce qui les met en position de concurrence.

Le délai de livraison est variable suivant l'intermédiaire, il se situe entre 25 minutes et une heure. Néanmoins, ces start-ups jouent chacune sur le temps de livraison minimal afin de servir le client le plus vite possible et le satisfaire. En ce qui concerne le coût de la livraison, il vient en supplément de la commande. C'est l'entreprise qui appliquera le coût de livraison le plus faible qui satisfera le plus de client, et qui mettra ses concurrents en difficulté car ils devront s'aligner au coût de livraison pour rester en concurrence, c'est une guerre des prix entre les intermédiaires. Le prix de la livraison est actuellement entre 0,95 euro et 3,99 euros par commande.

En cas de retard de la livraison, les start-ups mettent en place différents recours afin de dédommager le client, et ainsi de ne pas le perdre. Ces recours sont en général des remboursements ou du moins une partie de la commande remboursée, réduction sur la prochaine commande etc... Sur cet aspect aussi, les start-ups sont en position de concurrence, c'est à celui qui proposera la meilleure solution.

Dans cette guerre commerciale sans merci, le marché est loin d'être stable, il est plus probable qu'un seul intermédiaire prenne le dessus dans les années à venir amenant ses concurrents à disparaître.

Les restaurateurs peuvent attendre des nouveaux entrants un élargissement de leur marché. Ils conserveront, pendant un temps du moins, une position de force vis-à-vis des intermédiaires de livraison, jusqu'à ce qu'une des start-ups en lice finisse par s'imposer et retourne son pouvoir de marché contre les restaurants pour les banaliser et les forcer à rogner leurs marges afin de baisser les prix. A ce stade-là, les restaurateurs en dépendance de ces services pour maintenir leur chiffre d'affaires, n'auront pas d'autres choix que d'accepter les conditions imposées par l'intermédiaire dominant. Le secteur traditionnel de la restauration sera complètement transformé, privé du lien direct avec le consommateur. Au travers de cet aspect financier, nous nous apercevons qu'il y a un réel engouement avec ces entreprises et des levées de fonds réalisées par des investisseurs.

2. Un premier échec



TAKE EAT EASY

Certains géants de la livraison à domicile ont déjà perdu dans cette bataille des FoodTech. Par exemple *Take Eat Easy*, le groupe Belge, a mis la clé sous la porte en Juillet 2016, trois ans après son lancement. Il était implanté dans plus de 20 villes en Europe. Des dizaines de coursiers à

vélo avaient été recrutés et la société était passée de 10 à 160 salariés. Le million de commandes avait été franchi il y a peu, et le groupe avait convaincu plus de 350 mille clients de se faire livrer. La start-up avait réussi à lever, en deux fois, 16 millions d’euros. Il est donc intéressant de comprendre d’où vient cette mise en redressement judiciaire.

La co-fondatrice Chloé Roose, explique qu’une concurrence trop rude est présente sur ce marché, c’est un marché à la course aux levées de fonds et aux nombres de partenariats avec les restaurants et l’intermédiaire de livraison Belge n’a pas réussi à en obtenir suffisamment. En effet, *Take Eat Easy* n’a pas obtenu sa troisième levée de fonds de 30 millions d’euros, l’investisseur potentiel a rejeté l’accord après trois mois de discussion et la start-up ne possédait pas de plan B.

Lors du jour de fermeture de la start-up, la co-fondatrice, Chloé Roose a posté sur internet « Nous sommes aujourd’hui en redressement judiciaire. Les raisons sont que, d’une part, nos revenus ne couvrent pas encore nos coûts, et que, d’autre part, nous ne sommes pas parvenus à clôturer une troisième levée de fonds ».

Il est donc notable que la guerre des FoodTech est bien présente et que *Take Eat Easy* n’est que la première victime de cette bataille entre intermédiaires de la livraison de repas à domicile.

Chapitre 5 - Les nouvelles technologies au service de la livraison de repas à domicile

L'avenir de la livraison de repas à domicile est devenu un enjeu crucial pour les intermédiaires. Des tests sont réalisés afin d'aller beaucoup plus vite dans les modes de livraisons, le temps est compté ainsi que la productivité ; c'est pourquoi bientôt des drones pourront livrer les commandes de repas aux consommateurs. On assiste à un réel engouement des nouvelles technologies au travers de la restauration livrée. Ce futur est très proche mais il n'est pas certain de voir tous ces intermédiaires encore présent sur le marché, car la guerre des FoodTech fait rage et il n'en restera qu'un.

1. L'arrivée des drones

Alors que la célèbre plateforme de vente, *Amazon*, n'arrête pas de gagner du terrain en proposant sa propre chaîne de série télévisée, elle se lance également dans la livraison à domicile aux Etats-Unis et ne cesse de recruter des restaurants et des managers dans le but de développer rapidement cette activité en forte croissance. Cette prestation sera disponible très prochainement en France.

Selon l'article « La livraison de repas à domicile passe à la vitesse supérieure » de BFM Business, d'ici deux à trois ans, le marché représenterait 90 milliards d'euros en Europe soit 16 % du marché global de la restauration : la livraison devient donc un poids à part entière dans le marché de la restauration. Cependant, la France est bien en retard comparée aux Etats Unis.

De plus, de nombreux services de transport, de livraison de repas et de marchandises à domicile utilisent des drones depuis plusieurs années. Par exemple, dans l'article « Les drones : l'avenir de la livraison à domicile » publié le 15 décembre 2016 par Resto Connection, Sylvia Frétaud, la journaliste, présente deux types de drones mis en place pour livrer les repas à domicile. Le premier est le drone aérien, lancé le 25 août 2016 par *Domino's Pizza* en Nouvelle-Zélande. Celui-ci est le « premier service de livraison de pizzas par drone ». Don Meij, le PDG du groupe *Domino's* affirme que « face à l'augmentation du nombre de livraisons que nous effectuons chaque année, nous devons diminuer nos



temps de livraison et continuer d'offrir à nos clients de nouvelles manières de passer des commandes ».

Il existe, ensuite, le drone terrestre créé par *Starship Technologies*, lancé en Angleterre et aux Etats-Unis. *Starship Technologies* s'est récemment associé à *Just Eat* qui proposera bientôt aux restaurateurs londoniens de livrer avec des drones à roulettes.

En attendant, les transporteurs perfectionnent leurs engins télécommandés qui apprennent à choisir les meilleurs lieux d'atterrissage, à s'approvisionner en électricité et à faire face aux intempéries. L'arrivée massive des drones livreurs ne se fera pas attendre.

Le groupe *La Poste* a racheté *Resto-in* en 2015 et va se démarquer par une offre particulière et nouvelle en France. *La Poste* procède déjà par des livraisons de colis par drone. Elle a été récemment autorisée par la direction générale de l'aviation civile afin de pouvoir livrer des colis par drone. Elle réalise cet exploit une fois par semaine aux alentours du Var. Certes, il y a des restrictions comme le fait que le colis ne peut pas dépasser un kilo et demi et que sa vitesse de transport est de vingt kilomètres à l'heure maximum. Mais même si cela ne concerne pas directement la livraison de repas à domicile, *Resto-in* peut tout de même passer par cette case et pourrait se démarquer de ses concurrents français.

Existant actuellement à l'étranger, la diffusion de ce phénomène se diffusera par nature.

2. La mode des applications mobiles

La livraison de repas à domicile est un secteur où la technologie a fait son apparition et offre de nombreuses fonctionnalités pour tout faire du bout des doigts. La baisse d'activité de la restauration doit être comblée par le numérique sur le point de vente. C'est le principe du *web to store*, aller de la page web au point de vente. Il est intéressant d'utiliser les réseaux sociaux, le commerce mobile, des applications et de réaliser des commandes en ligne. La culture de chaque intermédiaire a changé depuis peu. Ils sont passés du "livrer la commande pour passer une bonne soirée" à "déguster un repas de bonne qualité avec le meilleur des comforts" ; c'est-à-dire que maintenant, la qualité est mise en avant pour rassurer le consommateur. Celui-ci s'intéresse davantage à ce qu'il mange, alors la qualité est importante ; de plus, le confort est le premier



critère de choix des consommateurs. Ils cherchent avant tout à rester chez eux, avoir le confort de la maison avec une qualité digne d'un bon restaurant. C'est donc pour toutes ces raisons, que les professionnels ont développé les applications et les sites de commandes...afin de conforter les consommateurs.

De nombreux restaurants proposent le service de livraison inclus (*Deliveroo*, *Foodora*), le restaurant n'investit pas dans un service de livraison et paye une commission de 30 % en moyenne de la commande.

D'après l'article « La livraison de repas à domicile passe à la vitesse supérieure » de BFM Business, les ustensiles préférés des français seraient le smartphone et l'ordinateur. C'est ce que souhaitent les sites de repas à domicile.

Au début, ce marché ne concernait que trois grands acteurs *Allo resto*, *Resto-in* et *Chronoresto* mais leur nombre ne cesse d'augmenter avec l'apparition de *Take Eat Easy*



(tout de même disparu récemment), et *Deliveroo*. Selon BFM Business, les intermédiaires veulent convertir les français au « Click and Eat » et au phénomène FoodTech.

Le fait que les restaurants s'intéressent de plus en plus à la création d'applications provoque une certaine discordance dans la diversification de la clientèle. Les jeunes consommateurs comme les étudiants, les jeunes actifs et autres sont adeptes de nouvelles technologies et interagissent avec les nouveautés ; ce qui influence avec les nouvelles applications de livraison de repas. Elles vont alors faciliter le fonctionnement de commande. Mais pour ce qui est de la clientèle moins adepte des nouvelles technologies, cela reste compliqué, car le téléphone fixe reste présent mais disparaît au fur et à mesure. Des précautions et des mesures sont donc à prendre en compte pour ce genre de clientèle si les restaurateurs ne veulent pas la perdre et se retrouver avec une seule et même cible, les jeunes.

L'arrivée des applications facilite alors la diffusion de cette livraison, car aujourd'hui 60 % des français possèdent un téléphone portable et ce n'est pas essentiellement pour surfer sur Internet ou appeler des amis, une autre fonctionnalité fait son apparition, celle de se faire

livrer des repas à domicile en quelques clics, c'est le phénomène du « Click and Eat ». Beaucoup d'intermédiaires possèdent déjà leur propre application comme *Allo Resto* qui est l'application de livraison de repas à domicile la plus téléchargée dans l'App Store, *Deliveroo* et même *E-food Student* (intermédiaire toulousain). Tout est maintenant accessible en prenant son téléphone ou en allant sur internet. Tous les restaurants proposant la livraison de repas à domicile ne peuvent pas nier d'utiliser internet ou les nouvelles technologies pour s'en sortir.

Les commandes de repas réalisées par smartphone, internet ou par une application sont en hausse de 70 % depuis 2009. Lorsqu'un intermédiaire possède une application, le chiffre d'affaires augmente en moyenne de 40 %. Selon le cabinet *NPD Group*, elles ont représenté 290 millions de commandes en 2016.

"Actuellement, le marché français bénéficie d'un dynamisme hors pair. Historiquement, la livraison et les commandes en "pick up" (les commandes à récupérer soi-même) étaient moins ancrées dans les habitudes des consommateurs français et le secteur se cantonnait à un nombre limité d'options (pizza, traiteur asiatique)", explique Maria Bertoch, spécialiste de la restauration chez *NPD*.



Les commandes de repas réalisées par une application mobile entre octobre 2015 et juin 2016 ont connu une progression de près de 30 %. Seuls 6 % des Français utilisent une application mobile pour commander une livraison, alors qu'ils sont encore 62 % à utiliser le téléphone et 32 % internet (chiffres annuels cumulés à fin juin 2016). Dans le segment de la restauration à table, les commandes de livraison par téléphone représentent 80 % contre seulement 20 % pour internet et les applications cumulées.

La livraison s'illustrent principalement à travers deux « business models. ».

Certains intermédiaires s'occupent de livrer des repas cuisinés en restaurant afin d'améliorer l'expérience du client lors de la commande et de la livraison. Ils prennent des commissions sur chaque commande. En France, c'est *Deliveroo* le leader de ce type de business model. Ce mode de prestation a connu un essor incroyable grâce à la facilité d'accès d'internet et aux applications mobiles permettant de favoriser les restaurants des alentours. Certaines applications permettent de suivre le livreur et la commande en temps réel. Par exemple, avant l'arrivée de ces technologies, chaque livreur de *Resto In* avait son arrondissement alors que maintenant, grâce au système de géolocalisation, le livreur suit en

temps réel le restaurant le plus proche et la livraison à effectuer. Ainsi, la technologie a donc amélioré le service de la livraison et la rapidité.

Le second business model se nomme "FullStack", celui-ci vient concurrencer la livraison traditionnelle car il se présente sous la forme suivante : livrer en quelques minutes des repas cuisinés par des cuisiniers faisant partie intégrante de la start-up comme *FoodChéri* ; c'est ce qu'on appelle l'ubérisation de la restauration. Par ailleurs, comme



Les serveurs FoodChéri assurent une livraison à votre domicile en moins de 20 minutes. Leur secret : un vélo, un sac isotherme, et un smartphone !

Uber, l'application détectera le livreur situé le plus près du client, c'est alors que celui-ci reçoit une alerte sur son smartphone et donc il peut se rendre sur le lieu sans avoir à repasser par la cuisine pour s'approvisionner. Ces intermédiaires fonctionnant comme *FoodChéri* ont ainsi l'assurance de fournir un service de qualité et faire des économies d'échelle en préparant les plats en grande quantité dans une cuisine centrale. La technologie a donc amélioré le système de livraison.

Ces deux modes de fonctionnement n'empêchent pas les intermédiaires d'être présents sur Internet. Ils sont très actifs sur les réseaux sociaux en diffusant notamment leurs activités du jour, leurs événements, les produits phares ou autres...Avoir un compte Facebook, Twitter ou encore Instagram est devenu indispensable pour une bonne communication et une bonne image de la société. Les consommateurs étant très nombreux à suivre les réseaux, il est alors important d'être actif et présent sur les nouvelles technologies.

La livraison de repas à domicile, d'après de nombreux professionnels et journalistes, est un marché d'avenir.

3. L'arrivée de nouveaux services

La livraison de repas à domicile se voit être déclinée en proposant de nouvelles offres, cela commence à être le cas en ce moment. Commander son petit-déjeuner ou son brunch à la maison est possible aujourd'hui, comme le fait de se faire livrer son goûter ou sa glace préférée de chez *Amorino* pour le moment du tea-time...d'autres nouvelles prestations, du moins originales, sont possibles.

Le groupe *La Poste* n'a pas fini de surprendre les adeptes de livraison car, récemment, il a racheté la start-up *Stuart*. C'est en juillet 2015 que *GeoPost*, filiale du groupe *La Poste*, détenait 22 % pour l'acheter complètement en mars 2017. Ici, la stratégie est très simple, ce groupe compte gagner le marché en se diversifiant le plus possible et faisant progresser les demandes et le chiffre d'affaires. Mais ce qu'il faut souligner, c'est que *Stuart* est présent dans trois pays : la France, l'Espagne et le Royaume-Uni dans des villes comme Paris, Barcelone, Londres, Lyon et Madrid. Cette start-up compte bien devenir le premier intermédiaire dans peu de temps.

Un autre service qui peut surprendre les consommateurs est l'arrivée d'une puissante marque sur le marché de la livraison, *McDonald's*. La marque se lance dans la livraison de repas à domicile, non pas pour arrondir les fins de mois mais pour tester si la clientèle est assez fidèle pour commander aussi chez soi et attirer toujours plus de monde dans le cercle du fameux fast-food. L'objectif principal de ce lancement, selon le communiqué, serait "de devenir leader mondial de la livraison", grâce au maillage de son réseau dans le monde entier. Certes, l'inconvénient sera lorsque la personne ne se rendra plus dans le restaurant pour manger son hamburger mais restera chez soi. Un risque pour la marque qui tente tout de même de séduire le public. Le service est déjà proposé dans certains pays comme la Chine et la Corée du Sud, et donc va être lancé aux Etats-Unis, en France, en Allemagne et au Canada. L'application aura alors le droit à sa mise à jour pour bénéficier de la rubrique "Livraison", le modèle "Click and Eat" s'installe aussi chez eux.

Chapitre 6 - Le profil du consommateur, une sociologie complexe

Depuis de nombreuses années, le contexte socio-culturel dans le monde et en France change avec de nouveaux modes de production, de consommation et de manières d'être. Si nous remontons dans le temps, nous pouvons prendre l'exemple de la création de la cuisine avec Guillaume Tirel dit Taillevent, premier chef du roi Charles VI. L'apparition de récits explicatifs sur le savoir de la cuisine française avec des grands noms de la gastronomie française tel que François Vatel, Massalot ou Nicolas de Bonnefons ou encore la création des cafés et restaurants comme le Procope (premier café littéraire ouvert sur Paris) marquent de nombreux changements. Ces créations et innovations sont le fruit d'évolutions contextuelles de notre société, ils découlent d'une interaction naturelle entre les acteurs de ces phénomènes. Howard Becker nous explique dans son ouvrage *Les mondes de l'art*¹³ que le résultat final d'une œuvre est toujours le fruit d'un travail commun effectué par un groupe de personnes dans un processus de création artistique.

Depuis 20 ans, nous connaissons une explosion dans le domaine de la technologie, les avancées sont phénoménales, ces nouvelles technologies impactent les modes de vie et rentrent dans nos habitudes, par exemple l'accès à l'information n'a jamais été aussi facile avec l'apparition des smartphones dans les années 2000 et une connectivité sur la « toile » à tout moment. Que ce soit les nouveaux matériels comme les téléphones, tablettes, drones ou les systèmes d'exploitation mis en service, ceux-ci ont modifié les modes de consommation des personnes. Les générations les plus touchées par ce phénomène changeant sont la génération Y et Z car, soit ils ont connu l'évolution très rapide des technologies entre les années 80 à nos jours avec un intérêt fort, soit ils sont nés avec la technologie dans les mains (pour la génération Z). En France, un tiers des enfants de moins de 10 ans ont un smartphone et 78 % des adolescents se disent accros à leurs téléphones et à la connectivité.

La restauration en France est un domaine culturellement important, si dans d'autres pays le fait de manger relève plus d'un devoir physique, pour les français, il découle d'un plaisir. Si le modèle technologique a influencé notre mode de vie, d'autres facteurs ont eux aussi eu un rôle important ; pour commencer, le travail de la femme.

¹³ **BECKER Howard S.** *Les Mondes de l'art*, 1990

A l'après-guerre, les foyers étaient occupés par la famille. Les hommes travaillaient majoritairement et les femmes s'occupaient du foyer familial. Mais, de nos jours, ce schéma de vie est erroné, la proportion de femmes qui travaillent est presque égale à celle des hommes. Le modèle de la « femme active » fait partie intégrante de notre mode de vie. Si le type de restauration « street food » était en marche pour ce genre de demande, les restaurants, eux, campaient sur leurs positions. C'est alors qu'une nouvelle entreprise est apparue sur le marché en 1998, une entreprise intermédiaire, mettant en contact le client et le restaurateur. Ce fut *Allo Resto*. Cette entreprise n'effectuait aucune livraison, elle prenait juste les informations des clients (commande, adresse,...) et les transmettait aux restaurateurs contre une redevance. Le restaurateur, lui, n'avait qu'à préparer la commande et la livrer, il n'avait pas de gestion des demandes ou commandes par téléphone perturbants le service. Ce système convenait très bien à la société présente mais encore une fois, rien n'est figé.

L'exode rural, un phénomène commençant à l'après-guerre, puis, continuant d'augmenter jusqu'aux années 2000, joue un rôle important dans les modes de consommations. Les populations quittent les zones rurales pour venir s'installer dans les zones urbaines pour plusieurs raisons. La plus forte est celle due à la présence de l'offre de travail dans les villes, cet exode rural a créé un boom dans les villes de France avec une augmentation considérable chaque année de la population. Si le centre-ville est le quartier des affaires avec la majorité des offres d'emplois, les habitations s'étendent dans la périphérie. Pour donner en exemple, le cœur de ville de Toulouse dénombre 400 000 ménages. La population présente la journée avoisine les 800 000 personnes d'après l'étude *Meco*.

Cette donnée amène un autre élément de changement : le temps de trajet pour se rendre au travail. *La Darès*, le service d'études et de statistiques du ministère du Travail, fournit en 2015 des statistiques concernant les chiffres moyens en France sur le temps de trajet et les habitudes. Le temps de trajet entre le domicile et le lieu de travail a augmenté de 10 minutes en 2015 pour passer de 68 minutes en moyenne quotidienne dans la capitale contre 50 minutes en province. Nous pouvons noter aussi que le nombre de personnes rentrant à son domicile pour le déjeuner a diminué pour atteindre les 29 % en 2015. Il faut savoir aussi que la durée moyenne en France d'un déjeuner avoisine les 30 minutes d'après l'étude réalisée par le groupe *Edenred* en 2016. Certes nous avons un temps de déjeuner plus long que nos voisins anglais ou allemands mais notre désir est d'optimiser ce temps de repas afin de ne pas le perdre dans les transports. Tous ces facteurs ouvrent une nouvelle demande qui est de la

restauration hors domicile et hors restaurant. L'essor des start-ups de restauration vient de cette opportunité. Utilisant les nouvelles technologies, ces start-ups émergées depuis peu (2014 pour *Foodora* et 2013 pour *Deliveroo*) se nourrissent de cette nouvelle demande. Gilles Raison, directeur de la société d'*Allo Resto* nous explique dans une interview réalisée par *LSA commerce connecté* en 2015, que le nombre de célibataires en France ne cesse d'augmenter. Il atteint les 10 millions de nos jours. Le fait d'être seul chez soi incite moins à préparer à manger que lorsque l'on est plusieurs. Paradoxalement, il y a un réel engouement pour les émissions culinaires. Il y a un réel intérêt pour la bonne cuisine. La cuisine à domicile quotidienne devient une cuisine de « contrainte » pour la majorité des personnes. Le savoir-faire domestique se perd aussi avec une majorité des 15 – 25 ans qui affirme ne pas savoir se faire à manger. L'individualisation de notre société est aussi un facteur de développement de l'offre.



Si la tendance actuelle est aux espaces de communauté avec les « jardins coopératifs », les espaces de «co-working » ou juste les mentalités changeantes plus poussées vers le « sharing », l'individualisation de nos repas n'a jamais été aussi forte. Les modes de consommation n'ont jamais été aussi nombreux et importants dans notre société. Les « alimentations particulières » telles que la mode du « healthy », les « glutens free » ou les personnes « vegan » ont pris une place de plus en plus importante jusqu'à devenir aujourd'hui, un segment de clientèle important et créateur de chiffre d'affaires. Des familles s'accordent comme une habitude de manger ensemble avec chacun un repas livré différent. L'engouement de ces « lifestyle » est aussi présent sur les réseaux sociaux qui n'ont jamais été aussi utilisés qu'aujourd'hui que ce soit pour de l'accès à l'information, des demandes de conseils ou les avis produits. Le cabinet de conseil de Martine Leherpeur nous donne l'importance des réseaux sociaux de nos jours et de leur impact sur la consommation. Les « life-style » présents sur la toile sont devenus une mode certaine et la génération Z et Y en

l'occurrence s'identifie à eux. Il est impératif pour les sociétés de livraison de repas à domicile de comprendre et répondre aux attentes de cette clientèle.

L'insécurité joue un rôle aussi important chez les consommateurs, elle est faible mais présente dans les esprits. Les attentats de Charlie Hebdo le 7 janvier 2015, ceux du 13 novembre de la même année aux abords du stade de France, dans la salle du Bataclan et dans les rues du 11^{ème} arrondissement de Paris autour des bars et cafés, et enfin celui de la Promenade des Anglais à Nice dans la soirée du 14 juillet 2016 ont affecté l'esprit des consommateurs. Si la plus grande partie affirme ne pas vouloir céder à la peur de sortir de chez soi, d'aller consommer au restaurant, certains affirment que le sentiment d'insécurité leur traverse l'esprit au moment de la prise de décision. Les intermédiaires de la livraison de repas à domicile tel que *Deliveroo*, *Foodora* ou *UberEats* exploitent toutes ces données dans des algorithmes ultra performants pour générer une offre adaptée à chacun. Si *CHD Expert* dans une de leurs publications définit des profils susceptibles de commander via les intermédiaires (les CSP + de moins de 40 ans, les étudiants aisés, ...), ils confirment aussi que la livraison de repas à domicile ne touche pas une certaine catégorie de personnes bien définie, elle varie en fonction de nombreux facteurs tel que le lieu, l'âge, le jour, et plus encore.



En somme, il existe un réel engouement pour la restauration livrée en France, cette mode s'explique par une innovation qui s'est diffusée par nature. Aujourd'hui, toutes les métropoles détiennent des start-ups qui couvrent le marché de la restauration livrée. Cet engouement s'explique par le changement du comportement du consommateur, de son mode de vie et également par la démocratisation du marché car, celui-ci vise maintenant toutes les classes sociales. Il est possible de se faire livrer un repas gastronomique comme une simple pizza.

Aussi, les générations X et Y sont influencées par les réseaux sociaux, la publicité et autres outils de communication favorisant la consommation. Aujourd'hui, de nombreuses entreprises surfent sur la tendance du "Click and Eat" et tentent chacune de devenir leader du marché de la restauration livrée. Actuellement, plus de la moitié des français ont consommé des repas provenant d'intermédiaires, laissant place à un vrai phénomène de mode.

PARTIE 2 –

Procédures et méthodologie du projet

« Innover c'est facile. La difficulté, c'est de transformer une innovation en un vrai business. »

Michael DELL, fondateur de Dell, Medef

Une fois notre question de départ étudiée, nous avons compris l'engouement autour du phénomène de la livraison de repas à domicile.

Mais, un point important devait être problématisé :

La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France.

Cette problématique nous amène donc à nous pencher sur la structure du développement de la livraison de repas à domicile par intermédiaires sur le territoire français.

Dans un premier temps, nous allons développer les raisons de notre choix de nous baser exclusivement sur la livraison de repas par intermédiaires. Puis, le fondement de notre problématique et le choix des hypothèses qui en découle. Ainsi que les outils que nous avons mis en œuvre pour trouver des réponses auprès des trois acteurs fusionnant dans ce phénomène qui sont les restaurateurs, les intermédiaires et les consommateurs.

Chapitre 1 - Etudes préliminaires

1. Le choix du thème

Les intermédiaires de la livraison de repas à domicile ont fait leur apparition sur le marché pour diversifier une offre restreinte préalablement existante. Dans une vidéo « Le Boom de la livraison de repas à domicile » réalisée par *Xerfi*, on peut constater, aujourd'hui, une diminution de la livraison réalisée par le restaurateur face à une augmentation de la livraison réalisée par un intermédiaire.

Le but pour l'intermédiaire est :

- ☞ De réaliser du chiffre d'affaires en imposant aux restaurateurs une commission sur chaque livraison réalisée,
- ☞ De sortir de la livraison réalisée par le restaurateur, en ajoutant un acteur entre le consommateur et le restaurateur,

- ☞ D'élargir la gamme de produits livrés, en se différenciant des produits phares tels que la pizza ou le sushi,
- ☞ De répondre à de nouvelles attentes sociétales, de clients désireux de manger des produits de qualités et à domicile. C'est la réponse à une tendance planétaire, une alimentation sans effort.

L'enjeu des intermédiaires de la livraison de repas à domicile est donc important. C'est pour cela que nous avons décidé de baser nos recherches et notre projet uniquement sur la livraison par intermédiaires.

Nous nous concentrerons donc uniquement sur un modèle économique :

- ☞ Le modèle « semi intégré », où l'intermédiaire met en contact le restaurant et le client qui commande, sur le site ou l'application de l'intermédiaire, qui assure la livraison.

Ce changement de processus de livraison est novateur dans la restauration commerciale. Il est déjà développé dans de nombreuses villes et est en plein essor en France. Il est important de prêter attention à ce phénomène et à ces changements car le marché de la livraison de repas à domicile représente, aujourd'hui, 20 milliards d'euros de chiffre d'affaires en Europe et serait estimé à 90 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans trois ans, selon une étude *Xerfi* du 3 mars 2016 qui s'est penchée sur le boom de la livraison de repas à domicile. Ce qui représentera 16 % du marché global de la restauration. D'un point de vue financier, il est donc intéressant de se pencher sur ce marché fructueux en plein essor.

D'après le cabinet *Gira Conseil*, un tiers des restaurants français sont en difficultés financières, soit 50 000 restaurants, il est alors intéressant pour ceux qui sont citoyens de se pencher sur le travail de ces intermédiaires qui peut être une bonne opportunité à saisir. D'autant plus que la livraison par intermédiaire peut toucher tous les types de restaurants, du fast-food au restaurant gastronomique. Nous avons rencontré un restaurant traditionnel méditerranéen situé au centre-ville de Toulouse pour qui la livraison par intermédiaire est un apport de 10 % de chiffre d'affaires. Cela montre donc que toutes les catégories de

restauration peuvent tirer leur épingle du jeu, le client peut se faire livrer un simple burger de *Big Fernand* comme une souris d'agneau de chez Monsieur Constant.

Cet acteur de la livraison est aussi intéressant à étudier quand on voit son développement à



à l'international. En regardant les chiffres, et l'augmentation du nombre de commandes via ses acteurs dans des villes comme New York ou Londres, nous pouvons en déduire qu'un réel engouement existe pour ce phénomène et que les intermédiaires et leur marketing en sont la clé.

Cet essor est présent sur Paris, et arrive progressivement dans les différentes métropoles françaises qui ont un temps de retard en termes de livraison à domicile face aux grandes villes mondiales. Cette diffusion est rapide et peut bouleverser la restauration commerciale, il suffit pour cela d'observer la croissance des start-ups, par exemple *Allo Resto* a mis 12 ans pour faire ses 500 premiers partenariats avec des restaurants et aujourd'hui, il en ajoute plusieurs centaines chaque trimestre à son catalogue. Sachant que ces intermédiaires sont présents en France depuis moins de 5 ans, il est donc intéressant d'imaginer leur futur.

Autre point de bouleversement pour la restauration commerciale, et sur lequel il est intéressant de se pencher est le changement de l'activité commerciale des restaurateurs. Habituellement le modèle B to C, Business to Consumer est omniprésent dans la restauration commerciale. Le restaurateur fait affaire directement avec le client sans aucun intermédiaire, aujourd'hui avec l'intermédiaire qui prend place entre le restaurateur et client c'est le modèle B to B qui apparaît. Le restaurateur fonctionne donc en Business to Business, il ne fait plus affaire directement avec le client mais avec un intermédiaire qui s'occupe de la livraison tout en prélevant une commission.

Ce mode de fonctionnement est largement plus répandu en restauration collective et s'impose un peu plus aujourd'hui en restauration commerciale avec le développement de la livraison à domicile par intermédiaire.

Il est intéressant d'étudier ce nouveau mode de fonctionnement en plein essor d'autant plus qu'il n'est pas prêt de stopper sa croissance avec l'arrivée de nouveaux acteurs à fort potentiel.

Ces start-ups de la livraison comptent de plus en plus de restaurateurs et de clients à leurs côtés, véritable levier de leur croissance.

2. L'élaboration de la problématique

Après avoir choisi notre thème de la livraison de repas à domicile et étudié notre question de départ grâce à différentes études exploratoires, nous avons décidé de nous recentrer sur la livraison à domicile au niveau des intermédiaires et ainsi poser la problématique suivante :

La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France.

Nous avons choisi cette problématique car au fur et à mesure de nos recherches exploratoires, nous nous sommes interrogés sur la structure du développement de la livraison de repas à domicile par intermédiaire.

Pour commencer, nous allons expliquer ce qu'est la construction de la diffusion. La construction est l'ensemble des techniques permettant de bâtir un objet, un monument, une œuvre, un modèle de vie... Quant à la diffusion, nous pouvons l'apparenter au développement, c'est l'acte de se répandre. Nous nous concentrerons donc sur la structure du développement de la livraison de repas à domicile.

Depuis plusieurs années, la livraison à domicile dans le monde prend de plus en plus d'importance, nous pouvons le constater quant aux modes de consommation des clients extrêmement variés. La livraison de repas à domicile est devenue un réel engouement pour la société actuelle, nous avons pu par nos recherches trouver le moyen de la comprendre grâce à une démarche spécifique. La diffusion de repas à domicile s'inscrit sur un modèle de production mettant en relation trois acteurs principaux, il s'agit du client consommateur, du restaurateur et de l'intermédiaire de livraison.

2.1. Une demande apte

Le contexte social changeant, les habitants des métropoles deviennent de plus en plus friands de la livraison de repas à domicile, comme expliqué précédemment. Les temps de trajet augmentent, la demande se fait ressentir, mais comment estimer si le marché d'une métropole est prêt à recevoir et consommer cette activité ?

Pour cela, il faut détecter les besoins « d'une niche de clients pionniers » grâce à la méthode NOMEAC, selon Gérald MACE et Jacques LEGRAND. C'est une méthode se basant sur les besoins du consommateur et l'interprétation de ceux-ci. La livraison de repas à domicile répond à une demande très vaste mais qui se joint le plus souvent sur la praticité du marché.

2.2. La dynamique du marché

Pour que la livraison de repas à domicile par un intermédiaire puisse fonctionner, il lui faut de nombreux collaborateurs. C'est la base de leur business plan, leur but est de conquérir le plus de restaurateurs possibles pour avoir le monopole du marché et donc écraser la concurrence.

Les restaurateurs doivent être prêts à devenir collaborateurs pour pouvoir faire exister le système de livraison. Le marché doit être de taille car il sera toujours composé de trois sortes de collaborateurs pour l'intermédiaire, l'adepte (15 %), l'intéressé (30 %) et le modéré (50 %) ¹⁴. C'est à l'intermédiaire de créer son réseau pour pouvoir exister.

2.3. Un tissu économique nécessaire au développement

Les start-ups de livraison de repas à domicile tels que *Deliveroo*, *Foodora* ou encore à l'époque *Take Eat Easy* ont besoin d'un contexte social et d'un milieu économique favorable.

Pour cela, elle se positionne sur des grandes villes mondiales telles que Paris, New York, Berlin, mais aussi sur des métropoles comme Bordeaux, Marseille et Toulouse pour ne citer que celles-ci. Le tissu économique se compose de différents indicateurs comme l'offre et la demande. Dans ce secteur d'activité, le partenariat est la source de tout

¹⁴ **MACE Gérald.** *La méthode Nomeac : détecter les besoins.* Dynamique Mag, 16 Mai 2013. Disponible sur : <http://www.dynamique-mag.com>

développement. *Deliveroo* possède plus de 5000 restaurants collaborateurs, il faut alors fidéliser le restaurateur pour pouvoir se développer.

C'est dans cette dynamique que l'intermédiaire de la livraison peut se développer. Pour lui, c'est le seul moyen de pouvoir continuer à s'étendre sur le marché. Il est aussi apte à démarcher tous les jours de nouvelles clientèles pour pouvoir subvenir au contexte actuel, il est le lien entre les acteurs. La corrélation entre l'offre et la demande passe donc par l'intermédiaire et le positionne dans certains cas comme un élément incontournable pour le développement de certaines offres de restaurations.

Chapitre 2 - La conception de nos hypothèses

La restauration livrée est un secteur où de nombreux changements ont lieu, comme l'apparition de nouvelles offres, de nouveaux entrants sur le marché et de nouveaux restaurants sur les sites d'intermédiaires afin de diversifier sa clientèle et les satisfaire au maximum. Ce phénomène récent est donc complexe à étudier mais le fait de s'intéresser particulièrement au marché de la restauration livrée par intermédiaires peut simplifier l'analyse de cette étude.

À travers notre question de départ que nous avons traité dans la première partie, nous avons pu observer certaines caractéristiques de la restauration livrée. Ainsi, dans cette analyse, une idée générale ressort : la livraison à domicile est en pleine progression grâce aux intermédiaires.

Comme nous venons de le voir précédemment, la livraison de repas à domicile dans la restauration commerciale est un sujet très vaste à observer. Afin de réaliser ce projet, nous avons établi des hypothèses nous permettant de répondre à la problématique. Mais, c'est alors que plusieurs hypothèses s'offraient donc à nous pour répondre à notre problématique, qui nous le rappelons est : *La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France.*

Les hypothèses sont des propositions ou des explications que l'on se contente d'énoncer sans prendre position sur son caractère véridique, c'est-à-dire sans l'affirmer ou la nier. Il s'agit donc de simples suppositions, appartenant au domaine du possible ou du probable.

Elles constituent donc des idées que les personnes peuvent avoir par rapport à un sujet. Pour notre projet tutoré, elles permettront de définir, d'analyser et d'étudier la base de notre problématique et servira de « fil conducteur ». Elles seront vérifiées à la fin de cette étude grâce aux différentes recherches menées ainsi qu'aux entretiens qui seront faits auprès des restaurateurs, des intermédiaires et des consommateurs.

Tout d'abord, nous avons fait différentes recherches liées à la restauration livrée. Ensuite, nous avons approfondi et spécialisé la recherche d'informations sur la livraison de repas à domicile par les différents intermédiaires présents en France. Nous avons constaté que depuis quelques années internet a pris une part importante dans le processus de consommation des clients.

Cependant, nous avions aussi des a priori sur le thème de la livraison de repas à domicile. Nos consommations passées nous ont influencés pour la création ainsi qu'à l'approfondissement de cette analyse. Cependant, toutes ces idées et jugements ont dû être oubliés pour étudier ce sujet et créer des hypothèses percutantes et cohérentes avec le monde de la restauration livrée dans le secteur commercial par intermédiaire. C'est ici que se trouve la difficulté de la recherche.

Ainsi, nous en avons retenu trois hypothèses qui sont le fondement de nos entretiens qualitatifs et quantitatifs.

Avec le choix de nous consacrer aux trois hypothèses, il fallait tout de même qu'elles démontrent une analyse afin de porter une étude professionnelle. Ces dernières s'enracinent chacune dans une catégorie d'acteurs :

- ☞ Le restaurateur
- ☞ L'intermédiaire
- ☞ Le client

La restauration livrée découle de ces trois acteurs leur permettant de faciliter le système de fonctionnement.

Elaborer des hypothèses suivant ces trois acteurs semble intéressant et pertinent afin de construire des réponses pour analyser au mieux le thème de la restauration livrée.

❖ **Hypothèse Restaurateur : La livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires**

A travers cette première hypothèse, nous essayons de déterminer si la livraison de repas à domicile est une réelle prestation qui fait croître le chiffre d'affaires. Comme tous services annexes proposés, il est important d'étudier s'il apporte de l'argent. Ce service de livraison étant à la mode aujourd'hui, la moitié des restaurants peuvent le proposer, même les fast food comme *McDonald's*, vu précédemment, se lancent dans la livraison à domicile, aux Etats-Unis, de ses fameux hamburgers afin de rendre leur offre plus attractive. Ce service est un marché d'avenir, d'après de nombreux professionnels.

Le fait de mettre en place un service de livraison présente en tous points des avantages comme des inconvénients. Par exemple, *Deliveroo* agit en partenariat avec les restaurateurs avec des commissions de 30 %, ce qui contraint le restaurateur de diminuer son bénéfice.

S'intéresser à cette hypothèse est donc nécessaire pour l'élaboration de ce projet tutoré afin de comprendre si ce service présente ou non un apport de chiffre d'affaires pour le restaurateur.

❖ **Hypothèse Intermédiaire : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile**

Cette deuxième hypothèse va nous permettre de déterminer si les intermédiaires sont réellement le lien entre le restaurateur et le client. L'idée de cette hypothèse nous est venue en s'intéressant au lien que pouvait constituer ces trois acteurs. Nous avons voulu savoir si un réel "triangle amoureux" s'est fabriqué autour de ce service.

Avant tout, nous pouvons rappeler ce qu'est un intermédiaire : c'est celui qui est entre deux choses et forme une transition de l'une à l'autre, et qui occupe une position moyenne.

Egalement, il se définit comme étant une personne qui intervient au cours d'une négociation ou alors d'un circuit commercial ; et même comme une personne qui crée une relation entre deux personnes voire deux groupes. Cette notion est très importante car elle figure comme étant le lien entre restaurateur et consommateur.

Mais le fait que nous nous intéressions à cela, implique un phénomène de synergie. Elle est la mise en commun de moyens qui se renforcent entre eux pour aboutir à un même but. Une définition pouvant être pertinente : « Association de plusieurs organes pour l'accomplissement d'une fonction physiologique ». Celle-ci est une idée essentielle à présenter car comme elle le montre, ces organes peuvent se présenter comme les intermédiaires, les restaurateurs et les consommateurs qui se lient entre eux afin d'accomplir leur fonction principale. L'analyse sur cette facette peut nous aider à comprendre le maillon de la synergie qui lie ces acteurs, mais plus précisément les intermédiaires aux restaurateurs et aux clients.

Le fait de choisir cette hypothèse est pertinente afin de comprendre le fonctionnement du système de la restauration livrée. Nous cherchons donc à déterminer et à montrer qu'il existe un réel lien et enjeu pour ces trois acteurs. Présentés dans la première partie, les intermédiaires de la livraison de repas à domicile sont très nombreux et essayent de se démarquer afin qu'il n'en reste qu'un, c'est ce qu'on a pu appeler la guerre des FoodTech. Mais si, dans quelques mois ou quelques années, il n'en reste plus qu'un, y aurait-il toujours le même lien synergique ?

Nous tenterons de répondre à cette hypothèse et en exploiter ses idées cohérentes et essentielles à notre sujet.

❖ **Hypothèse Client : La livraison de repas à domicile répond à une question de praticité**

Enfin, dans cette dernière hypothèse, nous allons tenter de voir si le service de la livraison de repas à domicile est pratique pour les personnes consommatrices. En effet, comme nous l'avons déjà énoncé dans la première partie, la restauration livrée ne cesse de croître au fil du temps mais répond-elle à une idée de praticité ? Cette notion se définit comme étant toute chose qui à la propriété d'être adaptée à une utilisation bien particulière, qui est particulièrement commode pour effectuer une action donnée ; ou alors comme présentant un caractère fonctionnel.

Le choix de cette hypothèse a pu être assez cohérent avec notre sujet sachant que la livraison de repas à domicile est un service, et nous cherchons donc à déterminer si celui-ci

répond au fait d'être pratique. Dans notre première partie, nous avons pu voir que cette prestation est très diverse et accueille de nombreux intermédiaires comme *Deliveroo* ou encore *Allo Resto* mais ces entreprises répondent-elles bien à la notion de praticité ?

Serait-ce alors un service utile ? Ou alors tout simplement une tendance que chaque consommateur adopte pour une question d'image personnelle ? L'image de soi étant très importante en chacun de nous, elle figure ici comme un point essentiel à analyser. Sur le plan psychologique, elle est liée à l'estime de soi, la façon dont on se juge. L'estime de soi dépend du degré de cohésion entre les aspirations et les succès de chaque personne. Et donc le fait de se faire livrer peut-être un frein à la consommation si le client se juge trop ou s'il se fie trop à l'image que l'on porte sur lui.

Avec cette idée, nous pouvons donc y retrouver la notion d'utilité, praticité et celle de l'image de soi.

En se focalisant sur cette hypothèse, nous voulions alors étudier si le consommateur et même les professionnels, les restaurateurs, jugent ce service utile dans notre mode de vie.

Notre objectif étant de répondre à ces trois hypothèses, nous avons réalisé diverses études afin de les confirmer ou les infirmer. La troisième partie de ce projet répondra à celles-ci et prouvera notre approche auprès de professionnels.

Chapitre 3 - Les outils requis

1. Les entretiens exploratoires

Nous avons réalisé des entretiens exploratoires afin d'en apprendre davantage sur la livraison de repas à domicile. Nous avons rencontré différents professionnels :

Nom de l'établissement	Type de restauration / Rôle	Date de l'entretien	Durée de l'entretien
<i>Pimp my burger</i>	Fast Food	25/11/2016	1 heure 30 minutes
<i>Deliveroo</i>	Livreur	10/12/16	46 minutes
Cabinet de conseil	Expert en restauration	05/01/17	15 minutes

Ces entretiens ont été bénéfiques et primordiaux car ils nous ont apportés des points de vue différents sur notre thématique.

Afin de répondre aux trois hypothèses émises et développées précédemment, qui sont basées sur les trois acteurs de la livraison à domicile, nous avons décidé de réaliser des études qualitatives avec des entretiens mais également une étude quantitative, à l'aide d'un sondage auprès des consommateurs afin de confirmer ou non celles-ci.

2. Les entretiens qualitatifs

2.1. Entretiens des restaurateurs

Nous avons, dans un premier temps, interrogé des restaurateurs faisant appel à des intermédiaires de la livraison.

Nous avons contacté des restaurants proposant des offres types différentes, afin de pouvoir les interroger, et dans le but de connaître davantage leurs manières de fonctionner vis à vis de la livraison de repas à domicile mais également de mieux comprendre ce phénomène.

Une fois les rendez-vous fixés, nous sommes allés à leur rencontre par groupe de deux généralement, avec un guide d'entretien afin d'en apprendre plus sur le sujet.

Le guide d'entretien était le suivant :

Guide d'entretien

Partie « Restaurateur »

Dans le cadre d'un projet, nous étudions le boom de la livraison de repas à domicile, mais plus précisément via un intermédiaire. Nous allons donc vous poser une série de questions afin de comprendre ce phénomène qui satisfait de plus en plus de monde. Cet interview sera enregistré et anonymé par la suite.

Phase d'introduction

Présentation de l'interviewé :

- Pouvez-vous nous parler de votre restaurant ?
- Comment avez-vous eu l'idée de créer votre concept ?
- Quelles sont les types de clientèle ?
- Y a-t-il de la concurrence sur le marché de Toulouse ?

Phase de recentrage du projet

La livraison de repas à domicile

- Selon vous, qu'est-ce que la livraison de repas à domicile ?
- Pourquoi avez-vous développé la livraison à domicile ?
- Pourquoi avez-vous choisi la livraison à domicile par intermédiaire ?

Phase d'approfondissement

Hypothèses

- Est-ce que ce service répond à une question de praticité pour le client ?
- Selon vous, les intermédiaires ont facilité la diffusion de la livraison de repas à domicile ? Comment ? Pourquoi ?
- Ce service de livraison proposé dans les restaurants est-il alors un apporteur de chiffre d'affaires ?

Phase de conclusion

Remerciements

Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à toutes nos questions, ceci nous sera bénéfique pour notre projet.

Le tableau ci-dessous présente les quatre restaurateurs toulousains que nous avons interviewés :

Nom de l'établissement	Type de restauration / Rôle	Date de l'entretien	Durée de l'entretien
<i>Duck Me</i>	Restauration rapide	16/11/2016	1 heure
<i>Le J'Go</i>	Brasserie	06/12/2016	55 minutes
<i>La Villa Tropézienne</i>	Restaurant traditionnel Méditerranéen	07/12/2016	45 minutes
<i>Le Bibent</i>	Restaurant Bistronomique	17/03/2017	25 minutes

Nous avons décidé d'interroger des professionnels ayant des types de restaurants complètement opposés afin d'avoir des points de vue et une approche différente de la livraison de repas à domicile mais également et surtout afin d'être le plus représentatif possible de la restauration commerciale. Car il est compréhensible qu'un restaurateur qui livre des hamburgers n'a pas les mêmes contraintes et attentes (de clients) qu'un restaurateur qui livre des plateaux de fruits de mer par exemple. Leurs avis divergent et varient.

Nous avons donc choisi *Duck me*¹⁵, car il s'agit donc d'un "fast-good" proposant des produits à base de canard, qui est très présent sur la plateforme *Deliveroo* du fait de sa popularité sur Toulouse et de son nombre de livraisons important via celle-ci.

*La Villa tropézienne*¹⁶ quant à elle, est un restaurant à la cuisine méditerranéenne, qui propose des produits en livraison très différents, tels que des plateaux de fruits de mer et des plats raffinés.

Ensuite, le fait d'avoir interviewé le *J'Go*¹⁷, nous a permis d'avoir le point de vue d'un concept qui en plus d'être différent des deux premiers, est en quelque sorte un compromis entre ces deux-là.

Et enfin, nous avons eu la chance de rencontrer un professionnel travaillant au *Bibent*¹⁸, un restaurant bistronomique livrant des plats raffinés de Monsieur Constant.

¹⁵ Annexe H : Entretien *Duck Me*

¹⁶ Annexe J : Entretien *La Villa Tropézienne*

¹⁷ Annexe I : Entretien le *J'Go*

¹⁸ Annexe K : Entretien *Le Bibent*

Ces différents interviews nous ont permis de faire des comparaisons entre plusieurs concepts très distincts.

Nous avons établi un tableau synoptique afin de confronter les idées des interviewés (cf. Annexe O) et que l'on va analyser dans la partie suivante.

De ce fait, ces entretiens ont été primordiaux pour nous, car ils ont permis de répondre à une de nos hypothèses liées aux restaurateurs :

- ❖ La livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires

Mais au-delà des réponses qui résultent de ces entretiens, ils nous ont permis d'en apprendre plus sur notre sujet qui est la livraison à domicile mais aussi son fonctionnement, les stratégies à adopter, la rentabilité et les limites de ce service.

Cependant, nous avons voulu rencontrer un restaurant qui a cessé de collaborer avec une plateforme numérique afin de comprendre ses raisons de la rupture de son contrat mais celui-ci n'a pas donné suite à notre demande.

2.2. Entretiens des intermédiaires

Afin de répondre à l'hypothèse concernant les intermédiaires de la livraison, nous en avons rencontré deux, afin d'avoir deux opinions.

Pour cela nous nous sommes rendus, toujours par deux, et avec un guide d'entretien différent, à la rencontre de ces personnes qui mettent en contact les clients et les restaurateurs afin de confirmer ou non cette hypothèse.

Le guide d'entretien était le suivant :

Guide d'entretien

Partie « Intermédiaire »

Dans le cadre d'un projet, nous étudions le boom de la livraison de repas à domicile, mais plus précisément via un intermédiaire. Nous allons donc vous poser une série de questions afin de comprendre ce phénomène qui satisfait de plus en plus de monde. Cet interview sera enregistré et anonymé par la suite.

Phase d'introduction

Présentation de l'interviewé/Création et concept

- Que pouvez-vous nous dire sur vous ? Votre parcours ? Pourquoi avoir créé une entreprise proposant la livraison de repas à domicile ?
- Pouvez-vous nous dire quelle est votre cible ?
- Comment choisissez-vous les restaurants partenaires ?
- Y a-t-il un produit phare de la livraison ?

Phase de recentrage du projet

La livraison de repas chez vous

- Avez-vous constaté une hausse de la livraison à domicile ces derniers temps ou non ?
- La livraison de repas à domicile est-elle une tendance permanente ou temporaire ?
- Ressentez-vous une réelle concurrence de la restauration livrée sur Toulouse ? (*Allo Resto, Deliveroo...*)
- Y a-t-il des restaurants qui ont arrêté de travailler avec d'autres intermédiaires pour se rediriger vers vous ?
- Selon une étude, la livraison s'agrandit avec la hausse des célibataires, croyez-vous- en cette étude ? Qu'est-ce que vous en pensez ?

Phase d'approfondissement

La livraison de repas à domicile/ Hypothèses

- Est-ce que ce service répond à une question de praticité pour le client ?
- Selon vous, les intermédiaires ont facilité la diffusion de la livraison de repas à domicile? Comment ? Pourquoi ?
- Ce service de livraison proposé dans les restaurants est-il alors un apporteur de chiffre d'affaires ?

Phase de conclusion

Remerciements

Nous vous remercions d'avoir collaboré avec nous et de nous avoir aidé sur ce projet afin de mieux comprendre ce phénomène.

Le tableau ci-dessous est un récapitulatif des entretiens réalisés :

Nom de l'établissement	Type de restauration / Rôle	Date de l'entretien	Durée de l'entretien
<i>E-Food Student</i>	Livreur de repas à domicile pour étudiants	25/11/2016	1 heure 21 min
<i>Toulouse A Domicile</i>	Livreur de repas à domicile	07/03/2017	43 minutes

Nous sommes entrés en contact avec les commerciaux de *Deliveroo* et d'*Allo Resto* dans le but d'avoir des entretiens, car il s'agit des leaders du marché de la restauration livrée en France, mais cela n'a malheureusement pas abouti.

Nous avons donc choisi de contacter des intermédiaires locaux, qui opèrent sur Toulouse.

Le premier étant *E-food Student*¹⁹ qui a été créé par deux étudiants dans le but de faciliter la vie des étudiants en leur permettant de se faire livrer des plats cuisinés variés pour un prix attractif.

Et le second qui est *Toulouse A domicile*²⁰, est un intermédiaire présent et qui distribue seulement à Toulouse.

Contrairement à *E-food Student*, celui-ci ne vise pas seulement un segment du marché de la livraison de repas à domicile. Ce sont donc deux intermédiaires mais différents ce qui nous permet à nouveau d'avoir des avis très hétérogènes. Ils nous ont donné l'opportunité pour nous de répondre à l'une de nos hypothèses concernant les intermédiaires qui est : « Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile ».

3. Les entretiens quantitatifs

L'étude quantitative est "opposée" à l'étude qualitative mais ces deux techniques sont complémentaires, c'est pour cela que nous avons décidé de réaliser les deux.

Cette technique consiste à étudier la population de par ses comportements, ses attentes ou encore ses attitudes.

¹⁹ Annexe L : Entretien *E-Food Student*

²⁰ Annexe M : Entretien *Toulouse A Domicile*

Afin de connaître cela, nous avons créé un sondage à l'aide de *Google Forms* comportant une quinzaine de questions²¹, que nous avons diffusé sur le réseau social *Facebook*.

A ce jour, nous avons obtenu pas moins de **403** réponses, ce qui nous permet d'extrapoler les résultats, d'en tirer des conclusions et de répondre en partie à nos hypothèses.

La livraison de repas à domicile

Merci de consacrer quelques instants, pour répondre à ce petit questionnaire organisé par les élèves de Licence Professionnelle Hôtellerie-Restauration de l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration (ISTHIA) de Toulouse.
Vos réponses sont précieuses car elles nous aideront sur la réflexion de notre thème qui est 'La livraison de repas à domicile'.

*** Required**

Vous êtes-vous déjà fait livrer un repas chez vous ? *

Oui

Non

Si non, pourquoi ?

Le prix est trop élevé

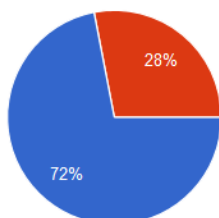
Ma localisation ne me permet pas de me faire livrer

La livraison de repas à domicile

Merci de consacrer quelques instants, pour répondre à ce petit questionnaire organisé par les élèves de Licence Professionnelle Hôtellerie-Restauration de l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration (ISTHIA) de...

DOCS.GOOGLE.COM

Vous êtes-vous déjà fait livrer un repas chez vous ?



Oui	290	72 %
Non	113	28 %

Les personnes ayant répondu à notre sondage sont uniquement :

- ☞ celles qui se font livrer
- ☞ soit 72 % des répondants

Cela nous a également permis d'avoir, en plus des données qualitatives issues des entretiens, des données chiffrées (quantitative) afin d'avoir une étude complète.

Cette seconde partie nous a donc permis d'argumenter sur les choix que nous avons fait afin de mener à bien notre projet.

²¹ Annexe N : Questionnaire clients

Les entretiens que nous avons réalisés et présentés dans cette partie ont été indispensables quant à la réalisation de notre projet, car ceux-ci répondent à nos hypothèses.

Ces réponses seront exposées à la suite de celle-ci dans la partie trois dans le but de répondre à notre problématique.



Ainsi, nous avons pu élaborer une problématique à partir de laquelle des hypothèses en découlent et s'enracinent dans trois catégories d'acteurs différents : les restaurateurs, les intermédiaires et les clients. Celles-ci permettent de répondre plus justement à notre problématique. Les différents outils mis en place contribuent à une étude qualitative et quantitative composés d'entretiens avec les professionnels et les intermédiaires mais également un sondage adressé aux clients toulousains consommateurs.

C'est alors que la livraison de repas à domicile constitue un sujet pertinent à partir duquel nous exploiterons et analyserons les données afin de répondre à notre problématique.

MÉTHODOLOGIE

CHOIX DU THÈME

La livraison de repas à domicile par intermédiaires

QUESTION DE DÉPART

Comment comprendre l'engouement de la livraison de repas à domicile ?

PARTIE EXPLORATOIRE

Lectures exploratoires :
Presse / Ouvrages / Articles
Entretiens exploratoires :
Restaurateurs / Livreur / Cabinet consultant

PROBLÉMATIQUE

La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France

HYPOTHÈSES

- La livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires
- Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile
- La livraison de repas à domicile répond à une question de praticité

RÉPONSES ET RÉDACTION

Enquêtes qualitatives / quantitatives
Rédaction du projet
Veille informationnelle

PARTIE 3 –

Analyse des études réalisées

« L'intérêt principal d'une innovation est de changer le comportement de l'utilisateur sans lui demander de changer de comportement. »

Adrian ho Founding partner chez Zeus Jones

Après avoir expliqué et étudié le phénomène de la livraison de repas à domicile par intermédiaire, nous pouvons dorénavant présenter dans une troisième partie une analyse complète du sujet. Grâce à nos recherches et nos interviews, nous allons pouvoir réaliser une analyse cohérente sur la restauration livrée.

Notre méthode d'analyse se poursuit ainsi : nous allons mettre en œuvre nos hypothèses et les confronter face à nos entretiens. Les acteurs seront face aux trois hypothèses afin d'exploiter au maximum les idées qui peuvent ressortir. Confronter une hypothèse intermédiaire à une hypothèse restaurateur reste essentiel à analyser, car chacun peut avoir des idées sur l'un comme sur l'autre. Egalement, ces professionnels sont consommateurs, donc leurs opinions sont tout de même pertinentes pour répondre à l'hypothèse client.

Pour commencer, nous allons présenter tous les tableaux de confrontation de chaque interview pour chaque groupe d'acteurs. Ensuite, nous analyserons les idées qui ressortent avec des analyses horizontales de chaque entretien. Et pour finir, nous expliquerons ces analyses par des réponses aux hypothèses. Toutes nos études seront représentées par des analyses verticales qui répondront aux hypothèses afin de les interpréter au mieux et de comprendre ce phénomène de livraison de repas à domicile.

Chapitre 1 - Tableau de confrontation des entretiens et hypothèses



		Hypothèse Restaurateur : La livraison à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires.	Hypothèse Intermédiaire : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile.	Hypothèse client : La livraison répond à une question de praticité.
Restaurateurs	<i>Duck Me</i>	OUI	Point de vue en accord avec l'hypothèse	Point de vue en accord avec l'hypothèse
	<i>La Villa Tropézienne</i>	OUI		Point de vue en accord avec l'hypothèse
	<i>Le J'Go</i>	NON	Point de vue en accord avec l'hypothèse	Point de vue en accord avec l'hypothèse
	<i>Le Bibent</i>	OUI	Point de vue en accord avec l'hypothèse	Point de vue en accord avec l'hypothèse
Intermédiaires	<i>E-Food Student</i>	Point de vue en accord avec l'hypothèse	OUI	Point de vue en accord avec l'hypothèse
	<i>Toulouse A Domicile</i>	Point de vue en accord avec l'hypothèse	OUI	Point de vue en accord avec l'hypothèse
Clients	Sondage clients : 403 réponses			OUI
Synthèse		VALIDEE MAIS	VALIDEE	VALIDEE

Toutes les réponses inscrites dans ce tableau représentent le point de vue des interviewés, notre point de vue ne rentre en aucun cas dans la validation des hypothèses. Chaque réponse est justifiée par une citation dans un tableau reprenant les paroles de l'interviewé situé en annexe (cf. **Annexe O**).

Chapitre 2 - Analyse horizontale des entretiens

(cf. Annexe O)

1. *Duck Me*, restaurant fast-casual

Pour Monsieur X, la livraison à domicile présente des avantages mais aussi quelques petits inconvénients. Celle-ci « ouvre à un marché plus grand » car les intermédiaires « vont livrer à des kilomètres » ce qui permet aux « non-consommateurs absolus de rentrer dans la zone de chalandise ».

De plus, développer la livraison de repas à domicile est une opportunité pour le restaurateur. En effet, il offre un service supplémentaire qui lui permet « d'augmenter son chiffre d'affaires ». La part de la livraison de repas à domicile représente « 30 % du chiffre d'affaires total » de ce *fast casual*. Néanmoins, Monsieur X pense que la totalité de ces 30 % ne sont pas en plus. D'après lui, seulement 10 % environ serait supplémentaire, ce serait des personnes qui n'auraient jamais été manger à *Duck Me* mais qui, grâce à la livraison, consomment ce produit. En somme, les 20 % restants seraient, selon lui, des clients de ce restaurant mais qui se font livrer leur repas car ils ont la « flemme » de se déplacer.

Ainsi, celui-ci affirme « qu'ils ont ramené un service à la personne et une facilité de service ».

De plus, collaborer avec ces start-up de la livraison est aussi une opportunité du point de vue marketing. Etre présent sur ces plateformes réalise de la publicité gratuite pour les restaurateurs (hors commission de 30 %), cela « donne de la visibilité ».

Cependant, celle-ci présente quelques inconvénients. D'après ce jeune restaurateur, « le produit est un peu dégradé, il arrive moins bon forcément et moins frais donc il y a peut-être une perception client qui est un peu moins bonne ».

Enfin, la livraison à domicile actuellement en plein essor n'est pas un phénomène de mode, d'après Monsieur X. Ce serait un nouveau mode de vie, une mode de consommation chez soi. Cela est pratique pour le client et lui rend la vie plus facile.

2. *J'Go*, restaurant traditionnel

Pour Messieurs X et Y, la livraison à domicile est l'action de livrer un produit fini en temps et en température pour que le client n'est plus qu'à consommer sans même avoir besoin de réchauffer. Pour eux, la vision de la cuisine chez soi est perçue comme une pénibilité dans la tête des consommateurs. La livraison à domicile répond alors à une question de praticité, le client n'a rien à faire, il se laisse porter par le phénomène. Ils mettent en avant le passage dans une « nouvelle » société où l'on dispose de tout chez soi (home cinéma, stéréo performante, cuisine de restaurant...) et que le facteur de risque a augmenté dans la tête des consommateurs dû aux attentats effectués sur le territoire Français. Il ne considère pas la livraison à domicile comme un apporteur de chiffre d'affaires car dans leur type de restauration (traditionnel) la demande n'est pas encore très développée. Le *J'Go* ne correspond pas à la majorité des consommateurs de la livraison, mais Messieurs X et Y sont garantis que pour certains restaurants, l'apport en chiffre d'affaires peut atteindre les 30 %. L'engouement de la livraison à domicile va perdurer dans le temps d'après eux. Ils pensent néanmoins que les start-ups de livraison à domicile comme *Deliveroo* vont se confronter à certains problèmes comme sur les contrats de travail avec les livreurs par exemple. Ce n'est pas un système sans faille pour eux, comme par exemple l'échec de *Take Eat Easy*.

3. *La Villa Tropézienne*, restaurant traditionnel méditerranéen

Pour Monsieur X, la livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires mais il y existe des limites à cela. La livraison représente actuellement 10 % du chiffre d'affaires de ce restaurant. Elle lui permet de réaliser des ventes supplémentaires de bouteilles de Champagne en contrepartie d'une commission importante, inférieure à 30 %.

De plus, si les clients ne s'étaient pas fait livrer et avaient fait le déplacement directement au sein de son restaurant, Monsieur X affirme qu'il aurait gagné plus de 20 %, sans compter les ventes additionnelles qu'il aurait pu réaliser en restaurant avec les alcools, les cafés, les desserts....

La livraison de repas à domicile est donc un apporteur de chiffre d'affaires, mais ce professionnel ne parvient pas à connaître concrètement ce que lui apporte réellement ce service, car il engendre également des pertes non mesurables.

Il répond également à notre hypothèse concernant la praticité de ce service pour les clients, car il est consommateur de ce service, et confirme bien le côté utile et pratique de se faire livrer, notamment pour le paiement.

L'avantage majeur pour ce restaurateur n'est donc pas le côté financier, mais le fait de pouvoir suivre une tendance afin de se moderniser et de moderniser son image car il n'y a pas de doute pour lui : « C'est obligé que la livraison continue comme ça plus tard ».

4. *Le Bibent*, restaurant bistronomique orienté gastronomique

Pour Monsieur X, la livraison de repas à domicile par intermédiaire est un apporteur de chiffre d'affaires pour son restaurant, même si le nombre de commandes est assez irrégulier. Cette livraison par *Deliveroo* n'ajoute qu'un léger supplément de valeur ajoutée mais améliore l'image du restaurant, en le plaçant dans les innovations de l'air du temps. Dans son cas, la livraison fonctionne car *Deliveroo* amène un « service simple, clair et réfléchi » et assez qualitatif dans la perception des clients. L'image du livreur en scooter qui roule vite avec le casque ouvert est dépassée pour laisser place à des livreurs en vélo en uniforme floqué aux couleurs de la marque.

Il pense que ce phénomène « répond à une demande et va créer une demande ». Cette part de la livraison répond à une clientèle au pouvoir d'achat élevé qui souhaite se faire livrer des menus complets, composés de produits de qualité en oubliant un peu la pizza et le sushi.

Monsieur X est conscient que le phénomène est en plein essor et voit sa clientèle en prendre conscience. Il croit qu'il est bon de se placer dans la livraison par intermédiaire, aujourd'hui, pour répondre au développement du « click and eat ».

Pour lui, le secteur de la restauration traditionnelle et bistronomique, va se développer dans la livraison car il y a un marché à prendre.

5. *Toulouse A Domicile*, intermédiaire de la livraison de repas à domicile

Pour Madame X, la livraison à domicile se résumerait en un mot « pratique ». Les intermédiaires ont permis aux clients de consommer des repas à la maison sans se déplacer, c'est le phénomène du « click and eat ». Cette livraison permet de « bien manger » des produits autre que la pizza et le burger. Selon cet intermédiaire, les personnes qui se font livrer sont de jeunes actifs, en moyenne 24/30 ans jusqu'à 40 ans avec un pouvoir d'achat

élevé, « friands de ce genre de service ». Ce service concerne cette tranche d'âge car la « commande est en ligne ». Les consommateurs cherchent à rester à la maison pour des raisons de « flemme » car le temps de trajet est de plus en plus long pour rentrer le soir chez soi. L'entreprise fonctionne à « 95 % le soir ».

Les gens sont de plus en plus « casaniers » notamment avec le climat d'insécurité qui a favorisé la livraison à domicile.

Pour cet intermédiaire, c'est l'arrivée de *Deliveroo* et *Take Eat Easy* qui a diffusé la livraison à domicile, ils ont complètement « démocratisé ce marché » avec un marketing et une communication adéquate. Cependant, Madame X explique que ce marché peut très vite « sombrer » car « *Take Eat Easy* est déjà un grand perdant ».

Aujourd'hui, cet intermédiaire, installé depuis plus d'un an et demi, ressent « un boom économique » de la restauration livrée et prétend que cela va « s'accélérer encore plus ». Ce modèle économique devrait « perdurer dans le temps » car cela devient comme une habitude de consommation pour le client.

Madame X pense qu'il restera des gagnants comme des perdants sur la guerre des FoodTech. Si la loi sur les auto-entrepreneurs est résiliée alors les intermédiaires ne pourront continuer avec ce système.

C'est pour cela que cette entreprise travaille avec des salariés « employés » de celle-ci, qui réalisent les livraisons en scooter électrique.

De plus, les intermédiaires ne seraient pas réellement le lien entre le restaurateur et le client, « j'espère pas car ça serait triste ». C'est un métier de contact, les intermédiaires apportent en général des clients sur place car c'est un « moyen de communiquer sur eux » tout aujourd'hui est « plus simple » le client ne va plus au restaurant, le restaurant vient à lui.

Egalement, celui-ci peut apporter jusqu'à 5000€ de chiffre d'affaires par mois pour un restaurateur avec une commission comprise entre « 25 et 30 % » mais selon Madame X, le restaurateur « doit bien calculer ses marges » pour être bénéficiaire.

6. *E-Food Student*, intermédiaire de la livraison de repas à domicile pour étudiants

Selon Monsieur X, l'idée de créer cette entreprise vient du fait qu'il manquait cruellement d'offres étudiantes en ce qui concerne la livraison à domicile.

Beaucoup de temps se passe afin de faire fonctionner cette entreprise et tout un système se met en place. Elle doit alors se faire connaître en passant à la radio, sur les réseaux sociaux, ou alors en rencontrant quelques personnalités comme Camille Combal ou Les Chevaliers du Fiel qui peuvent poster l'annonce sur les réseaux sociaux... Egalement, Monsieur X qui vise les étudiants, s'associe avec les BDE (= Bureau Des Etudiants) des universités afin d'attirer le plus de clientèle visée.

Comme le présente le nom du groupe, leur offre est destinée principalement aux étudiants mais n'importe quel consommateur peut commander les repas.

Une idée importante ressort de cet interview : Monsieur X avoue que le service de la livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires. La collaboration avec le restaurateur est donc « uniquement apporteurs d'affaires ».

Mais pour comprendre comment agir sur la livraison de repas à domicile, il faut savoir quels produits proposer, et sur le site de ce groupe, nous y retrouvons principalement un produit phare : la pizza.

Cette petite start-up ne cesse d'augmenter son marché avec sa campagne de communication et essaie de se démarquer des autres concurrents afin de rivaliser.

Monsieur X affirme avec conviction que la livraison de repas à domicile est « un vrai marché, une vraie tendance qui va être amenée à se développer » avec les intermédiaires.

7. Les clients, acteurs essentiels

Sur notre panel de 403 individus, 296 prétendent s'être déjà fait livrer, ceci pour des questions de praticité (rapide, permet de ne pas avoir à faire à manger, avoir le confort de la maison...). Ces individus se font livrer essentiellement (72 %) en fin de semaine à raison d'une fois par mois pour la moitié d'entre eux, du vendredi au dimanche et systématiquement le soir (97 %). Les produits phares sont la pizza largement en tête suivi des sushis et hamburgers. Les individus majoritairement âgés de moins de 21 à 30 ans se font livrer à 54 % par intermédiaires de la livraison à domicile dans une fourchette de 10 à 15 euros, les utilisateurs sont donc des individus issus des générations X et Y. Ce sont principalement des célibataires, jeunes couples ou étudiants.

Chapitre 3 - Analyse verticale

1. Définition de la livraison de repas à domicile

Pour l'ensemble des professionnels interrogés, la livraison de repas à domicile est un service pratique, simple, et incontournable dans notre époque. Ils offrent aux clients un concept où il n'a rien à faire, juste à attendre l'arrivée de son mets commandé. L'intermédiaire a amené un modèle avec un service à la personne et une facilité de livraison à domicile, le modèle du « Click and Eat ».

2. L'avenir du marché de la restauration

Pour l'ensemble des professionnels interrogés, ce phénomène n'est pas prêt de s'arrêter. Il va perdurer dans le temps, la livraison de repas à domicile va devenir une habitude, un mode de vie en raison de sa facilité pour le consommateur d'autant plus que des gros acteurs se lancent dans ce marché.

Les intermédiaires doivent continuer de développer le système de livraison en deux-trois clics, avec une rapidité de livraison optimale attendue par le consommateur. Mais, il est difficile d'imaginer le futur, car certains des interrogés pensent qu'ils vont rencontrer des difficultés avec les livreurs en auto-entreprenariats qui, un jour vont vouloir une assurance ou une meilleure rémunération.

Chapitre 4 - Réponses aux hypothèses

1. Hypothèse Restaurateur : La livraison à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires

La livraison à domicile permet au restaurateur d'augmenter son chiffre d'affaires mais cet apport reste minime pour des restaurants de catégorie supérieure. Cependant, ses charges augmenteront avec des commissions allant en moyenne de 25 à 30 %. Celles-ci assurent la livraison et la communication mise en œuvre pour faire connaître ces restaurateurs. Malgré une hausse de son chiffre d'affaires, le restaurateur doit bien calculer ses marges pour rester bénéficiaire tout en contrôlant ses charges et ses coûts.

Aujourd'hui, ce modèle économique peut sauver des restaurateurs citadins en perte de vitesse car les intermédiaires possèdent une armée de communication favorisant la vente. Ce type de livraison peut être un apporteur de chiffre d'affaires pour tout type de restaurants mais elle représente une part plus importante pour la street-food.

L'hypothèse est donc validée pour la majorité des restaurateurs. En effet, il est important pour ceux-ci, de rester sur ces sites pour augmenter leur volume d'affaires, être dans l'ère du temps et pour répondre aux besoins de la clientèle de ses restaurants qui détient un fort pouvoir d'achat. Même si pour certains traditionnels, l'apport de chiffre d'affaires serait plus important si le client était venu consommer sur place. Pour ces catégories de restaurants la réponse reste mitigée.

La question a été également posé aux intermédiaires, ils sont en adéquation avec la réponse des restaurateurs.

En somme, les restaurateurs cherchent à augmenter leur nombre de commandes ce qui engendrera une augmentation de leur chiffre d'affaires. Ainsi, les intermédiaires augmenteront leur nombre de commissions.

Les attentes du professionnel sont bien comprises par les intermédiaires, l'hypothèse est donc validée.

2. Hypothèse Intermédiaire : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile

En effet, comme nous l'avons vu précédemment, la livraison de repas à domicile fonctionne grâce à : l'intermédiaire, le restaurateur et le client. Ils sont tous les trois liés ensemble par synergie et constituent la livraison à domicile.

Ce modèle économique permet de faciliter le transfert d'informations, de communication et de repas. Aujourd'hui, les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile grâce aux nouvelles technologies, ce qui en fait une plateforme numérique.

Si le marché semble être très concurrentiel, cela n'efface pas le fait que chaque groupe d'acteur de cette chaîne de restauration livrée soit véritablement lié. Et, si l'un des maillons de cette chaîne venait à se briser, le modèle économique « semi-intégré » serait voué à disparaître.

Les intermédiaires valident donc l'hypothèse, qu'ils ne pourraient pas travailler sans les restaurateurs et les clients. Les professionnels de la restauration ont également validé l'hypothèse, pour eux, ils ne pourraient pas réaliser la livraison à domicile sans leur présence sur le marché.

Cette hypothèse est donc confirmée les intermédiaires sont donc le point de départ de cette livraison à domicile « semi-intégré ».

3. Hypothèse Client : La livraison de repas à domicile répond à une question de praticité

Le côté pratique de la livraison de repas à domicile pour les clients n'est plus à démontrer. C'est ce que nous ont confirmé nos recherches, les études quantitatives et qualitatives, notamment au niveau du paiement qui est facilité par les applications présentes sur les smartphones, c'est ce que l'on appelle aujourd'hui, la « FoodTech ». Ce phénomène est favorisé par les générations X et Y qui sont friands de ce type de consommation.

Aujourd'hui, ce ne sont plus les clients qui se rendent au restaurant, mais les restaurateurs qui viennent aux clients avec notamment les applications, le « click and eat ». Le fait de pouvoir se faire livrer, sans avoir à sortir de son canapé, à n'importe quel moment de la journée et n'importe quel jour, des plats cuisinés, variés entre également dans cette notion de praticité.

Les intermédiaires et les restaurateurs ont également validé cette notion de « praticité », ils ont bien compris les attentes du client.

En effet, les intermédiaires ont adapté les plateformes numériques pour qu'elles soient facilement compréhensibles pour le client avec des photos de mets, le descriptif chacun et le paiement sécurisé.

En somme, nos trois hypothèses sont validées. Le point de vue de chaque acteur a démontré cette notion de synergie. Les attentes de chacun sont comprises par tous les maillons de la chaîne de la livraison de repas à domicile par intermédiaires.

Il n'y a pas de dissonance entre les hypothèses et les réponses de chaque acteur ce qui entraîne un triangle de la qualité.

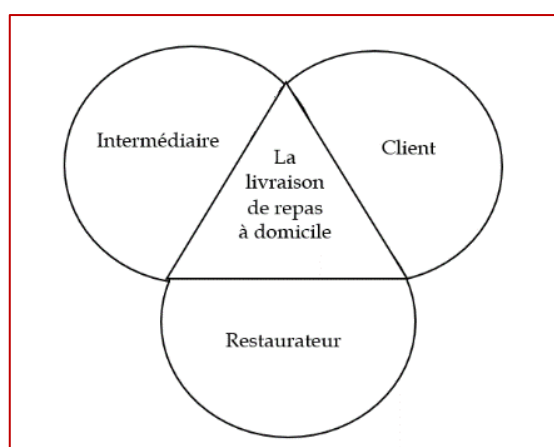


Figure 3 : Triangle de la qualité de la livraison de mets

Ainsi, ce triangle de la qualité est assuré par une synergie des trois acteurs :

- ✓ Par un chiffre d'affaires apporté au restaurateur. Le client peut ensuite venir au restaurant après une livraison ce qui augmente également le chiffre d'affaires sur place dans le restaurant.
- ✓ Le restaurateur et l'intermédiaire ont compris la praticité que recherche le client
- ✓ L'intermédiaire en échange de sa livraison et de sa communication importante reçoit une commission en moyenne de 25 à 30 % par livraison.
- ✓ Cette synergie entraîne une fidélisation du client.

En somme, cette synergie montre la clé du succès de l'innovation de la livraison de repas à domicile. Le marché est bien implanté en France, il se diffuse rapidement et l'engouement est présent grâce à un respect des désirs de chacun.

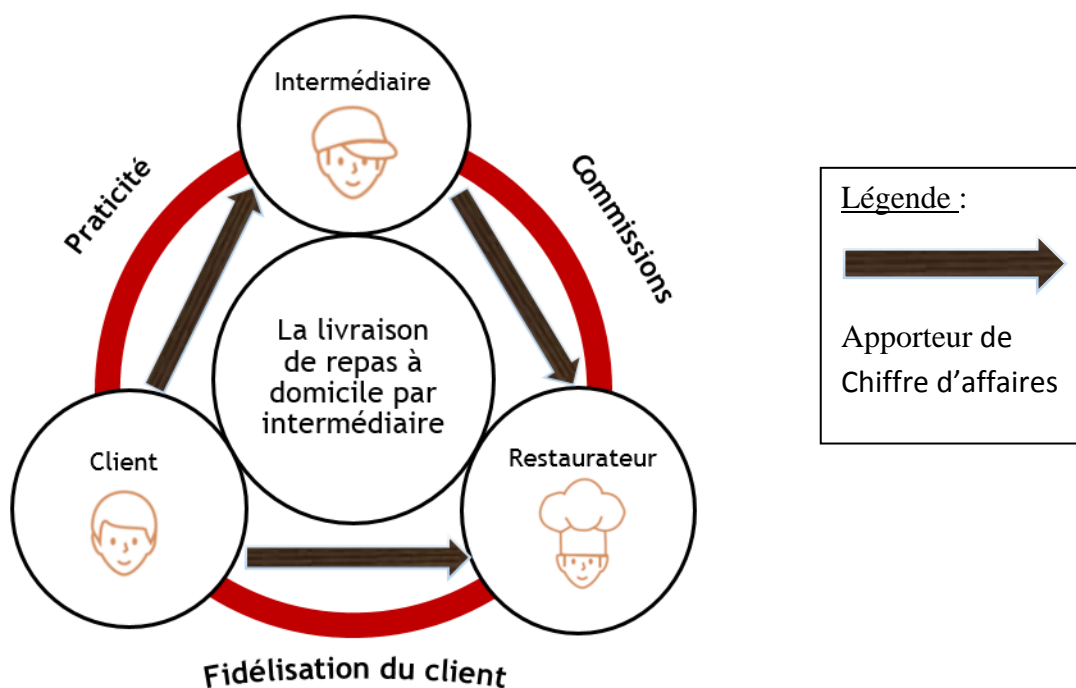


Figure 4 : Synergie de la livraison de repas à domicile par intermédiaire

Chapitre 5 - Les préconisations

La restauration livrée peut être une opportunité pour les restaurateurs citadins. Cependant, afin que ce service soit avantageux pour ceux-ci, il faut porter attention à certains points.

Tout d'abord, tous les restaurants ne sont pas adaptables à la livraison de repas par intermédiaire. Il faut prendre en compte la catégorie de son restaurant. Prenons l'exemple de Monsieur Constant, chef français réputé, qui collabore avec des intermédiaires de la livraison à domicile. Seulement, deux de ses six restaurants qu'il possède utilisent la livraison, car le standing de ces deux restaurants est adaptable à la livraison par intermédiaire. Il a mis au point un plat typique de la street food, le Kebab, afin de répondre à une demande de la clientèle en revalorisant un plat populaire en plat gastronomique. Un étoilé n'a peut-être pas encore sa place dans la livraison à domicile, car elle ne peut apporter certains services primordiaux proposés sur place tels que le dressage ou l'attention du serveur envers le client.

Il faut aussi adapter son produit à ce service, il est nécessaire de choisir des plats utilisables en livraison à domicile en pensant au transport, à la température de livraison et à une éventuelle remise en température. Il faut donc mettre sur le marché des produits en concordance avec la livraison en choisissant des mets spécifiques de sa carte ou en créant une carte exclusive à la livraison.

Deuxièmement, le choix de l'intermédiaire doit être bien ciblé : certains sont plus développés que d'autres, ils apportent plus de notoriété au restaurant, et ne visent pas tous la même clientèle (*Deliveroo / E-Food Student*), c'est donc au restaurateur de faire un choix stratégique. Il se doit également d'être prudent, car certains intermédiaires tel que *Take Eat Easy*, ont délaissé leurs restaurants partenaires lors de leur mise en liquidation judiciaire, laissant les restaurateurs démunis.

Le restaurateur doit négocier avec les intermédiaires le taux de commission, car pour un petit restaurant un taux de 30 % à reverser peut être impossible s'il veut réaliser son propre bénéfice. Bien évidemment, il sera plus facile de négocier pour certains restaurateurs s'ils sont développés ou réputés. Il faut donc se fixer un seuil de rentabilité, c'est à dire un nombre minimal de livraisons à partir duquel le service permet de dégager du bénéfice.

De plus, le restaurateur doit prendre en compte le délai de paiement des plats livrés car ce sont les intermédiaires qui récoltent les fonds et les distribuent. Par exemple, le délai de paiement chez *Deliveroo* s'élève à 15 jours.

Aussi, en ce qui concerne les contenants, le restaurateur peut les acheter soit auprès de l'intermédiaire soit auprès d'autre fournisseur. C'est un coût à prendre en compte, ceci inclus : la boîte hermétique, les couverts et la poche.

De plus, l'intermédiaire fournit à chaque restaurateur une tablette afin de recevoir les commandes. Ainsi, le restaurateur ne doit pas prévoir cet investissement.

L'afflux de commandes, lors des week-ends notamment, doit être maîtrisé pour ne pas favoriser la livraison à domicile au détriment de la qualité de la restauration sur place et décevoir la clientèle présente dans la salle du restaurant, ceci entraînera dans certains cas une cannibalisation, ce qui a notamment été le cas chez *KFC* qui a vu ses restaurants vides suite à la mise en place de la livraison. Il ne doit s'agir que d'un apporteur de chiffre d'affaires supplémentaires, il est dangereux pour le restaurateur qu'elle devienne son chiffre d'affaires principal, au risque de devenir dépendant de l'intermédiaire.

En outre, l'utilisation de ces systèmes numériques peut provoquer des dysfonctionnements et ainsi, perturber l'organisation du restaurateur et du livreur qui n'aboutissent pas à la livraison. Le restaurateur dépendant de ce mode de livraison se retrouve donc dans l'impossibilité de réaliser ses commandes. Ceci peut engendrer un mécontentement des consommateurs et donc une perte de clientèle. Par exemple, en novembre 2016, la plateforme *Deliveroo* a été victime d'un problème informatique ne pouvant pas livrer les clients.

De même, si la start-up s'effondre, ceci est dangereux pour le restaurateur dépendant de la livraison comme le cas de *Take Eat Easy* qui a été mis en redressement judiciaire du jour au lendemain.



Dans cette partie, nous avons posé les hypothèses et confronté celles-ci face à nos entretiens. Après avoir réalisé ces tableaux de confrontation, une analyse verticale de chaque acteur et une analyse horizontale de chaque question posée, nous avons pu valider nos hypothèses en fonction des avis des professionnels. Nous avons donc compris que les trois acteurs de la livraison de repas à domicile travaillent en synergie dans le but d'un développement du phénomène commun. Les interviewés valident donc nos trois hypothèses cependant certaines sont nuancées.

Le résultat est donc que la livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires pour le restaurateur, toutefois ce phénomène s'adapte mieux aux restaurants de « street food ». Il est moins avantageux pour la restauration traditionnelle, bistronomique.

Pour l'intermédiaire, les professionnels interrogés se regroupent pour dire qu'ils sont bien un maillon de la synergie dans la livraison de repas à domicile.

Enfin pour le client, les 403 réponses ont permis d'affirmer que la livraison de repas à domicile répond à une question de praticité via la rapidité de la livraison, le fait de ne pas avoir à cuisiner, et d'avoir le confort de la maison.

CONCLUSION

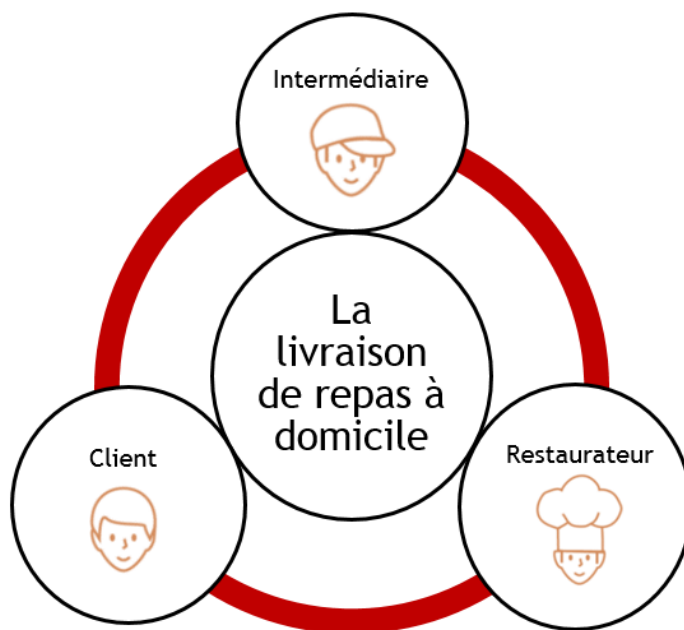
Ainsi, au travers de ce projet, nous nous sommes rendus compte que la « livraison de repas à domicile » constitue un marché à part entière de la restauration commerciale. Dans les années futures, celui-ci va encore évoluer. Chaque intermédiaire espère gagner le marché des « FoodTech » pour détenir le monopole de celui-ci, pour cela chacun devra innover et se différencier de ses concurrents. Selon Steve Jobs, « L'innovation c'est ce qui distingue un leader d'un suiveur. ». Cette idée du célèbre inventeur américain correspond au marché de la livraison de mets.

Les intermédiaires de ce marché sont apparus à partir de 2015 environ en France et ont dépeussié l'image vieillissante du restaurateur qui livre lui-même ses repas avec des plages horaires très limitées et un temps de livraison parfois très long. Ces intermédiaires ont donc changé cette image avec une livraison plus rapide, par des modes de déplacement écologique et où tout se passe par le smartphone. Grâce à ceux-ci, le numérique s'est glissé partout même dans notre assiette, le « click and eat » devient une habitude régulière du consommateur.

Cette innovation, apportée par ces intermédiaires, ne marcherait pas sans une modification du marché. Notre question de départ sur l'engouement reflète un marché où chacun est bénéficiaire. Cette innovation s'est répandue par nature sur le marché français car les attentes du restaurateur, de l'intermédiaire et du client sont bien définies, ce qui a permis une diffusion de l'innovation sur notre territoire

En effet, au travers de notre problématique, *La construction de la diffusion de la livraison de repas à domicile par intermédiaires en France*, nous nous sommes rendus compte que la livraison de repas à domicile dans le secteur commercial fonctionne avec trois acteurs : l'intermédiaire, le restaurateur et le client. Ceux-ci s'unissent pour que la livraison de repas se développe de plus en plus sous la forme d'une synergie.

Figure 5 : Représentation des trois acteurs indispensables de la livraison de repas à domicile par intermédiaire



Cette idée s'explique par nos trois hypothèses qui s'enracinent chacune dans une catégorie d'acteurs :

- ✓ Pour le restaurateur, la livraison de repas à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires. Cette hypothèse est confirmée. Chaque restaurateur veut augmenter celui-ci grâce à la restauration livrée, mais l'enjeu est différent selon chaque catégorie de restaurants.

Cette augmentation est plus marquée pour les restaurants de type « street food ». Un client qui vient dans un restaurant traditionnel dépense en moyenne plus de 20 % que s'il commande chez lui. Cela s'explique, notamment, par les ventes additionnelles comme les apéritifs, desserts...

- ✓ Pour les intermédiaires, ils sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile, c'est-à-dire qu'ils font le lien entre le restaurateur et le client, en échange d'une réponse aux besoins de chacun, d'une livraison en temps, de qualité et une communication adéquate pour le restaurateur. Pour le client, il existe une multitude d'offres allant de la traditionnelle pizza au restaurant bistrannique.
- ✓ Pour le client, la livraison de repas à domicile correspond à un besoin de praticité. Cette affirmation se traduit également par le désir de manger chez lui des mets de

qualité. Aujourd'hui, c'est le restaurant qui vient au client et non le client qui se rend au restaurant.

Ce travail de recherche à travers nos hypothèses, nous a montré que ce marché fonctionne grâce à une synergie de trois acteurs qui sont en adéquation avec les intérêts de chacun.

Aucune étude n'est sortie à ce jour sur ce sujet encore récent et passionnant, ce qui reflète une approche très concrète et éclairée tout en veillant constamment sur l'actualité de ce sujet pour répondre au mieux à notre travail.

Cependant, notre projet tutoré sur la livraison de repas à domicile n'est pas représentatif de tout ce qu'il se passe autour de ce phénomène en France. Nous nous sommes appuyés essentiellement sur des acteurs présents sur Toulouse. Nos intermédiaires, restaurateurs et clients ont tous été interrogés dans la Ville Rose, nous ne pouvons donc pas extrapoler ces résultats au niveau national.

Aussi, nous aurions voulu calculer à partir de combien de commandes le restaurateur réalise une marge confortable pour couvrir ses charges et notamment sa commission. Cependant, ce calcul varie pour chaque restaurant en fonction du coût matière, du prix de vente, des charges fixes et variables.

De plus, ce travail de groupe nous a permis, à nous six, d'apprendre à communiquer et surtout à travailler ensemble.

Egalement, la rencontre avec de nombreux professionnels nous a permis d'élargir notre réseau ce qui est bénéfique pour notre future carrière sur le marché de l'emploi.

En somme, aujourd'hui, le restaurateur passant par un intermédiaire ne voit plus son client. Autrement dit, la restauration est un métier de relation client mais étant donné que le livreur n'est pas embauché par le restaurateur lui-même, doit-on appréhender une perte de contact avec le client ?

Ce phénomène nous pousse à supposer la question suivante :
Doit-on craindre une déshumanisation du service à table avec la restauration livrée ?

ANNEXES

Annexe A : Infographie « La livraison de repas qui fait gagner aux restaurants », CHD Expert



Flèche et consommation de pizzas représentées à titre illustratif. Les Avril auprès de 329 répondants représentatifs de la population en France.

Suivez l'actualité de la CHD sur www.chd-expert.fr



Retrouvez nos infographies sur www.chd-expert.fr

A propos de CHD Expert

CHD Expert est le leader mondial de la Collecte, Gestion et Analyse de l'information marketing sur les marchés de la Consommation Hors Domicile (CHD). Depuis plus de 20 ans, CHD Expert assiste (en Europe, en Amérique du Nord et Asie Pacifique) les fournisseurs et les principaux acteurs de ces marchés, en leur fournissant une vision globale et une meilleure compréhension de la CHD. Avec un base de données de plus de 4 millions d'opérateurs, ses outils web et ses études de marchés, CHD Expert assure l'efficacité des actions commerciales et marketing de ses clients.

0051 4343000000001

Annexe B : Victime de leur succès, refus de livraison



**Nous vous prions de nous excuser, nos bikers sont très occupés
pour le moment.**

Vous pouvez programmer une livraison pour plus tard ou revenir dans quelques minutes.

[Retour](#)

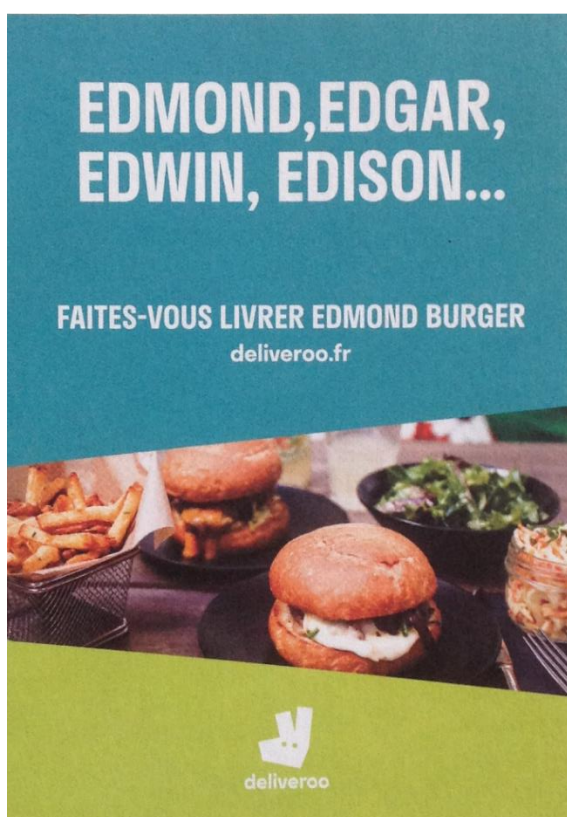
Capturé le 7 Mars 2017 à 22 heures alors que le site ferme à 23h15.

Annexe C : Publicité Allo Resto avec comme slogan « La cuisine d'un restaurant, le confort de la maison »



Annexe D : Exemples de coupons distribués dans les centres villes en France

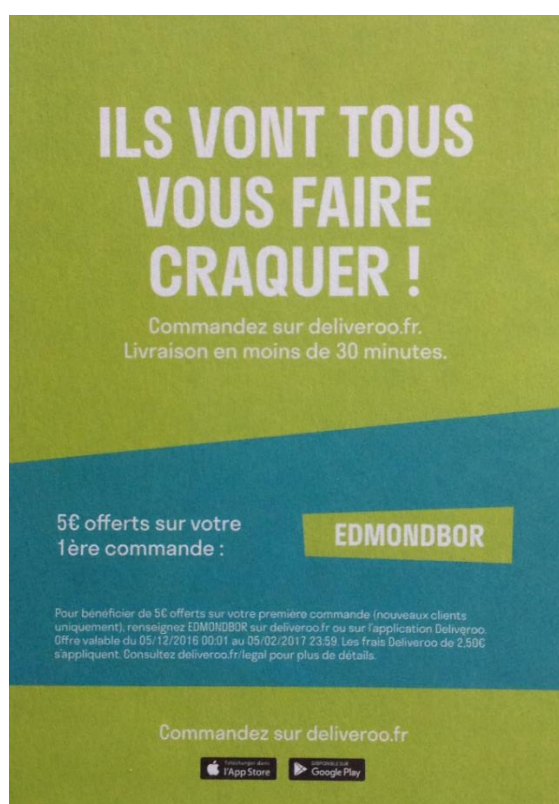
Exemple Deliveroo :



**EDMOND, EDGAR,
EDWIN, EDISON...**

FAITES-VOUS LIVRER EDMOND BURGER
deliveroo.fr

deliveroo



**ILS VONT TOUS
VOUS FAIRE
CRAQUER !**

Commandez sur deliveroo.fr.
Livraison en moins de 30 minutes.

5€ offerts sur votre
1ère commande :

EDMONDBOR

Pour bénéficier de 5€ offerts sur votre première commande (nouveaux clients uniquement), renseignez EDMONDBOR sur deliveroo.fr ou sur l'application Deliveroo. Offre valable du 05/12/2016 00:01 au 05/02/2017 23:59. Les frais Deliveroo de 2,50€ s'appliquent. Consultez deliveroo.fr/legal pour plus de détails.

Commandez sur deliveroo.fr

Download on the App Store | GET IT ON Google Play

Exemple Foodora :

foodora

Nous livrons,
vous savourez !

Commandez dès maintenant
vos restaurants préférés !

Download on the
App Store | GET IT ON
Google Play | FOODORA.FR

8 EUROS

Votre code promo*

H8BOR12Kvy

Valable pour un minimum de commande de 18€

Avez-vous déjà goûté ... ?

Funky Burger · Eat Salad · Fufu · Møna ·
L'Épicerie Bordelaise · L'Italia · Pitaya ·
Chez Dude · Le Murano · Moony ·
La Cantine de l'I.BOAT · Sushi Shop

**N'attendez plus :
Commandez maintenant !**

* Valable uniquement pour les nouveaux clients qui commanderont sur notre application (le montant minimum d'achat étant de 18€, auquel s'ajoutent des frais de livraison) jusqu'au 31/07/2017. Ne pas jeter sur la voie publique.
Imprimé par druck.pl Foodora France SAS
17 rue de Lancy 75010 PARIS RCS 811 905 181

Entretiens exploratoires

Annexe E : Entretien Pimp My Burger

Date de l'entretien : Le vendredi 25 décembre 2016

Durée de l'entretien : 1 heure 30 minutes

5

Elève 2 - Donc en fait, on réalise une licence professionnelle hôtellerie restauration, et à la fin on doit réaliser un projet tutoré donc nous, nous avons choisis la livraison à domicile.

10 **Restaurateur** - C'est où votre formation ?

Elève 2 - A l'ISTHIA, aux universités du Mirail

Restaurateur - D'accord

15

Elève 1 & 2 - A Jean Jaurès

Elève 2 - Voilà, donc du coup on a choisis la livraison à domicile parce que c'est quelque chose qui est en train de beaucoup se développer. Donc là, on est en train d'interroger plusieurs professionnels pour voir comment cela fonctionne...

20

Restaurateur - ... et l'évolution ?

Elève 2 - Voilà.

25

Restaurateur - Avec plaisir

(rires)

30 **Elève 2** - Donc déjà est ce que vous pouvez nous parler un peu de votre concept, *Pimp My Burger* ?

Restaurateur - Alors en fait ici on a ouvert il y a 8 ans et à l'origine on était une franchise, on était dans une franchise en fait qui s'appelle Jack's Express je sais pas si vous êtes de Toulouse ?

35 **Elève 1 & 2** - Non du tout

Restaurateur - D'accord. Donc *Jack's Express*, c'est une franchise française qui existe plus ... je crois il y avait une vingtaine de restaurants à l'époque quand c'était au maximum et sur Toulouse il y en avait déjà 5.

40

Moi j'en avais 2, j'avais ici. Et un an après j'ai ouvert un deuxième restaurant sur le nord de Toulouse. Le concept c'était déjà ça.

L'idée était de... ce qui ont monté le concept c'était effectivement de pouvoir faire de la livraison à cette époque-là, il y avait pas grand monde à part les livreurs de pizza qui faisaient de la livraison, les sushis ça se lançait un petit peu.

Et il y avait un concurrent qui faisait les hamburgers, c'était speed burger qui était déjà installé, il y avait qu'eux et Jack's Express.

45

Aujourd'hui il y a beaucoup plus de concurrents donc moi je voulais monter mon enseigne de restauration. J'avais pas d'expérience et je me suis dit : « tient que le concept était intéressant, ils faisaient les burgers, les pizzas aussi, des paninis, des moules, tout tas de produits ».

C'est ce qui a fait que ça n'as pas marcher en fait, il y avait beaucoup trop de produits c'était compliqué puis la franchise elle-même, voilà il y avait pas de support, donc c'est ce qui a fini par... et je trouvais sympa, l'idée de pouvoir amener à domicile vraiment une palette de produits importante fin autre chose que de la pizza, notamment du burger qui est un produit principal mais aussi toucher d'autre cible avec les frites. C'était de la qualité qu'on faisait, c'était quand même assez long.

50

Mais voilà, leur proposer autre chose pour moi c'était effectivement, la tendance c'était plus la livraison, les gens voulaient de moins en moins sortir de chez eux, surtout le soir, je trouvais le concept attrayant.

55

60 Finalement au bout de 4 ans on a eu la possibilité de sortir de la franchise parce que ça ne se passer plus très bien, notre chiffre d'affaires baissé, tous les franchisés parce que il y avait pas de support, pas de renouvellement dans la marque, pas de nouveauté, du coup on a pu devenir indépendant et à ce moment-là j'ai monté mon concept. Je me suis posé la question à un moment donné : est-ce que je garde la livraison ? Ou est-ce que j'arrête ? Sachant qu'à ce moment-là c'était quand même presque 60 % de notre chiffre d'affaires quand on était Jack's. 60 % c'est quand même pas mal, mais voilà je me posé la question : est-ce qu'on sacrifie pas un peu de chiffre d'affaires pour laisser tomber la livraison sachant que la livraison... on va peut-être en reparler mais, moi je me la pose peut être plus que d'autres enseignes qui ne font que de la livraison parce que c'est quand même une activité un peu « à problème » à la base, je pense au parallèle entre le sur place et l'emporter 65 même parce que déjà ça coûte cher, faut payer un livreur, les scooters, l'essence il y a des délais donc forcément on part avec du mécontentement d'origine et même si on est efficace dès qu'on fait 45 minutes, voilà, on va dans du mécontentement par rapport aux délais et par rapport au fait que le produit sera forcément un peu moins chaud que quand on vient de le faire et qu'on le propose aux clients. Même si parfois, il l'emporte il va mettre une demie heure à rentrer chez lui c'est pas pareil. C'est comme 70 quand on va au Mcdo on sait qu'une fois arrivé chez soi ça peut pas être comme quand on vient le manger. Par contre quand on livre à domicile pour le client je pense que dans son raisonnement, dans sa tête c'est différent, faudrait qu'on vienne de le faire presque et qu'on lui amène directement. Dans les faits, c'est pas comme ça que ça se passe.

75 **Elève 1 - D'accord**

Restaurateur - Donc, je me suis posé cette question et je me suis dit, on est pas encore prêt à le faire c'est quand même une grosse partie de notre CA je pense que je me la poserai peut-être plus tard ou si je devais développer le réseau peut-être parce que j'ai déjà fait l'expérience aussi ... pour des raisons je ne sais plus 80 lesquelles, on avait pas pu livrer, donc on proposer aux clients de venir chercher et puis là on se rend compte qu'il y a quand même une bonne partie qui vient chercher. On s'éloigne de votre projet... Mais voilà, c'est pour dire qu'on a changé d'enseigne et puis à ce moment-là, qu'est ce qu'il faut pour essayer de relancer un peu notre restaurant, j'avais vendu mon autre restaurant entre temps j'avais gardé que celui-là...

85 **Elève 1 - D'accord**

Restaurateur - Bin voilà je suis resté sur l'idée du concept de burger qui était le produit principal et j'ai enlevé des produits qui marcher un peu moins :les moules, bon les pizzas on est énormément de concurrent donc... 90 l'idée c'était de rester sur des produits ou on a quand même un peu moins de concurrence donc j'ai gardé le burger, j'ai gardé les wraps et ce qu'on appelle les DWICHES, c'est le pain baguette en fait pour renouveler, redonner un peu de souffle à mon restaurant je me suis dit : « tient peut-être que la customisation, ça peut être quelque chose de sympa ».

95 Il y a pas beaucoup de monde qui fait ça, et là, on donne vraiment la possibilité au client de faire ce qu'il veut et finalement voilà. Je parlais de nouveauté tout à l'heure, il y a tellement de combinaisons possibles presque 400 000 finalement, des nouveautés il y en as tous les jours les clients font ce qu'ils veulent.

On a quand même, comme vous pouvez le voir derrière, des sandwiches à la carte, des recettes qui existent que j'ai créé mais pour ceux qui ne veulent pas s'embêter c'est quand même des choses bien différentes mais sinon, il peut composer son sandwich.

100 Du coup voilà, on a changé ça et puis on a gardé cette activité de livraison voilà en se disant on va voir comment cela fonctionne l'idée pour moi c'était quand même d'inverser la tendance et de faire un peu plus de sur place que d'emporter parce que forcément mes marges sont plus importantes.

Finalement, ce qui c'est passer c'est que le concept a super bien pris on as multiplié notre chiffre presque par 2 en 2 ans ce qui est énorme aujourd'hui on as presque 20 salariés...

105 **Elève 1 & 2 - Ha oui c'est quand même**

Restaurateur - On a beaucoup de temps partiel : des contrats de 10h, 15h des étudiants en équivalent temps plein ça fait 10,5. C'est quand même déjà pas mal, du coup on fait quand même du chiffre donc il faut pouvoir 110 payer 20 employés parce que sur des services comme le dimanche soir qui est notre plus gros service, on peut être jusqu'à 11. Quand on est 11, il y a 3 livreurs, 3 personnes en caisses, 4 en cuisine et une personne qui aide un petit peu, finalement je vous disais que la livraison coûtait chère, c'est quand même 3 employés. Aujourd'hui, j'ai 3 scooters ça fait peut être parti des questions donc on va peut-être pas ...

115 **Elève 1 - Oui oui, mais vous pouvez y aller comme ça, ça répond déjà à d'autres questions.**

120 Restaurateur – Aujourd’hui, on a notre concept on est indépendant, c’est le seul restaurant *Pimp My Burger* de France, il y en a un autre à Paris qui s’est monté, mais voilà normalement il devrait pas, parce que j’ai déposé le nom. Je suis pas encore allé creuser le truc, attaquer, mais pour l’instant tant que je ne veux pas développer un réseau. On est le seul restaurant et ça marche beaucoup mieux depuis qu’on a ce concept et notre livraison aujourd’hui c’est ... on fait à peu près autant de livraisons qu’avant mais on va peut être rentré dans les chiffres après.

125 Elève 1 - D’accord.

Elève 2 - Et du coup vous avez beaucoup de concurrence autour quand même ici à Toulouse ou non ?

130 Restaurateur - Ha ben, on a toujours Speed Burger qui est un concurrent historique pour nous parce qu’il y a 8 ans, il n’y avait qu’eux et nous, je parle vraiment de la livraison de burger parce que la livraison de pizza c’est autre chose.

135 Je pense que soit on veut se faire livrer une pizza, soit on se fait livrer un burger. La pizza c’est quand même un produit un petit peu à part comme si on voulait se faire livrer un sushi. Et les concurrents en 8 ans entre temps j’en ai vu qui se sont installés, il y a eu Most Burger mais qui du coup à fermer l’an dernier, il est resté ouvert presque 8 ans, il faisait de la livraison de burger. Et Mytic Burger qui est un petit peu le nouveau, le gros nouveau je vais dire parce que c’est quand même la boîte à pizza derrière donc ils ont des moyens ça fait presque deux ans qu’ils sont là, mais nous ça nous a rien fait, le chiffre d’affaires n’a pas bougé et finalement ce que je craignais un peu avec eux, qui avait vraiment un positionnement vraiment qualitatif, c’est ce qu’ils mettaient en avant, je me rend compte que voilà c’est pas si terrible que ça. Nous on est sur un positionnement plutôt moyenne gamme on a des produits, des menus qui sont à 9 euros...

140 Avant ça vous étiez dans la cuisine ?

Elève 1 & 2 - Oui oui.

145 Restaurateur - Voilà donc à 9 euros on peut pas faire du gourmet, c’est pas du steak du boucher, c’est pas des... alors qu’on essaie quand même de faire du qualitatif, tous les matins on coupe nos légumes, on fait une partie de nos sauces maisons, on essaie toujours de choisir des produits surgelés de bonne qualité comme nos frites, voilà, maintenant à ce prix-là, on peut pas faire beaucoup mieux. Ça nos clients le savent et ils viennent parce que pour ce prix... voilà ils en ont pour leur argent.

150 Elève 1 - D’accord.

155 Restaurateur - Donc *Speed Burger*, *Mythic Burger* pour moi c’est les deux gros concurrents sur mon secteur. Mais encore une fois on le sent pas, parce que notre chiffre ne bouge pas, il y a pas plus de monde qui habitent ici, je pense qu’il y a suffisamment de place pour de la concurrence après si j’en ai encore 3 qui arrivaient peut-être que ça changerait quelque chose mais pour le moment aujourd’hui c’est ça.

Elève 1 – D’accord. Et au niveau du type de clientèle que vous attirez, donc vous attirez plutôt des étudiants ? C’est très varié ?

160 Restaurateur - C’est ultra diversifié, encore plus depuis qu’on a changé d’enseigne, puisque on a fait en sorte qu’avec notre décoration, là je parle plus du sur place, parce que c’est plus orienté livraison ou c’est des questions générales ?

165 Elève 1 & 2 - Là c’est des questions générales.

170 Restaurateur - C’est à dire qu’en livraison on sait un peu moins, avec le sur place on voit la tête des gens qui rentrent. En livraison, on suppose que c’est relativement similaire. Sur place, on a le midi et le soir. Le midi ça va être une clientèle qui va être effectivement un petit peu étudiante, beaucoup plus maintenant qu’avant, maintenant qu’on a changé d’enseigne peut être que c’est plus accueillant, ça donne plus envie la façade. Avant c’était une petite façade toute simple avec une petite enseigne, il y a même des gens du quartier qui savaient même pas qu’il y avait un restaurant, du jour au lendemain on a changé d’enseigne, ils sont rentrés : « ah tient il y a un nouveau restaurant », ou alors d’autres clients sont arrivés en pensant que la direction avait changé, les produits sont meilleurs... alors que c’est les pareils comparer à ce qu’on faisait avant. C’était des burgers aussi et j’ai gardé les mêmes fournisseurs et on a gardé la même façon de fabriquer les sandwiches.

175 Donc ça, c'est vraiment dans l'imagination des gens parce que l'enveloppe est différente et c'est là qu'on voit la force du marketing et de la communication parce qu'on a rien changé dans la cuisine on a juste mis un coup de peinture changer un petit l'identité visuelle du restaurant, les photos tout ça c'est fait chez moi, c'est une amie photographe qui a fait les photos dans mon appartement et on arrive finalement avec des petits moyens à faire quelque chose d'assez Restaurateur et qualitatif.

180 Donc juste en changeant ça ben les gens : « ha c'est meilleur, avant c'était pas bon », alors que c'est tout pareil mais bon ça on le dit pas. On voit que ça y fait beaucoup donc notre clientèle, c'est effectivement le midi, soit de l'étudiant, soit ceux qui habitent dans le quartier soit ceux qui rentrent chez eux manger le midi et qui travaillent pas ou alors des groupes d'étudiants ce qu'on avait pas avant. Ça c'est vraiment quelque chose qui nous fait plaisir parce que on a des étudiants de Paul Sabatier qui viennent à plusieurs en voiture, ils viennent

185 à deux, trois, quatre, ou cinq et ils viennent en groupe et ils viennent manger au Pimp My Burger. Des employés du quartier qui viennent manger : banques, assurances... On a des clients assez fidèles, on a même des gens qui viennent tous les jours, parce qu'on se rend compte que finalement aujourd'hui ils peuvent manger un burger et demain ils peuvent manger un sandwich, pain baguette qui sont assez consistant, ils peuvent mettre tout ce qu'ils veulent dedans, une salade... On a des clients très fidèles. Des ouvriers du quartier, soit qui travaille dans le coin, soit qui sont de passage et puis familiale, le midi un peu moins quand même parce que les enfants sont à l'école, des actifs et puis quelques personnes un peu plus âgées... qui seraient peut-être pas rentrés à l'époque du Jack's mais qui maintenant viennent. Donc on a vraiment tous âges.

190 Le soir, c'est un peu plus jeunes actifs, étudiants du quartier. Et en livraison, là je pense que c'est également très diversifiés : familiale comme actifs puisqu'on est sur un quartier étudiant mais pas que et du coup c'est très très diversifié.

195

Elève 1 - D'accord, et j'ai une question puisque vous me dites que vos clients sont très fidèles, vous avez une astuce pour les fidéliser, une carte peut être...

200 **Restaurateur** - Ha oui, une astuce oui, on a une carte de fidélité, je pense qu'ils reviennent d'abord parce que ça leur plaît, puis finalement je parlais de ces actifs ou de ces employés pour un ticket resto voilà... Ils ont un menu. Pour les étudiants on a le menu étudiant, c'est 1 euro de moins sur le menu de base parce qu'après on a différent type de menu XL, comme chez Mcdo un peu plus gros. Pour l'étudiant à 8 euros il a un menu de base avec un sandwich qui peut être quand même consistant, une boisson, un accompagnement pour 8 euros

205 donc c'est plus cher qu'au RU certes mais c'est pas beaucoup plus cher qu'un Mcdo ou un truc comme ça. Mais ici ils savent qu'ils vont faire ce qu'ils veulent avec un sandwich bien plus balaise que ce qu'il y a par exemple chez Mcdo.

Et puis la carte de fidélité qui est une petite carte pour l'instant qu'on tamponne qui est manuel, c'est pas quelque chose de numérique, c'est une solution mais je me suis pas encore penché sur la question avec la

210 petite carte à tamponner et au bout d'un moment on a une réduction.

Elève 1 – D'accord, très bien.

Elève 2 – Donc selon vous, vous pouvez nous définir la livraison à domicile ?

215 **Restaurateur** - Alors ça reprend un petit peu ce que j'ai dit au début, pour moi c'est vraiment le service qui consiste à amener le truc chez le client pour que le client reste sur son canapé, n'est rien à faire et puisse quand même déguster nos produits. Donc c'est ça et sinon c'est développer mon CA, je vais pas dire développer parce que je ne l'ai pas lancé après avoir ouvert mon restaurant, ça faisait partie entière de mon concept d'origine

220 donc finalement, je parlais du CA au début, je serais jamais ce que le CA serait sans la livraison. On peut pas dire on enlève la livraison et on a notre CA. Parce qu'il y a toute cette part de client qu'on livre mais qui finalement, viendrait chercher s'ils avaient pas le choix. Chez Mcdo il n'y a pas de livraison. Voilà, les mecs vont au drive ils vont le chercher, mais c'est vraiment amener notre service jusque dans l'intérieur de chez nos clients parce que nous on livre devant la porte, pas en bas du bâtiment, je veux vraiment qu'il y est un service,

225 je fais en sorte que mes clients enfin mes employés que ça soit en caisse ou en livraison c'est pareil parce que pour moi, même le livreur, il est en contact avec le client, il l'encaisse, il le sert donc il faut qu'il soit aussi souriant donc ça fait vraiment partie des choses qu'on explique aux employés même les étudiants. Tu as tout intérêt à être cordiale, à être souriant et poli parce que non seulement tu représentes le restaurant, et nous on veut que le restaurant... ben quand on arrive chez les gens ils se disent : « *Pimp My Burger* c'est des gens sympa », c'est qualitatif et en plus toi c'est du pourboire, et ça on s'en rend compte parce qu'il y a des livreurs, et c'est toujours les mêmes, qui font jamais de pourboire. Donc ceux qui ne font jamais de pourboire, font la gueule, donc voilà, c'est ça la livraison.

230 Conserver une part de mon CA, et aujourd'hui j'ai pas encore, je me suis pas encore suffisamment penché dans les calculs de rentabilité pour me dire allez on arrête. La livraison... on parlera peut être de chiffre après

235 c'est quand même un gros morceau pour nous, à moins que demain j'ouvre un restaurant en centre-ville et que je puisse me dire on fait suffisamment de chiffre pour pas s'emmerder avec la livraison. Pour moi c'est du CA et c'est du service à domicile. Je crois que je pourrai dire ça.

240 **Elève 1** – D'accord, très bien. Et pourquoi avoir décidé de développer la livraison à domicile de pas rester... seulement directement en restaurant ou à emporter ?

Restaurateur - Encore une fois ça faisait partie du concept, je pouvais pas ouvrir de Jack's sans faire de la livraison parce qu'à la limite à l'origine, et c'est le cas encore plus chez speed burger, on peut le voir avec leurs restaurants en général...

245 **Elève 1** - ...Il y a personne à l'intérieur.

Restaurateur - Il y a personne à l'intérieur, ils peuvent être dans des petites rues sans visibilité ils s'en foutent parce que justement ils veulent pas que leurs restaurants soit vu, d'ailleurs il ne vaut mieux pas le voir parce que ça donne pas envie. Je veux pas cracher sur la concurrence mais ...

(rires)

255 - Forcément moi, je vais voir les restaurants concurrents pour avoir un avis de ce qui font...ça fait partie du concept, chez *jack's express* c'était sur place et livraison, et eux c'était vraiment moitié moitié. Donc quand j'ai monté mon restaurant forcément, il y avait la livraison qui était dans le truc... j'ai eu une formation et ça faisait partie de mon concept, j'ai pas décidé de faire de la livraison à posteriori après avoir ouvert mon restaurant donc voilà pourquoi c'était vraiment quand j'ai choisi de faire *jack's express* c'est parce que ça faisait partie de leur concept et pour moi je trouvais génial, le fait de pouvoir apporter toute cette palette de produits différente encore une fois différent de la pizza chez le client. Moi, c'est la révolution je pense que c'est aussi ce que se sont dit les gens qui ont créé le concept à l'origine. Malheureusement c'est aussi ce qui a fait la perte du réseau c'est que c'est trop compliqué d'aller livrer des moules chez les mecs donc voilà c'est tout ce qui m'a décidé de le garder. C'était installer ça faisait partie du restaurant et puis, c'était quand même du chiffre d'affaires.

265 **Elève 1** - D'accord

Elève 2 – D'après vous, les attentes des clients, est ce que ce sont les même quand ils se font livrés que lorsqu'ils viennent dans votre restaurant ?

270 **Restaurateur** - Non, il y en a qui vont se rejoindre. C'est à dire pouvoir déguster nos produits. La livraison c'est parce qu'ils veulent pas bouger, et encore une fois je reparle de cette soirée, où on avait pas pu livrer à domicile, il y a quand même qui viennent pas chercher parce qu'on se rend compte qu'il y en a qui veulent pas bouger et si c'est pas nous ça sera un autre donc l'attente de ces clients-là est de rester sur leur canapé, passer un coup de fil et il y en a qui sont justement prêt à venir chercher, ça fait partie de notre concept. On va jamais leur dire : « non, on peut pas vous livrer » sauf s'ils ne sont pas sur notre secteur bien sûr. Mais parfois, s'il y a des délais qui sont importants, on se rend compte que les gens préfèrent attendre des plombes plutôt que venir chercher. On leur dit : « venez chercher au restaurant c'est prêt dans 10 minutes, sinon c'est 1 heure en livraison ». Le client nous répond « ha non ben je préfère me faire livrer », pas de problème il est prévenu, et il y a des clients qui sont plus tolérants. Il y en a qui sont que livraison et que livraison. Qu'on leur annonce du délai ou que ça arrive un peu froid, eux, ça sera que de la livraison. C'est pour ça, qu'on a des clients qui sont fidèles sur place mais aussi en livraison qui commandent tous les 2, 3 jours depuis 2, 3, 4 ans et puis, eux, on se rend compte que pour eux la livraison..., c'est là où je suppose que c'est pareil pour toutes les autres entreprises de livraison, ben ça arrive un peu froid et il y a des délais, mais eux ils s'en foutent.

285 **Elève 2** – En terme de qualité aussi... c'est différent quand même la livraison à domicile ...

Restaurateur - Ben forcément le burger, il a pas la même gueule au bout d'une heure... alors en général on annonce 1 heure mais il attend pas 1 heure au chaud, on essaie d'organiser, ça c'est le rôle de manager, c'est là où c'est pas évident comme concept, c'est qu'il faut lancer les livraisons au bon moment par secteur et pour faire en sorte que le produit fini il attende un minimum de temps entre le moment où il est fabriqué et le moment où il est livré mais forcément il est pas pareil que si le mec venait le manger sur place au bout de 2 minutes. Mais ça, je pense que le client il s'y attend, il est habitué à ça et puis ben il y a cette tolérance, alors forcément après il y a toujours des mecs, je vais pas dire les casse-c***** parce qu'ils ont le droit de pas être content mais c'est très souvent les mêmes mais dans l'ensemble je trouve qu'on a pas tant de plaintes que ça, par

295 rapport au volume de livraisons que l'on fait. Il y a des soirs où on a jamais de rappels et des soirs où on a des rappels parce que les gens : « bon ça en est où ? ». Parce que forcément on le ressent pas pareil quand on est client et quand nous, on le fait, quand on dit 45 minutes, le client il compte, il regarde 45 minutes « p**** c'est pas chez moi », 45 minutes bin il faut qu'il appelle. Encore une fois, c'est pas tous les clients, il y a les habitués, ceux qui ont une tolérance plus importante que d'autre si ça dépasse de 10 minutes ils s'en foutent, puis quand
300 ça arrive ils sont contents, ils mangent. Il y en d'autre c'est pas pareil, quand on leur a dit 45 minutes, c'est 45 minutes !!

Je crois que je me suis éloigné de la question d'origine !!

Elève 1 - A la base c'était qu'elles sont les attentes des clients ?

305 **Restaurateur** - Ha oui les attentes des clients. Les attentes, c'est forcément les livraisons, que ce soit le plus rapide possible, je pense que c'est le délai avant la qualité parce que ceux, qui se sont déjà fait livré, ils connaissent notre produit, et la frite quand on la mange ici ou en livraison c'est pas pareil. En livraison, c'est de la purée mais c'est comme ça, on a pas encore trouver le moyen de la livrer à moins d'avoir des caissons chauffants, ce qu'on a eu une période mais ça ne change pas grand-chose. Il n'y a pas de frites magiques, je
310 pense que ça tourne plus autour du délai et puis pouvoir se faire livrer du Pimp à domicile. Je pense que c'est vraiment les deux points principaux.

Elève 1- Au niveau des avantages et des inconvénients de livrer par votre propre biais ? Vous diriez qu'il y a plus d'avantages que d'inconvénients ?
315

Restaurateur - Il y a plus d'avantages que d'inconvénients, ça c'est sûr. Les avantages, c'est que c'est nous qui maîtrisons le process' du début à la fin.

320 **Elève 1** – D'accord.

Restaurateur - Et ça, c'est quelque chose que j'ai toujours voulu conserver, on va l'aborder sur d'autres questions plus tard mais c'est vrai que j'ai eu d'autres propositions, moi l'avantage c'est vraiment de pouvoir maîtriser notre sujet, on fait 50-60 couverts par soir. Et ça, on le fait depuis 8 ans donc je vous laisse faire le
325 calcul, ça fait quelques dizaine de milliers de livraisons donc voilà, on maîtrise notre sujet, je pense, et pour moi, ça c'est primordial parce que on parlait de ce mécontentement de clients qui se découle effectivement du fait qu'il y est des délais, si c'était pas nous qui le faisons je ne vois pas comment on pourrait être plus rapide donc pour moi, se serait encore pire. Donc, l'avantage c'est vraiment de maîtriser notre sujet, maîtriser notre process' de la prise de commande téléphonique, puisque ça aussi on en parlera après mais il y a eu...

330 Je suis passé par *Allo Resto*, je vois pas vraiment ce que ça nous a apporté, c'est pour ça qu'on a arrêté. De la prise de commande jusqu'à l'encaissement du client chez lui, on maîtrise le truc et on est quand même spécialiste de la livraison, pour moi, c'est primordial, pour moi c'est indispensable de faire ça. Les inconvénients, ben finalement le fait que ça passe par nous, je vois pas beaucoup, mis à part que je paye un livreur mais si c'était pas mon livreur ça serait un autre livreur et peut être que ça coûterait plus cher aussi. Je
335 l'avais regardé rapidement quand *Deliveroo* et l'autre truc me l'avait proposé, je voyais pas comment gagner de l'argent avec. Donc voilà pour moi c'est maîtriser le process' intégral, ça c'est l'avantage. Ben l'inconvénient c'est que, j'en vois pas vraiment, c'est que si il y a un accident c'est mon livreur à moi et c'est pas le livreur d'un autre mais c'est des trucs qui sont assez rare quand même. L'avantage financier, je me suis pas assez penché sur la question parce qu'il y avait ce process' qu'on ne maîtrisait plus du coup ne me convenait pas, mais je me suis pas penché vraiment sur le prix. Mais je vois pas comment ça pourrait coûter
340 moins cher de passer par un intermédiaire que d'avoir mon livreur, mais à voir !

Elève 2- D'accord. Vous avez quand même, *Deliveroo* et *Allo Resto* qui vous ont quand même proposé de travailler avec eux.
345

Restaurateur - Ouais, *Allo Resto* ils sont passés longtemps, ils ont laissé tomber mais il y a encore quelques années, ils passaient assez souvent et j'avais essayé avec *Go Resto*, je ne sais même pas s'ils existent encore

Elève 1- Non, cela on en a pas entendu parler.

350 **Restaurateur** - Alors *Go Resto* c'était le même concept, ils ont une plateforme, ils sont référencés sur internet et du coup, quand on tape « livraison sur Toulouse », je pense qu'ils avaient des mots clés différents : Burger, pizza mais c'est des antennes bien positionnées et on était référencé sur leur site avec toute notre carte et comme moi je voulais pas, c'est pour ça qu'on a jamais bossé avec *Allo Resto*.

355 En fait, aujourd'hui notre concept ici c'est une prise de commande simple : le client nous appelle par téléphone, on a un numéro de téléphone, et on prend la commande par téléphone, on a deux lignes, donc si c'est occupé sur la première, ça sonne sur la deuxième. Je pourrai en mettre plus mais au bout d'un moment je veux pas un standard non plus ! Et si on prenait plus de livraisons, je parlais du 50-60 livraisons, aujourd'hui, en fait on est pas capable de faire plus, par rapport à notre outil de production, donc c'est plutôt...

360 **Elève 1-** C'est plutôt une bonne moyenne

Restaurateur - C'est plutôt bien, dire ça plutôt que l'inverse ! Je préfère qu'on soit au maximum plutôt qu'on manque de client, on est pas en recherche de clients.

365 Il y a des soirs, je pense comme le dimanche soir où les clients tombent quand même souvent sur un téléphone occupé, le dimanche soir on a autant de monde sur place et à emporter qu'en livraison. Notre cuisine par contre elle est pas extensible, à un moment donné, on peut pas faire plus.

Du coup, prise de commande par téléphone, on a un site internet qu'on a fait le jour où on a changé d'enseigne, qu'on est devenu indépendant, où on peut préparer la commande mais il y a pas de commande en ligne.

370 **Elève 1-** D'accord

375 **Restaurateur** - Encore une fois, je pourrais le mettre en place mais... pour moi, c'était compliqué, j'avais l'impression que ça allait compliquer le truc. En plus, il y a des entreprises je crois que c'est *Pizza Pas cher*, maintenant je crois que eux ils font que ça, j'ai commandé chez eux une fois d'ailleurs. Si on appelle et qu'on commande par téléphone, il y a quand même quelqu'un, mais ça coûte plus cher. J'ai halluciné, j'ai pas commandé par internet, j'ai payé chez moi genre 10 euros de plus, 30 euros au lieu de 22 euros : « ha oui monsieur mais si vous nous appelez, c'est plus cher que si vous commandez sur internet », parce qu'ils veulent en fait, qu'il n'y est plus de gens au téléphone, ils veulent tout automatiser.

380 Nous, notre concept et quand même plus compliqué, on a une organisation, elle fonctionne bien comme ça, du coup, je veux que ça passe par téléphone, donc, il y a quand même une possibilité de préparer sa commande sur notre site avec un panier, on peut customiser pour essayer de gagner du temps au téléphone, pour que le client n'est plus qu'à dire ce qu'il a préparé, donc prise d'appel téléphonique, on sort un ticket, on le met en livraison et le ticket sort en cuisine et le manager organise tout ça. Parfois il y a 10-15 commandes en même temps en attentes et organisé par secteur. Le manager organise au fur et à mesure de la soirée en fonction de l'ancienneté de la commande, si elle a 15,30,45 minutes ça devient prioritaire et par secteur, nord, sud, est, on a l'habitude. Les livreurs, les managers ont connaît toutes les rues du quartier de notre secteur, on est capable rapidement d'organiser pour que les livreurs puissent partir avec 2,3,4,5 commandes mais qui sont ensembles. On va pas lui faire faire des allers-retours devant le restaurant ça serait inutile.

390 Notre but, ça reste quand même de livrer le client le plus vite possible même si on a des délais qui sont importants, encore une fois, si c'est une livraison avec 3 livreurs il faut qu'on soit organiser pour qu'ils partent avec les bonnes commandes, au bon endroit et qu'il les fasse dans l'ordre qu'on lui a expliqué parce qu'il y a l'ancienneté qui rentre en compte.

Donc tout ça, on le maîtrise parce que on a l'habitude et qu'on a notre process'.

395 *Go Resto*, ils nous appelaient par téléphone et finalement c'était comme un client pour nous. En fait, le client passait la commande sur leur site et eux, après ils nous appelaient comme si c'était un client : « Oui bonjour c'est *Go Resto*, on a une commande pour vous ». Le numéro de téléphone du client pour nous ça changeait rien, la seule chose que ça changeait ben c'est que ça me coûtait des frais, parce que *Go Resto*, sur un volume du chiffre d'affaires il y avait un pourcentage, je vais dire une connerie c'était peut-être 5 % et s'il m'apportait 1000 euros dans le mois ben je leur donnais 50 euros de frais. C'était peut-être pas ça, mais moi, je me disais
400 ben finalement ça nous apporte des clients en plus, qui n'auraient pas commandé d'eux même chez nous. Et puis en fait, comme je me suis rendu compte qu'on avait pas besoin de clients supplémentaires parce que nos clients directs étaient suffisants, et avec eux, ça se passait pas toujours bien donc je leur ai dit : « écoutez laissez tomber on arrête », ça nous servait à rien en fait. Et *Allo Resto* eux, ne voulaient passer que par de la commande automatisée, acheter dans mon restaurant une petite imprimante, il y avait un truc à installer, fallait toujours
405 avoir une fenêtre ouverte qui avertissait quand il y avait un message. C'était compliqué pour moi, c'était de la perte de temps et ça nous emmener des clients dont on avait pas besoin parce qu'on en avait suffisamment. Donc j'ai dit tous ces trucs là on laisse tomber, on a pas besoin.

410 *Deliveroo* je crois qu'eux ils ont une double casquette, je crois qu'ils ont aussi une plateforme sur laquelle on peut commander, j'ai une cliente cette semaine qui m'a posé la question, parce que je lui ai dit : « nous on a arrêté les livraisons à 13h30 on livre plus » mais elle m'a dit : « ha et si je passe par *Deliveroo*, est-ce que c'est bon ? ». Non, nous on arrête à 13 h 30, *Deliveroo* ou pas. Et eux, m'avaient proposé de mettre à disposition uniquement des livreurs. Ça veut dire que si un soir, on a des besoins même quand c'est ponctuel, parce qu'on a pas de livreur, je peux les appeler, ils envoient un gars et ils vont livrer pour nous. Ils nous facturent au

415 nombre de livraisons qu'ils ont fait. Mais là, je ne voyais pas l'intérêt non plus, nous on a des livreurs. Si on
en a un malade, on le remplace et je trouvais le process', pour moi, c'était de la perte de temps. On a nos
livreurs qui sont là, qui connaissent notre secteur, qui connaissent notre organisation, là c'est appeler *Deliveroo*
pour qu'ils m'envoient un type, pour aller faire 2,3 livraisons dans le quartier, où il va falloir qu'on lui
explique... Donc je ne voyais vraiment pas l'intérêt et comment ça allait pouvoir nous faire gagner du temps,
420 pour moi, ça allait nous faire perdre du temps. Après, j'ai pas de super retour de *Deliveroo* non plus, après je
les ai déjà vu tourner les mecs, je vois comment ça bouge derrière, je trouve super l'idée de livrer à vélo, j'ai
même acheté un vélo il y a deux ans en me disant on va faire de la livraison dans notre quartier le midi en vélo
pour le côté écolo, finalement le vélo c'est moi qui l'utilise c'est un vélo électrique, super.

(rives)

425 Mais, j'avais acheté des grosses sacoches sur les côtés mais à mon avis, déjà qu'en scooter, ça a bougé un petit
peu, enfin c'est les retours que j'ai eu aussi, ça a pas une bonne gueule à l'arrivée.

Donc, *Deliveroo*, je vois pas ce qu'ils pourraient nous faire gagner à part nous coûter de l'argent, parce que
forcément ça a des frais. Ils vont pas venir gratuitement, le temps qu'on les appelle, le temps qu'ils viennent,
il va se passer combien de temps ?

Aujourd'hui, nous on est en place, je vois pas comment *Deliveroo* pourrait nous apporter un plus.

430

Elève 1 et 2 - D'accord

Elève 1 - Au niveau de la réglementation vis à vis de la livraison, vous avez des... par exemple une tenue à
435 respecter ? Au niveau du moyen de transport ? De la température des plats ? Comment ça marche au niveau de
la réglementation ?

Restaurateur - D'accord, alors pour le scooter et le livreur déjà, ça ça vous intéresse ?

Elève 1 et 2 - Oui oui.

440

Restaurateur - Ben là, on a une tenue, on lui fournit la tenue, donc c'est la tenue réglementaire. Il y a un
casque, indispensable, homologué, tout ce qu'il faut, des blousons, on a des blousons d'hiver et des blousons
d'été, parce que l'été je veux éviter aussi qu'ils livrent en T-Shirt, parce que s'y ils tombent, même si c'est qu'à
30 km/heure. Ce sont des scooters qui sont bridés, ils vont à 45. On y gagnerait pas beaucoup de temps s'ils
445 étaient débridés et qu'ils allaient à 70, parce que finalement les distances sont relativement réduites. A part ça,
ça peut paraître plus long quand on est en ligne droite, « route de Narbonne » mais notre secteur il fait un plus
de 2,5 km de rayon, et quand les livreurs partent avec 4-5 livraisons par secteur finalement, entre chaque
commande il va peut-être se passer 2,3,4,500 mètres donc entre 35 km/h et 70, il y gagnerait 10 secondes mais
il y perdrait surtout en sécurité. Donc, on a des scooters qui sont bridés, là les tenues, des blousons d'été et les
450 blousons d'hiver. Ceux d'été qui sont plus légers au moins s'ils tombent, ils seront pas râpés partout, des gants
et voilà. J'essaie d'acheter les équipements, toute la tenue réglementaire, on lui fournit pour qu'il puisse
travailler dans de bonnes conditions, le tour de cou pour protéger le cou, les gants... Je vais pas leur acheter
leurs slips non plus mais je leur conseille l'hiver de mettre aussi un collant pour les jambes parce que
finalement, j'ai l'impression que c'est là où ils ont le plus froid, voilà la tenue réglementaire et indispensable
455 du livreur.

J'ai les scooters qui sont révisés fréquemment, c'est plus simple maintenant que je passe par Dépannage 24 qui
est un type de l'entretien et de la réparation à domicile avec qui bossent quasiment toutes les entreprises de
livraisons de Toulouse. Donc c'est super, on a juste à l'appeler, il vient... puis c'est quasiment toujours les
460 mêmes scooters qui reviennent, c'est des KYMCO. Il y a 2,3 marques qui reviennent souvent, donc c'est facile
à réparer, donc il vient, il me les entretient avant l'hiver, après l'hiver ou pendant s'il y a besoin, on veut que
l'outil de travail du livreur soit toujours bon : freins, pneus c'est tous ces petits trucs qui font que... Le boulot
de livreur, c'est un boulot à risque parce qu'ils sont mis en danger avec la circulation... Le midi c'est une
dizaine de livraisons, le soir c'est 50-60, donc c'est quand même beaucoup plus le soir la livraison. Mais le
soir c'est beaucoup de circulation, il fait sombre, là je viens de racheter de nouveaux blousons, ils sont tout
465 fluo de partout, ils sont pas moches mais c'est pas le truc en cuir mais c'est pour qu'ils soient bien vu et pour
qu'ils soient dans de bonnes conditions. Maintenant les accidents, ça peut arriver parce qu'il y a beaucoup de
monde, de la circulation, parce que parfois il pleut, on parlait du temps... Le boulot de livreur, c'est le meilleur
boulot l'été c'est le pire l'hiver !! On peut pas tout avoir mais en contrepartie il y a les pourboires 10-15 euros
de plus sur la soirée donc 15 euros c'est 1,30 heure de boulot en plus, gratos donc c'est quand même pas
470 négligeable. Mais des accidents ça peut arriver en en a eu 1 le mois dernier, fracture de la hanche, c'est le plus
grave qu'on ai eu en 8 ans. C'était pas de sa faute, mais c'est une voiture qui lui est rentrée dedans, il était pas
en tort. Donc la sécurité c'est indispensable. Dès qu'ils arrivent, je m'assure qu'ils aient déjà fait du scooter,
qu'ils aient le BSR ou un équivalent. Je me rappelle, au début, j'avais 2-3 étudiants africains qui étaient

475 livreurs, il y en un qui m'avait dit « oui je sais faire du scooter » je l'ai vu partir oh la la !! Et puis, j'en ai déjà
vu partir sans casque dès le premier jour, donc je leur ai dit de respecter les règles de sécurité, respecter le code
de la route, tout ça parce que c'est pour votre sécurité. L'entretien des scooters c'est important : les freins, les
pneus, parce qu'effectivement quand il pleut si le pneu est un peu lisse, un coup de frein... Donc même si le
480 gars il va à 10 à l'heure ben il peut se faire mal et les principales chutes qu'on a c'est à très basse allure, parce
qu'il freine sur un dos-d'âne, il freine sur une plaque d'égout... et il fait une petite chute, c'est pour ça que de
mon côté je leur dis « faites attention les gars !! ». Je leur fournis la tenue qu'il faut et entretenir le scooter et
faire en sorte que les scooters soient toujours optimaux.

Elève 1- D'accord.

485 **Restaurateur** - Parce que ça, c'est vraiment important et je pense que toutes les entreprises de livraisons le
font pas forcément et des freins ça se desserrent, ça c'est indispensable pour la livraison.

Elève 1- Au niveau de la box qu'il y a sur les scooters ça marche comment ? C'est isolé ?

490 **Restaurateur** - Alors oui et non, au début on avait pas ces scooters, quand j'ai monté mon restaurant Jack's,
ils avaient des scooters qui étaient des scooters chinois qui étaient très sympas, qui avaient une bonne gueule
mais qui tombaient tout le temps en panne et qui avaient ce caisson intégré aux scooters chauffant. Il y avait
un petit bouton, on appuyait, alors ça créait une petite chaleur à l'intérieur, il y avait le caisson et à l'intérieur
un autre sac un peu isotherme souple avec les parois en alu censé garder au chaud. On l'a utilisé un moi et on
495 s'est rendu compte que ça faisait pas grand-chose, que c'était tout le temps en panne et que ça nous servait pas
à grand-chose en fait.

Du coup aujourd'hui, c'est des caissons de base en plastique, il y en a juste un qui est en polystyrène qui est
un peu plus isolant que les autres et sinon ils sont pas chauffants. C'est des caissons de bases, ils sont tous
différents les uns des autres parce que je les ai pas achetés au même moment, au même endroit. Si je devais
racheter peut-être que ça serait ce modèle celui en polystyrène, c'est le plus isolant, mais bon, pas de système
500 chauffant. Nous on emballe, en fait nos hamburgers sont doublement emballés dans des emballages papiers
ingraissables, après on les remet dans une boîte burger, et ça c'est que pour la livraison. L'emballage à emporter
sur place il est différent, c'est dans un sac craft qu'on agrafe de base et on le met dans le sac.

Les livraisons, elles restent ici une fois qu'elles sont prêtes, encore une fois, l'expérience fait qu'on sait quel
livreur va arriver à peu près vers quelle heure. On sait que, lui, il est parti avec 3 livraisons, lui il est parti avec
505 5 livraisons. Il est parti faire ça ça ça... Moi je sais, le manager sait parce qu'il a l'expérience... que lui va
mettre 30 minutes, lui il va mettre 15 minutes, donc à partir de là on arrive à s'organiser avec les 3 livreurs et
à se dire, lui il est parti il y a tant de temps, il va arriver dans 10 minutes, on va commencer sa livraison dans
5 minutes, on garde chaud, faire en sorte que ... c'est ça qui est le plus dure en fait. Nous, on a un concept on
fait du sur place, de l'emporter et de la livraison et tout un tas de choses, mais le plus dur c'est vraiment
510 organiser cette partie livraison et faire en sorte que les sacs soit prêt au dernier moment parfois ça attend, parce
que, il y a des raisons X, et qui font que le livreur va mettre plus de temps, parce que le client n'a pas répondu,
parce que si, parce que ça... Parce qu'il y a eu un accident, il a du faire un détour, fin voilà il y a pleins de
petites choses inconnues qu'on ne maîtrise pas et qui font que parfois il va être plus long. Mais en général on
sait le temps qu'il va mettre, et il faut que quand il arrive ça soit prêt, et qu'il puisse repartir avec les
515 commandes. C'était quoi la question ?

Elève 2- Combien de temps un livreur met pour amener...

520 **Elève 1-** En moyenne ?

Elève 2- Après sachant qu'ils sont plusieurs aussi...

525 **Restaurateur** - Ouais, ouais après ça dépend effectivement, je peux pas compter le temps où il est absent du
restaurant parce que ça dépend s'il a une commande, il peut mettre autant de temps à faire 5 commandes qu'à
en faire 2, parce qu'il peut faire 5 commandes qui sont regroupés dans les rues de derrière et en faire 2 qui sont
au milieu de la fac de Paul Sabatier, dans des résidences étudiantes où il faut qu'il monte jusqu'en haut donc
voilà... Il faut qu'en moyenne, il y passe pas plus de 10 minutes par livraison.

530 **Elève 1** - D'accord. Et combien il fait de livraison en moyenne 1 livreur par soir ?

Restaurateur - Sur une soirée, un bon livreur il faut qu'il puisse faire 30 livraisons.

Elève 1 – 30

535 **Elève 2-** Ha ouais !

Restaurateur - Entre 25 et 30.

Elève 1 - Entre ... de quelle à quelle heure ?

540 **Restaurateur** - Si nous, on est bien organisé en cuisine et qu'on lui fait en sorte que quand il arrive, ça soit prêt et qu'elle soit bien organisée, parce que ça dépend pas que du livreur, ça dépend de nous aussi, alors effectivement on se rend compte qu'il y a des livreurs meilleurs que d'autres, c'est pour ça aussi que maintenant avec l'expérience, on est un peu plus indulgent et qu'on voit tout de suite si le livreur va être bon ou pas. De la même manière on voit tout de suite si une fille à la caisse va être... je dis fille mais ça peut être un garçon en

545 caisse, mais c'est vrai que c'est souvent des filles histoire d'avoir un peu de mixité parce qu'en livraison c'est souvent des garçons. Quand je passe une annonce je marque pas qu'il faut que ça soit un garçon, déjà j'ai pas le droit de le faire (*Rires*) mais c'est un boulot quand même un peu physique, beaucoup plus dur, c'est le soir, la sécurité, bon voilà, après on a des filles en cuisine, en caisse, on a des filles partout.

550 Euh... 25-30 livraisons, si nous, on le sert bien, on fait en sorte que le service livraison arrive et perde pas de temps parce que parfois on est tellement saturé en cuisine entre les livraisons, le sur-place. Ici y a des soirs, on peut faire 2 500 – 3 000 € de CA.

Elève 1 – Ah oui !!

555 **Restaurateur** – On peut faire 300 menus, c'est pas évident avec la cuisine qu'on a !

Elève 1 – Ah ça envoie !!

560 **Restaurateur** – Donc ça envoie parce que voilà, on a de l'expérience, j'ai des mecs qui bossent bien et en plus on enverrait plus si on avait que la carte mais la contrepartie de notre concept de customisation c'est forcément plus long à faire durant la prise de commande et en cuisine parce que il faut communiquer, le mec au passe doit se rappeler de tous les ingrédients dedans donc voilà c'est forcément le petit revers de la médaille mais c'est aussi ce qui fait qu'on cartonne aujourd'hui. Si on est bien organisé et que le livreur il arrive, il n'a pas à attendre qu'on finisse, ouais 30 !!

565 Le record, on a déjà un mec qui en a fait 40 dans la soirée, il arrive, il repart avec 5 commandes, si elles sont bien groupées euh... entre 19 h en général mais certains soirs comme les dimanches, je fais venir le livreur un peu plus tôt : 18 h 45 jusqu'à 22 h 30. Nous le restaurant ferme à 22 h 30 aux clients mais on arrête de prendre les livraisons à 22 h.

570 **Elève 1** – Oui pour avoir le temps de...

Restaurateur – Voilà, c'est ça, c'est un choix qu'on a fait avant quand j'ai ouvert mon restaurant on fermait le samedi à 23 h 30, 1 h plus tard ! Mais bon finalement on s'est rendu compte que y a toujours des gens mais moins donc ils ont qu'à commander plus tôt et puis voilà. Le personnel rentrait tard et j'en avais marre de finir à minuit tous les soirs donc voilà 22 h arrêt des livraisons après les clients qui appellent entre 22 h et 22 h 30, on leur propose de venir chercher leur commande donc voilà donc ce delta de 3 heures, 3 h et demi maxi, on peut faire 30 livraisons avec un bon livreur. Encore une fois, je parlais d'un bons et d'un moins bon livreur mais les bons on les reconnaît tout de suite, c'est les mecs qui ne perdent pas de temps alors déjà qui vont rapidement comprendre le fonctionnement, qui vont comprendre la carte (routière), on peut pas demander au livreur d'apprendre tout de suite les rues mais au bout de 2 semaines de tournées, il connaît les grands axes et après les petites rues, elles viennent petit à petit. Mais déjà sur le plan, en connaissant les grands axes, il sait que cette petite rue est parallèle à celle-la donc voilà, il arrive à se repérer. En général, on lui a maché le travail, on lui a préparé les livraisons dans l'ordre par rapport à l'itinéraire le plus intelligent, le plus pratique et par rapport à cette question des délais d'ancienneté. Donc lui, il n'a plus qu'à les prendre et les faire dans l'ordre donc il est rapide parce que euh...

585 Encore une fois, c'est pas sur le scooter qu'il est le plus rapide parce qu'ils sont bridés, ils vont tous à la même vitesse. Il gare le scooter, il va vite encaisser les clients avec le sourire toujours et il revient et puis voilà. Y en a d'autres, voilà je pense que... De toute façon, on sait lesquels c'est.

590 Nous en cuisine et en caisse dans le restaurant quand y a du rush, on envoie et le client il faut que ce soit pareil chez lui, il faut pas qu'il court mais limite voilà et ces livreurs là ils arrivent à faire beaucoup de livraisons avec beaucoup de pourboires et y en a d'autres qui font pas deux fois moins mais presque. Le but c'est d'avoir des employés qui sont performants mais, un bon peut faire 30 livraisons.

Elève 1 – D'accord. Est ce que vous pensez offrir un meilleur service de livraison à domicile que les entreprises qui passent par intermédiaire tel que *Deliveroo* ou autre ?

595

Restaurateur – Oui oui ben je pense que oui par rapport à notre volume de livraisons, un volume équivalent, je pense pas qu'on peut faire beaucoup plus. Euh peut être au niveau des délais, Speed Burger, j'en parlais tout à l'heure, eux font que de la livraison. Y a peut-être 5 % des personnes qui viennent chercher leur commande à emporter parce qu'ils sont pas desservis, il n'y a pas de sur-place. Nous, depuis qu'on a changé de concept, c'est du 60 - 40. 60 % sur place et à emporter et 40 % de livraisons donc on en fait moins, la tendance s'est inversée, c'est ce que je voulais mais notre volume de livraisons, lui, n'a pas baissé. Par contre notre CA a augmenté.

600

Elève 1 & 2 – D'accord

605

Restaurateur – Vous voyez le parallèle ?

Elève 1 & 2 – Oui oui

610

Restaurateur – Donc en fait avant on faisait 60 % de livraisons et maintenant on fait 40 mais avec le même nombre de livraisons. C'est vraiment le sur-place et le emporter où j'ai réussi à booster mon CA par contre on flotte en livraisons, on en fait même plus voilà tout a augmenté mais c'est la répartition qui a un peu diminué. La livraison est équivalente, 50 livraisons par soir avec notre cuisine et notre sur-place qu'on ne peut pas négliger aussi, la livraison ce n'est pas notre seule activité, on ne pourrait pas faire beaucoup plus.

615

Et *Deliveroo*, j'en parlais tout à l'heure, qu'est ce qu'il pourrait nous apporter ? Nous, notre livreur il en fait 30 donc moi je vais appeler un livreur de *Deliveroo* en vélo qui va me faire 30 livraisons. Moi NON, *Deliveroo*, c'est un service qui s'adresse pas au restaurant qui font déjà de la livraison. Pour moi, c'est pour des gens qui veulent se lancer dans la livraison ou qui en font de manière ponctuel. Peut-être des restaurants plus traditionnels qui veulent... Mais je vois pas pourquoi Domino's Pizza ou un Speed Burger se servirait de *Deliveroo* je vois pas ce qui a à y gagner à part du temps et de l'argent. Fin je l'ai pas compris, il faudrait que *Deliveroo* vienne me l'expliquer avec des chiffres mais je vois pas comment un type qui n'est pas du restaurant, qui connaît pas notre organisation, qui connaît pas notre secteur, pourrait de manière ponctuel venir et nous apporter mieux que ce que mes livreurs font. Mon livreur il arrive, il a ses 4 livraisons, il charge dans le scooter, « PAM », 30 minutes et ce mec en vélo il ne va pas se taper ces 4 livraisons en 30 minutes aussi efficacement.

620

625

Elève 1 – D'accord.

Elève 2 – Après est ce qu'il y a une réglementation spécifique pour la restauration livrée en TVA en... ?

630

Restaurateur – Non. Avant y avait une différence quand j'ai ouvert mon restaurant. Y avait 2 TVA : Y avait une TVA à 19,6 % et une TVA à 5,5 %. La TVA à 5,5 %, c'est pour ça que moi je..., avant d'ouvrir mon restaurant je me suis toujours demandé pourquoi c'était si important pour Mc Do de demander si c'était à emporter ou sur-place parce que Mc Do, eux, ils gagnaient à l'époque beaucoup plus d'argent lorsque vous emportiez la commande parce que si vous restez sur-place : 19,6 % et si vous emportiez c'était 5,5 % et les 13 points entre les deux dans leurs poches !! C'était pareil pour moi quand j'ai ouvert mon restaurant et c'est comme ça d'ailleurs qu'à l'époque un des Jacks avait eu un redressement fiscal parce que le fisc s'est demandé un jour : « Teh c'est quand même marrant que ce mec qui fait aussi du sur-place il est 99 % de ses commandes à emporter ». Ça c'est de la fraude fiscale donc voilà avant y avait 2 TVA. La livraison, ça rentrait dans le même panier que « le emporter » : 5,5 %. Y a que le sur-place, si le mec mangeait ici, c'était 19,6 %.

635

640

Après, tout est passé à 7 % et maintenant tout est passé à 10 %.

Elève 2 – Le sur-place et la livraison ?

645

Restaurateur – Tout. Il a qu'une TVA maintenant. Que ce soit livraison, sur-place ou à emporter tout à la même TVA, y a plus de distinction. Donc y a eu un moment où tout est passé à 7 % pour rééquilibrer un petit peu et pour donner un coup de pouce à toutes les entreprises de restaurant traditionnel qui, eux, c'était 20 % *BAM* et c'était passé à 7 %, histoire de relancer après la crise y a 4 – 5 ans. Après ils ont remis une TVA à 10 % pour tout le monde et peut-être que ça changera avec le nouveau gouvernement ! La TVA, c'est vrai que c'est quelque chose sur lequel on peut jouer, qui peut faire ben soit on gagne un peu plus d'argent soit on en gagne un peu moins. Et après, tout dépend de la politique de prix qu'on décide de faire, si on décide de répercuter ou pas la TVA. Moi je l'ai jamais fait. C'est à dire que quand la TVA a augmenté, j'ai gardé les mêmes prix, c'est

650

moi qui est décider de rogner un peu sur ma marge et je les ai un peu augmenté l'an dernier parce que finalement en 8 ans, mes prix n'avait jamais augmenté. J'ai augmenté de 20 centimes, c'est pas violent !!

655 **Elève 1 & 2** – Non.

Restaurateur – Mais c'est sûr que voilà... C'est pour ça qu'en ce moment y a toutes les questions... Il va y avoir les élections et voilà dans les programmes c'est des choses dont ils parlent la TVA. Parce que forcément si ils augmentent la TVA généralement ce qui se passe c'est que, et là je parle de manière général pas que de la restauration, le commerce, la grande distribution... Si la TVA augmente, les prix augmentent parce que les industriels, les distributeurs n'ont pas envie de perdre moins d'argent. Donc *BAM*, ils le répercutent sur les... et c'est le consommateur qui paye mais ça il est pas obligé de le répercuter hein, on verra ce qui se passera mais si la TVA augmente, c'est vraiment chaque enseigne, chaque restaurant qui décide ou non de répercuter la TVA.

665

Elève 2 – Et en terme d'hygiène, y a des choses à respecter ?

Restaurateur – Dans la livraison ?

670 **Elève 2** – Oui dans la livraison oui.

Restaurateur – J'en sais rien. (*Tout le monde rit*) Euh nous on emballe ici, donc ici c'est fait dans les conditions d'hygiènes normales, on a déjà eu des contrôles donc on fait le sandwich, on l'emballe, à partir du moment où il est emballé dans le sac craft, on le met dans le caisson et voilà. Après le livreur il se lave pas les mains pendant la livraison, je vous le cache pas mais il touche pas la nourriture non plus, c'est dans le sac. Il manipule l'argent donc voilà, je dirai que non pas particulièrement.

675

Elève 1 – D'accord. Et on voulait savoir est ce que vous avait ressenti un impact depuis l'arrivée des entreprises de livraison à domicile par intermédiaire telles que *Deliveroo*, est ce que vous avait vu une différence au niveau...

680

Restaurateur – Au niveau de mon chiffre non puisque il est le même, il continue d'augmenter. Oui continuer de venir, ça permet d'augmenter mon chiffre tant mieux. Non j'ai pas vu de différence euh... Non. Moi ce qui pourrait faire la différence, c'est vraiment l'arrivée de nouveaux concurrents ce que je disais tout à l'heure mais ces entreprises là, est ce qu'y a autre chose que *Deliveroo* ?

685

Elève 2 – Oui y a *Allo Resto*

Restaurateur – Ah *Allo Resto* aussi fait de la livraison, ils ont leurs propres scooters ?

690

Elève 1 – Non

Elève 2 – Si si si

695 **Restaurateur** – Mais je crois parce que je crois avoir vu un scooter avec écrit *Allo Resto* sur son caisson.

Elève 2 – Oui *Allo Resto* ils sont en scooters et *Deliveroo* sont en vélo, eux.

Restaurateur – D'accord donc pour moi non. Parce que pour moi, ces entreprises, je parle vraiment du service où ils viennent chercher et ils livrent pour le compte du restaurant. Moi ce service-là, il s'adresse plus à des gens qui ne sont pas spécialistes de la livraison et du coup c'est mec là pour moi, c'est pas mes concurrents. C'est peut-être quelqu'un qui va faire du burger mais du burger plus traditionnel, plus gourmet, plus cher, pour moi, c'est pas le même positionnement donc non j'ai pas vu de différence.

700

705 **Elève 2** – D'accord. En termes de chiffre, combien ça vous a coûté tous les scooters que vous avez acheté et aussi le personnel pour la livraison ?

Restaurateur – Alors les scooters, c'est des scooters KYMCO, je crois qu'ils me coûtent 1 300 € pièce TTC, ça c'est quelque chose que j'ai toujours pas compris ! Et j'ai demandé à mon comptable de le vérifier parce j'ai eu quand même beaucoup de sons de cloche différent.

710

On parlait de TVA tout à l'heure, moi ce qui m'a toujours été dit par mon comptable et visiblement aussi après vérification auprès du centre des impôts, on peut pas récupérer la TVA sur l'achat de scooters et sur tout ce qui est attiré aux scooters. Je m'explique. Je sais pas pourquoi, dans la loi c'est pas fait comme ça. Moi si j'achète un véhicule ou n'importe quelle entreprise qui fait de la livraison avec une voiture, achète un véhicule de société. Il faut qu'il soit Diesel déjà sinon on peut pas récupérer la TVA et il faut qu'il soit société donc 2 places. Dans ce cas-là, on peut récupérer la TVA. Vous savez ce que c'est la TVA ?

Elève 1 – Oui oui on a vu un peu ça en gestion.

720 **Restaurateur** – Donc en fait moi je vends des produits, je récolte de la TVA c'est à dire je vends mon produits 9 € et sur c'est 9 € il faut que je reverse une partie de TVA aux fiscaux et à côté de ça, j'achète des marchandises. Je vais faire mes courses, j'achète, je paye TTC et du coup je paye de la TVA donc à la fin du mois, avant j'étais trimestriel mais maintenant que je fais plus de chiffre je dois déclarer la TVA de manière mensuel. Donc mon comptable fait un exercice comptable et il fait la différence entre ce que j'ai collecté et ce que moi j'ai payé.

725 Et du coup cette différence, ben je dois la verser. Avant quand je marchais moins bien, quand j'étais en galère, là je n'en payé pas car ça s'équilibrait mais maintenant que je marche beaucoup mieux, je paye de la TVA parce que je vends plus que ce que j'achète. C'est bon signe !

Je paye de la TVA par contre, on parlait de récupérer cette TVA sur mon véhicule de société voiture, quand je vais faire de l'essence je paye de la TVA et je peux la déduire. Mais ça sur les scooters, c'est pas possible.

730 Quand j'achète un scooter, je le paye TTC et je ne peux pas récupérer la TVA parce que le fisc dans ses règlements ben ne considère pas le scooter 50 centimètres cube comme un véhicule de société.

Je vais pas réécrire la loi mais c'est comme ça. Du coup, c'est dommage parce que c'est pas pour le plaisir, c'est un outil de travail. Donc ça, je l'ai toujours pas compris. Peut-être que la loi va changer entre temps en tout cas j'espère que c'est rétroactive parce que j'ai beaucoup de factures à me faire rembourser. Du coup on

735 le paye plein pot. L'essence pareil, c'est du Sans Plomb, ben je peux pas récupérer la TVA sur l'essence donc ça c'est dommage.

Elève 1 – L'entretien ?

740 **Restaurateur** – L'entretien pareil. Ah non euh je sais pas pour l'entretien, non je crois qu'en théorie je peux pas non plus parce que ça concerne le scooter donc le réparateur me fait une facture TTC, je dois payer la facture TTC, je peux pas récupérer sa TVA. C'est dommage parce que si demain la loi change et nous dit : « Ben vous pouvez récupérer la TVA sur votre scooter, son essence, son entretien », pour le coup ça deviendra beaucoup plus intéressant pour nous. Ça deviendra un peu plus rentable. Je vais pas pourvoir vous donner des chiffres pas parce que c'est confidentiel mais parce que je n'en ai aucune idée. Je sais que le livreur que je paye au smic euh... En fait voilà ça fait parti des choses depuis des années que je veux rentrer dans les chiffres. Savoir combien me coûte une livraison, quand je fais la moyenne voilà de ce que me coûte le livreur, l'essence... Je sais pas, tout ce que je sais, c'est que ça coûte de l'argent !! Et que c'est beaucoup plus rentable pour moi que ce soit le client qui vienne chercher sa commande que ce soit nous qui livrons. En plus la livraison est gratuite. On livre juste... on demande un minimum de 12 €, avant c'était 10 €, j'ai déjà augmenté un petit peu parce que bon on avait trop de commandes à 10 € au fin fonds de la FAC, ça faisait C****. Parce qu'encore une fois, c'est un service gratuit donc si le mec vient le chercher ben voilà pour moi je gagne plus quand il vient le chercher que de payer un livreur donc ça peut devenir vraiment pas rentable du tout.

745

750

755 **Elève 2** – D'accord et peut-être plus tard, vous ne voulez pas mettre la livraison payante ? Vous pensez que vous allez perdre de la clientèle en mettant la livraison payante ?

Restaurateur – Ouais. Peut-être plutôt augmenter encore un peu mon prix, donner un minimum de 15 € mais du coup on perdra aussi des clients parce que je peux comprendre qu'un étudiant est pas envie de mettre 15 €. Alors un menu c'est 10 €, après bon ben en général il rajoute un dessert, un petit surplus. 15 € je comprends que ça commence à devenir et ces clients-là, ben si ils ne peuvent plus chez nous, il ira effectivement commander chez la concurrence. Je sais pas mais peut-être il faudra qu'on fasse les calculs

16 secondes de blanc, les élèves cherchent des questions

765 **Elève 2** – Est ce que vous pensez que la livraison de repas à domicile, c'est une mode ou c'est vraiment un avenir pour la restauration, plus tard ?

770 **Restaurateur** – Non parce que c'est pas nouveau, fin ça fait des dizaines d'années que ça existe. C'était essentiellement tourné autour de la pizza avant, pour moi ce qui a changé mais je peux pas parler de mode,

c'est que d'autres secteurs, d'autres types de cuisine s'y mettent aussi. Après, pour le soir en tout cas, je vois pas pourquoi demain les gens se dirait plus, on va prendre une voiture et puis on va se déplacer, moi non c'est destiné à se développer encore plus. Et ça, les mecs comme *Allo Resto* ou *Deliveroo*, ils le savent, c'est pour ça qui se lance sur ces créneaux où eux ne font même pas de cuisine, ils proposent juste le service et c'est pour
775 ça justement que je disais que ce service-là est destiné aux gens qui ne font pas de livraisons. Et c'est là où pour moi le créneau justement de la livraison à domicile ça va exploser encore plus parce que justement maintenant on permet à ces entreprises qui étaient pas spécialisées, à ces restaurants qui ne faisaient pas de livraisons, on leur permet de développer un petit peu, c'est vraiment ça qu'à apporter pour moi ces entreprises :
780 *Allo Resto* et *Deliveroo*. Donc non non, ce n'est pas plus tendances au contraire, j'ai pas de chiffres mais vous les avez peut-être et ça m'intéresserai, si vous avez un résumé. Dire comment à évoluer cette livraison ces dernières années. Non c'est pas une mode et ça va exploser, ça sera de pire en pire, de mieux en mieux !

Elève 2 – Du coup vous pensez que c'est très dangereux pour les restaurants ? Parce que il vont perdre du coup de la clientèle, si ça explose justement.
785

Restaurateur – Après, je pense que non, je pense que c'est pas la même démarche, à mon avis ce qui explose malheureusement c'est que les gens font aussi beaucoup moins à manger qu'avant. Surtout si ils peuvent avoir des choses un peu plus élaborés que du burger ou de la pizza à domicile, c'est le cas parce que y a des restaurants plus gourmets qui font de la livraison. Mais pour moi ce n'est pas la même démarche, à la limite, quelqu'un qui se fait livré, c'est quelqu'un qui n'irait plus chercher à emporter et pour moi les restaurants, quand on a une démarche d'aller manger au restaurant et se mettent à table avec sa famille ou avec sa copine ou autre, c'est parce qu'on a envie de le faire, on veut sortir. Non pour moi, c'est quelque chose de différent, la part qui va augmenter de se faire livrer, c'est des gens qui seraient restés chez eux de toute façon et qui se serait fait des pâtes ou autres choses mais qui aurait peut-être pas commandé un burger non plus. Alors forcément ça aura un petit impact sur les restaurants mais non je pense que quand on veut aller manger au restaurant et sortir, on le fait. On appelle pas *Allo Resto* pour se faire livrer autre chose. Pour moi, c'est deux démarche différent c'est pour ça que je pense pas que ça impactera beaucoup les restaurants traditionnels sur-place. Pour moi, c'est vraiment du supplémentaire, j'ai envie de dire malheureusement pour les gens parce que voilà, on fait de moins en moins à manger chez soi et heureusement pour les entreprises de livraisons qui pourront développer un créneau supplémentaire en livraison je pense.
790
795
800

Elève 1 & 2 – D'accord.

Elève 1 – Je voulais savoir, en terme de CA par rapport au CA total que vous avez dans votre restaurant, la part que représente la livraison à domicile.
805

Restaurateur – 40 %. Maintenant c'est ça : 60 % à emporter et sur-place, je le mets dans le même panier. Mais la livraison, je le mets vraiment à part, livraison domicile 40 %.

Elève 1 – D'accord. Donc vous pensez pas faire appel dans les prochaines années à *Deliveroo* ou autre ?
810

Restaurateur – Non, là ce que je veux c'est que ça passe de 40 à 30 %, 20 %, mais en gardant le même chiffre. Voilà je suis peut-être pas le bon exemple mais je suis pas quelqu'un qui veut développer la livraison mais comme aujourd'hui ça rapporte 400 000 € par an, je ne peux pas m'en séparer surtout qu'on la maîtrise plutôt pas mal, encore une fois si demain je veux développer un autre restaurant placé différemment avec beaucoup plus de potentiel sur-place et à emporter peut-être que je ferais pas de livraison. Parce que effectivement en me débarrassant de la livraison, je m'enlèverai une grosse épine du pied : déjà beaucoup de frais et beaucoup de soucis parce que voilà les soucis, c'est la sécurité des livreurs, c'est tout ça quoi. C'est les mécontentement des clients parce que je le vois sur les réseaux sociaux hein, essentiellement les mécontentements découlent souvent de la livraison : ça a été long, c'était froid... et encore une fois, je parlais de mécontentement par rapport au volume qu'on fait, on fait voilà 10 000 livraisons par an, c'est pas vrai je sais pas exactement mais si on a 10 mauvais avis sur la livraison sur l'année, je trouve pas que ce soit énorme.
815
820

Elève 1 – Les mauvais avis vous les avez sur les sites tels que Tripadvisor ou c'est les clients qui vous appellent ?
825

Restaurateur – Non non, ouais c'est ce genre de site là, parfois sur notre page Facebook, heureusement on a aussi de bons avis mais malheureusement les gens mettent beaucoup plus facilement des mauvais avis que prendre le temps d'aller mettre un bon avis. Ça fait partie du jeu c'est pour ça que je suis obligé de prendre en compte les mauvais avis, savoir ce qui c'est passé parce que pour nous, chaque client est important mais
830

malheureusement voilà des mauvaises expériences on est obligé d'en avoir, des gens pas contents y en aura toujours mais à côté de ça y a tellement de contents, on fait avec. Mais on crache pas sur les gens qui sont pas contents non plus, on ne les insulte pas et voilà. On s'excuse, on est désolé de votre mauvaise expérience. C'est sur que ça nous fait mal quand quelqu'un dit « j'ai commandé chez Pimp et j'ai été malade », nous voilà
835 personne d'autres n'est venu se plaindre qu'il a été malade, les employés bouffent tous les jours ici et sont jamais malades, peut-être que c'est autre chose, peut-être que c'est un truc qu'il a mangé à midi ou peut-être qu'il a la gastro ou... Mais bon voilà c'est comme ça et forcément quand on a un mauvais avis comme ça, les gens viennent les voir et...

840 **Elève 2** – J'ai oublié de vous demander tout à l'heure, les livreurs sur les scooters, est ce qu'ils ont une assurance spéciale ? Quand ils leur arrivent un accident ou...

Restaurateur – Ils sont assurés. C'est l'autre assurance du restaurant. Donc moi, je suis bien sûr obligé quand j'ai un scooter d'avoir une assurance, une assurance professionnelle qui assure le livreur qui est dessus et qui
845 n'est jamais le même. L'assurance n'est pas nominatif quoi, c'est pas un scooter par livreur. Un livreur peut prendre n'importe quel scooter, le scooter est assuré voilà. J'ai eu de la chance d'avoir pu m'assurer il y a encore quelques années quand c'était... D'avoir gardé quasiment les mêmes contrats donc j'ai la chance d'avoir des assurances tout risque, ce qui est pas évident de trouver maintenant et ce qui est beaucoup beaucoup
850 beaucoup plus cher que ce que je paye. Donc c'est pour ça que je garde mon assureur et voilà. Je pense qu'on a des accidents mais si il nous a encore gardé comme clients, qu'il nous a pas viré c'est que on doit pas en avoir tant que ça et on doit rentrer dans ses frais. Mais on a des assurances bien sûr et quand on a des accidents, l'assurance rentre en compte et si c'est un accident et ben c'est un accident du travail. Donc pareil, au niveau de la Sécu, c'est traité différemment et c'est considéré comme accident du travail. On en a rarement mais on en a.

855 **Elève 1 & 2** – D'accord.

Elève 1 – Au niveau de ce restaurant, vous avez dit que c'était un restaurant indépendant alors avant vous faisiez partie d'une chaîne ?

860 **Restaurateur** – Avant j'étais dans une franchise.

Elève 1 – Une franchise. Et donc, vous vous verriez créer une franchise de *Pimp My Burger* et vous implanter ailleurs ? Dans Toulouse ou...

865 **Restaurateur** – J'y ai pensé hein mais moi j'ai fait partie d'une franchise et j'ai vu comment ça se passait pendant des années donc oui pourquoi pas mais j'ai aussi eu 2 restaurants et ça demandait beaucoup de travail. Aujourd'hui, mon restaurant, j'y travaille beaucoup moins et j'en vis bien donc voilà pourquoi pas mais on verra l'année prochaine.

870 J'étais pas prêt à me donner des soucis supplémentaires et du travail supplémentaire après je sais qu'il y a du potentiel parce que quand on a vu ce qui c'est passé ici, qu'un simple concept peut nous permettre de développer un chiffre de manière... En faisant les mêmes produits, je disais tout dépend du concept et de l'enseigne. Là on se rend compte que c'est le cas. Donc je sais que demain je mets un autre restaurant ailleurs, ne se resque sur Toulouse, je sais que ça va marcher parce que je pars pas dans l'inconnue, je pars dans quelque chose qui existe déjà, qui a montrer qu'un concept pouvait booster un CA comme ça. Dans mon réseaux, je
875 parlais de 5 restaurants dans Toulouse, ils ont aussi changé d'enseigne, ils marchent plus ou moins bien mais le restaurant que j'ai vendu à Aucamville, le gars a changé de concept, il a pas multiplié son chiffre par 2, pourtant il fait les mêmes produits donc c'est ce qui prouve que le concept pourrait tout faire.

880 Donc oui une franchise pourquoi pas ou une autre formule de développement parce qu'il n'y a pas que la franchise qui existe. Après si je devais le faire, j'ai l'expérience d'avoir été franchisé, je sais ce que je referais pas à mes franchisés mais pourquoi pas, je pars pas dans l'inconnue. Voilà moi je suis pas professionnel, je suis chef d'entreprise, j'ai fait du marketing avant, j'ai fait du commerce, j'ai pas fait de cuisine mais on fait des choses que voilà, je pourrais appréhender et je suis jeune donc ça pourrait être un défis plus tard tant qu'il y a encore de la place parce que c'est vrai qu'il y a de restaurant qui arrive. Y en a aussi qui ouvrent et qui au bout de 1 – 2 ou 3 ans et ben ils ferment, c'est ce qui c'est passé avec mon ancien réseaux et ce que je vois aussi
885 avec beaucoup de réseaux parce que, parce que c'est pas évident la restauration et de perdurer, se n'est pas évident non plus donc ça demande beaucoup de travail, beaucoup de rigueur et je parlais de Mos Burger qui avait une offre pas mal et qui a tenu que quelques années, à mon avis... Je parlais de Mythic Burger, c'est quand même La Boîte à Pizza qui a voulu lancer son enseigne de Burger qui a permit soit on monte un Mythic

890 tout seul soit on a La Boîte à Pizza et on a Mythic mais ça reste quand même deux entités séparés, je crois qu'ils sont pas très bien.

Elève 1 – ça marche pas tout le temps, il faut avoir un bon concept, il faut...

895 **Restaurateur** – Ben faut avoir un bon positionnement parce que Mythic a fait l'erreur de, je prends leur exemple, de vouloir proposer du burger gourmet en livraison, moi quand ils ont ouvert, je savais tout de suite que ça n'aller pas marcher parce que au bout d'une heure, le burger qu'il soit gourmet ou pas, il a une salle gueule et il va être dégueulasse. Et par contre avec des prix de burger gourmet donc euh voilà, se faire livrer un Pimp c'est déjà 10 € le menu bon ben et là-bas si on veut 2 steaks, c'est 20 €. Ils ont un peu baissé leur prix parce qu'ils se sont rendu compte que...

Elève 1 – C'était un peu élevé !

905 **Restaurateur** – Mais voilà, ça marche pas trop parce que j'ai vu leur chiffre et voilà. Quand on voit le support de communication qu'ils ont derrière, La Boîte à Pizza c'est des millions, nous on est un pauvre restaurant de quartier avec des photos que je fais dans ma maison et on marche mieux qu'eux. Donc c'est pour ça qu'il fait tout et le service parce que voilà, moi j'ai des bons managers aujourd'hui, j'ai confiance en eux et ça n'a pas été toujours le cas et voilà les premières années quand j'étais pas là, je voyais mon chiffre baisser parce que il faut avoir une rigueur et ça se joue à rien hein. Nous on a des délais qui sont importants, le soir, on a parlé des délais mais en moyenne on annonce aux clients 45 min – 1 h.

Elève 1 – Et les gens ils sont quand même prêt à attendre !

915 **Restaurateur** – A prendre ou à laisser. Comme ça pas de problème, ils sont prévenus, ils attendent 1 h.

Elève 2 – Et vous avez beaucoup de gens disent non?

920 **Restaurateur** – Non, après 45 min je pense que c'est le délai moyen, mais en fait maintenant, c'est devenu plus 1 heure, voilà c'est comme ça. On fait autant de livraisons qu'avant, au moins nous ça nous permet de gérer un peu plus et d'avoir un peu plus de marge pour effectivement envoyer ces livraisons. Mais voilà, c'est une heure. Encore une fois c'est pas une heure entre le moment où on prend la commande et le moment où on la livre enfin le moment où on la fait et on la livre, on annonce une hure mais peut-être que la commande, on va la faire 5 minutes avant que ça parte pour que se soit chaud. Et ça c'est la difficulté de la livraison et de l'organisation si on veut que le sandwich arrive à peu près chaud et dans de bonnes conditions. C'est ça qui est dur à maîtriser dans un concept comme le notre. Et ça ben j'ai mis du temps avant de le maîtriser mais aujourd'hui, faire 60 livraisons, c'est pas mal !

925 Encore une fois, sur du burger, ce n'est pas de la pizza ! La pizza, on garnit, on enfourne... et ici, il faut mettre le burger, faut mettre les frites, faut mettre les accompagnements, faut mettre les boissons, fin c'est pas facile !

930 **Elève 1** – C'est du travail ! D'accord, bon j'ai pas d'autres questions.

Elève 2 – En employés, vous avez dit tout à l'heure que vous aviez une vingtaine d'employés ?

935 **Restaurateur** – J'en ai 19. Voilà, en équivalent temps-plein, ça fait 10 et demi. Si on rapporte à 35 h, c'est comme si j'en avais 10 et demi à 35 h mais parce qu'on a beaucoup de personnes à 10 h, 15 h.

Elève 1 – Ils sont là que le week-end ?

940 **Restaurateur** – Non fin oui, d'autres jours, on a un planning fixe cette année, c'est ma nouveauté aussi parce que je passais des plombs à faire les plannings toutes les semaines pour les souhaits des uns et des autres mais maintenant, c'est terminé. Les mecs, ils arrivent, on a besoin de ces jours-là, ces jours-là, à prendre ou à laisser. Donc y a une partie d'étudiants qui est quasiment la moitié de l'effectif, et y a d'autre personnes comme Lucile, Abou qui est arrivé tout à l'heure qui sont à 35 h voilà, qui sont eux sur des contrats plus importants. Mais les contrats de 10 ou 15 heures ce sont des étudiants qui restent ben soit 1 an, soit 2 ans, soit 3 ans, on a des étudiants qui font tous leurs cursus parce que ils ont un boulot qui leur convient bien, parce qu'ils ont un revenu supplémentaire et que ici bon ben voilà c'est une ambiance un peu jeune, y a beaucoup de jeunes donc ils sont contents. Donc voilà, on essaye quand même d'embaucher des gens qui restent au moins 1 an, je parle des étudiants. Ça ne m'intéresse pas d'embaucher quelqu'un pour un mois, on fait que des CDI ici. Et quand la personne a terminé ses études ou elle veut partir pour X raisons, elle démissionne.

- 950 **Elève 1** – D'accord
- Elève 2** – Et ces étudiants en général, ils sont serveurs ou ils sont en cuisine ou... ?
- Restaurateur** – Tout.
- 955 **Elève 2** – Ah tout !!!
- Elève 1** – A part livreur ? Vous évitez d'avoir des étudiants livreurs ?
- 960 **Restaurateur** – Ah si si justement !
- Elève 2** – Ah oui !!!
- Restaurateur** – C'est essentiellement des livreurs et essentiellement des étudiants justement, ben c'est le boulot ou y a le... Être bon en cuisine, même si c'est que des burgers, c'est pas, il faut quand même un peu de pratique.
- 965 **Elève 1** – Oui un peu de maîtrise oui !!
- 970 **Restaurateur** – Il faut quand même un peu de pratique. Ça peut être un étudiant, on en a eu et on en a mais c'est beaucoup plus facile d'être opérationnel en livraison rapidement, il suffit de savoir conduire un scooter. En caisse, c'est pas compliqué non plus, on a des étudiantes mais voilà il faut quand même être dynamique. De toute façon ici, le mot d'ordre c'est dynamique après l'expérience c'est mieux mais non y a pas besoin d'expérience, c'est essentiellement des livreurs étudiants. 3 soirs dans la semaine ou 4 soirs, ça dépend du
- 975 nombre d'heures. 10 – 15 – 20 h certains étudiants si ils ont pas trop de cours.
- Elève 1** – Vous comptez étendre votre zone de livraison ?
- Restaurateur** – Non
- 980 **Elève 1** – Non ? Pas du tout ?
- Restaurateur** – Non.
- 985 **Elève 2** – Vous êtes à combien à peu près ?
- Restaurateur** – On la réduit même ! On la réduit avec le temps d'ailleurs il faut que je réponde à quelqu'un sur Facebook qui comprend pas pourquoi on le livre plus. On a pas diminué en fait, ça fait 3 ans et demi depuis que j'ai changé l'enseigne que le plan de livraison n'a pas changé mais avant on dépassé un petit peu. Donc là, ce client, il faut que je lui explique que on peut plus le livrer parce que voilà on a décidé de se cantonner à notre vrai secteur de livraisons et qu'on ne peut plus faire de hors-secteur parce que vous avez vu les délais, 1 heure euh... Donc finalement, y a des endroits où on allez avant où on ne va plus, il est hors de questions de l'agrandir parce que ça serait avoir encore plus de délais. On va pas le diminuer mais bon il est pas vraiment, c'est pas un rayon hein. Donc voilà si vous allez sur notre site, vous allez voir qu'il est vraiment découpé euh...
- 990 **Elève 1** – Oui Saint-Agne, Rangeuil...
- Restaurateur** – Voilà après y a des limites naturelles comme le canal donc c'est ça qui fait que c'est pas un rond, le canal, le pont du stadium, le métro Paul Sabatier, là c'est pas vraiment la Garonne parce que finalement Empalot on y va pas et que c'est la cité et que ça craint un peu. Voilà, je veux pas mais au début j'ai essayé mais quand j'ai vu que à chaque fois le livreur il se faisait emmerdé en bas des immeubles, et que y a des racks qui traîne et qu'ils faisaient C**** le livreur, on a jamais eu de problèmes mais bon voilà, à partir du moment où les livreurs me disent « Ouais y avait des mecs, ils font un peu C**** ». Avant de créer le problème, je préférerais... De toute façon, y a jamais eu d'appel... Du coup voilà, c'est fait comme, ça évite Empalot, on a un
- 1000 secteur qui est quadrillé et qui fait au maximum en longueur 3 Km si on va vraiment au métro Paul Sab. Qui est la limite de là-bas et là c'est Palais de Justice.
- 1005 **Elève 1** – D'accord, très bien.

- 1010 **Restaurateur** – Donc non pas question d’agrandir le secteur.
- Elève 1** – En même temps, vous avez déjà assez de livraisons donc vous avez pas besoin de ça, comme vous avez dit.
- 1015 **Restaurateur** – Je préfère qu’on arrive à justement être efficace et servir convenablement les gens du secteur plutôt que d’aller en chercher d’autres et c’est là que *Deliveroo* m’avait proposé « oui mais on peut vous livrer plus loin »
- Elève 1** – Ils vous proposent toujours plus en fait, toujours plus de clients, plus de chiffres...
- 1020 **Restaurateur** – Voilà, surtout pas parce que c’est le cas avec ce client et je comprends si on commence à livrer quelqu’un qui est hors secteur, ben il faut le livrer tout le temps après si on lui dit même on arrête, il va pas comprendre.
- 1025 **Elève 1** – Et le fait que les frais de commission chez *Deliveroo* par exemple c’est de 30 %...
- Restaurateur** – Ah ouais !!!!
- Elève 1** – Ah vous saviez pas ? (*sourire*)
- 1030 **Restaurateur** – Non, je savais plus
- (*Tout le monde rit*)
- 1035 **Elève 1** – Vous pensez que c’est quelque chose qui vous avez freiné à passer par eux ? Parce que c’est quand même pas rien 30 %
- Restaurateur** – Ben c’est pas le premier frein. Le premier frein c’est que je ne veux pas que notre organisation, je veux pas qu’on vienne la casser. Je pense d’abord efficacité et contentement clients et là pour moi ça sera moins efficace. Et en deuxième effectivement le prix, les frais, en plus aller filer des frais à 30 % fiouf !!
- 1040 **Elève 1** – Vous rentrez plus dans vos frais en passant par des scooters ? Parce que ils jouent sur ça en disant « oui mais vous comprenez, en ayant vous propre scooters, en payant des salariés », en général, ils jouent sur ça en disant que ça va coûter plus cher que ces frais de commission.
- 1045 **Restaurateur** – Oui, encore une fois voilà, je peux pas comparer, je n’ai jamais vraiment calculer, sur une livraison à 12 € euh... Mais sur une livraison à 10 €, on en fait pas mais juste pour prendre un exemple, je pense pas que le livreur + l’essence et l’entretien du scooter, ça représente 3 euros. 30 % non quand même pas. C’est 10 min la livraison, un employé, il coûte environ 11 euros l’heure, 10 min ça fait... Et puis 10 min, c’est large, même pas ! C’est moins souvent, un livreur il peut faire 5 livraison en 30 min sans problème. Donc finalement 5 livraisons, ça fait 30 min euh... 6 – 7 minutes la livraison à peine.
- 1050 **Deliveroo** non, d’abord pour l’organisation parce que nous on est spécialiste de la livraison et pour moi, ils n’ont rien à nous apporter et à nous apprendre et puis non pour les frais. Même si 30 % finalement ça ne me paraît pas... Oui si ils l’ont calculé comme ça, c’est que ça doit être le prix juste mais pour moi non, pourquoi aller leur donner de l’argent alors qu’on le fait très bien nous ! Encore une fois, pour moi, ça s’adresse plus à...
- 1055 **Restaurateur** Mais ce pourcentage c’est pas la commission, c’est pas la livraison ?
- Elève 1** – Non c’est la commission qu’ils prennent sur chaque livraison.
- 1060 **Restaurateur** – Parce que pour le coup, ouais, je parlais de restaurants un peu plus traditionnels qui voudrait se développer avec peut-être des menus plus chers, finalement du coup un menu à 20 €, c’est 6 €, ils prendraient 6 €, ça devient cher !!
Pour moi, ça devrait être à la course.
- 1065 **Elève 1** – Après c’est négociable mais bon ça descend à 25 %, pas moins je pense pas.
- Restaurateur** – Ouais ouais ouais. Pour moi, y a des cas où ça devrait être à la commission dans certains cas parce que si ça devient cher euh... Pourquoi un gars qui a un menu sous prétexte qu’il a un menu plus cher, il devrait payer 6 € alors qu’un gars qui a un menu à 10 €, il devrait en payer 3 pour un menu alors que le temps

- 1070 que les gars, le gars de *Deliveroo* va y passer, sera le même donc là c'est *Deliveroo* qui y gagne c'est sur. Mais pour moi, ça devrait être à la commission après je connaît pas la politique de *Deliveroo* et qu'ils se lancent et qu'ils évolueront. En même temps, ils ont rien inventé hein, *Deliveroo*, je sais pas si c'est anglais ou américains mais ça existait déjà donc ils ont juste prit le modèle et là-bas, ça fait longtemps longtemps que ça existe. Les coursiers à vélo... Je pense que le modèle économique est déjà prouvé là-bas, simplement est ce que on peut transposer quelque chose qui marche bien à Manhattan ou à Paris sur Toulouse, je sais pas.
- 1075 **Elève 1** – Y en a beaucoup des livreurs *Deliveroo* dans l'hypercentre, beaucoup de professionnels font appel à eux.
- 1080 **Restaurateur** – Ben oui, je vois, je vois parce que *Deliveroo*, ils prennent pas trop de risques, si j'ai bien compris, un livreur *Deliveroo*, parce que j'en ai un qui a postulé, en fait il est payé à la livraison et à la commission et il a pas de salaire fixe.
- Elève 1** – Non, c'est que du variable.
- 1085 **Restaurateur** – Donc *Deliveroo*, eux, ça leur coûte rien, ils embauchent du mec et ils les envoient sur des machins, le mecs il peut quasiment rien gagner sur l'heure donc *Deliveroo* prend pas trop de risques, c'est pas leurs salariés en fait.
- 1090 **Elève 2** – Non, ils sont auto-entrepreneurs.
- Restaurateur** – Voilà, donc à partir de là, c'est sur que *Deliveroo* ne prend pas trop de risques et j'ai l'impression que il y a beaucoup d'exploitation quand même sur ces pauvres jeunes en vélo.
- 1095 **Elève 1** – Ah oui, ça, je pense qu'on va voir dans quelque temps les limites par rapport à ça, on entendra parler de livreurs qui se plaignent, qui porteront plainte.
- Restaurateur** – Et ils seront obligés de revoir leur modèle économique et si ils veulent continuer, ils devront peut-être leur proposer un fixe un peu plus intéressant et puis voilà, comme on fait nous, les mecs qui ne sont pas efficaces, ne pas les garder. C'est sur que payer quelqu'un fixe, là y a la carotte, ils sont motivés si ils veulent gagner de l'argent, il faut qu'ils soient efficaces et il faut que les mecs se crèvent. C'est sur que si ils ont un fixe après...
- 1100 **Elève 1** – Ils seront performants
- 1105 **Restaurateur** – Ils seront dans la position de n'importe quel chef d'entreprise, c'est de devoir sélectionner et ne pas garder ceux qui ne sont pas bons.
- Elève 2** – Donc pour vous, c'est plus rentable d'avoir ses propres scooters que de passer par ces entreprises ?
- 1110 **Elève 1** – Encore une fois, je n'ai pas calculé donc je veux pas vous dire une bêtise mais quand on est spécialiste de la livraison et que on est en place, OUI. Après quand on fait pas beaucoup de livraisons et qu'on veut se lancer dans le créneau ou quand on fait 10 – 15 peut-être que là c'est intéressant. Mais pour quelqu'un qui fait du volume et qui est organisé, je vois pas ce que *Deliveroo* pourrait nous apporter et même eux quand ils m'ont proposé leur service, ils m'étaient vraiment en place la prestation ponctuelle : « Oui mais c'est voilà, dès que vous avez un problème ou il vous manque un livreur, vous pourrez nous appeler », Non ça va être trop compliqué.
- 1115 (Arrivée d'une personne dans le restaurant)
- 1120 **Elève 1 & 2** – Bonjour !
- Restaurateur** – C'est mon frère.
- 1125 **Elève 1** – Ah vous travaillez en famille ?
- Restaurateur** – Et c'est ma maman (*en nous montrant la dame*)
- Elève 1 & 2** – Ah d'accord.

- 1130 **Restaurateur** – Oui, on travaille en famille.
(Tout le monde rit)
- 1135 **Restaurateur** – Et c'est aussi ça qui fait que...
Elève 1 – Vous préférez pas faire appel à l'extérieur, vous préférez garder votre....
- 1140 **Restaurateur** – Ben oui voilà, nos employés !! Encore une fois, ceux qui sont pas efficaces bon ben voilà on les garde pas ceux qui sont pas sérieux. Là, on vient de faire commencer un livreur, il est pas très bon, il a commencé y a une semaine et il me demande déjà 10 jours de vacances.
(Tout le monde rit et les élèves sont étonnées)
- 1145 **Elève 1** – On est pas des tyrans ici, on est une entreprise voilà, il faut que les étudiants aussi ils comprennent que... Et puis, la plupart ont compris hein, ils sont pas là, c'est pour ça que je prends des étudiants, ils sont pas moins sérieux que d'autres employés mais y a pas de traitements de faveur, ils sont étudiants mais ils sont employés au restaurant avant tout et ils sont payés comme n'importe quel employés donc ils doivent travailler comme n'importe quel employés. On choisit nos livreurs, on a confiance en eux, on sait si ils sont efficaces et
- 1150 c'est pour ça que voilà. Et le mec de *Deliveroo*, je sais pas si il va être rapide, je sais pas si il va être souriant, je sais pas comment il va être... Voilà pour toutes ces raisons là.
Elève 2 – D'accord.
- 1155 **Elève 1** – Bon ben très bien, je pense que là pour le coup on vous a vraiment poser toutes les questions qu'on avait.
Restaurateur – Votre projet avance bien ? Vous avez vu qui du coup comme autres professionnels ?
- 1160 **Elève 1** – On a vu le créateur de Duck Me.
Restaurateur – De ?
Elève 1 – De Duck Me. Dans l'hypercentre, c'est un...
- 1165 **Restaurateur** – Et ils font de la livraisons ?
Elève 2 – Oui mais par *Deliveroo*. On fait les deux types...
- 1170 **Elève 1** – On essaie de comparer.
Restaurateur – D'accord donc c'est le genre de restaurant qui n'ont pas de livreurs, ils passent par *Deliveroo*, d'accord. Et ils en sont contents ?
- 1175 **Elève 1** – Ah oui il est très content ! C'est pour que c'est intéressant de voir un peu la différence parce que lui, il nous a beaucoup vendu *Deliveroo*, il en est fan !
Restaurateur – Parce que voilà, peut-être que c'est parce que c'est hypercentre, je sais pas quel est son secteur mais la densité de population autour de son restaurant est beaucoup plus, déjà important et c'est beaucoup plus simple à vélo ! Moi je vois pas le livreur aller galérer dans les rues là-bas de Paul Sab. derrière, déjà la distance est longue. Typiquement c'est pour ce genre de truc que ça peut-être intéressant, des mecs qui ne font pas de livraisons et qui se lancent dans la livraison et secteurs très denses. Là je dis ouais à fond, allez-y, je trouve ça génial de livrer à vélo, c'est écolo mais pour certains. Bon exemple, après voilà, si il explose peut-être que il se dira ben finalement je prends les scooters et finalement non si il voit que c'est intéressant et que il rentre
- 1185 dans ses frais, pourquoi pas.
Elève 1 – Après, il nous a bien dit qu'au niveau de la livraison, c'est pour ça qu'on voulait voir avec quelqu'un qui passait par ses propres moyens. Par exemple, lui, il est convaincu qu'en livrant par *Deliveroo*, ça arrive plus rapidement, ça arrive mieux.

- 1190 **Restaurateur** – Je vois pas comment ça pourrait être plus claire parce que le mec de *Deliveroo*, il est planté devant leur restaurant ou il fait quoi en fait ?
- Elève 1** – Non en fait, ils attendent au niveau du capitole, ils sont tous là et ils attendent.
- 1195 **Restaurateur** – Et c'est Duck Me qui doit l'appeler ? Ou c'est la plate forme ?
- Elève 1** – Non c'est *Deliveroo* qui fait l'intermédiaire entre le livreur et le restaurant.
- 1200 **Elève 2** – En fait quand on commande sur le site de *Deliveroo*, eux, ils ont la commande qui s'affiche sur leur écran là, le restaurant reçoit lui aussi la commande et le livreur va chercher.
- Restaurateur** – Mais quand il va la chercher ? C'est quoi les délais ?
- 1205 **Elève 1** – En fait, il a son portable sur lui, et il reçoit qu'il doit aller chercher une commande dans un certain restaurant, il y va et il récupère la commande et voilà.
- Restaurateur** - Mais le truc que je comprends pas c'est que le restaurant il dit le délais moyen ou quand il valide, il part su principe que 30 min après c'est prêt ou... Parce que c'est ça en fait que je maîtrise et que je comprends pas comment, eux, ils arrivent à la maîtriser. Quand on commence à avoir beaucoup de livraisons...
- 1210 **Elève 1** – Après il y a plusieurs livreurs donc ça peut...
- Restaurateur** – Nous on sait à quel moment on va livrer la livraison parce qu'on sait à quel moment le livreur va arriver. Là, je comprends pas la coordination entre le livreur *Deliveroo* et le quel moment il faut envoyer la commande pour le livreur ou alors il part du principe que y en a tout le temps et que les restaurants ils ont pas trop de sur-place alors ils enchaînent, ils enchaînent.
- Elève 2** – Après dès que le livreur reçoit que il a une commande à aller chercher, il y va et il attend.
- 1220 **Restaurateur** – Ah d'accord ok. Donc le délai doit être court alors !!
- Elève 1** – Après quand on commande sur *Deliveroo*, ils nous garantissent que ça sera livré en moins de 30 min, c'est ça ?
- 1225 **Elève 2** – Ouais.
- Elève 1** – Par exemple, nous on a commandé et on a été livré au bout de 6 min
- 1230 **Restaurateur** – Ah il devait pas y avoir beaucoup de boulot alors !!!
- Elève 1** – Ah non, c'était déjà tout fait, c'était des pâtisseries pour un goûter. C'était pas un plat chaud, c'est pour ça que ça allait vite. C'est assez rapide mais après quand il vient le livreur, il est speed speed speed !!
- 1235 **Restaurateur** – Ouais ouais mais c'est intéressant que j'aille voir par curiosité pour voir comment ça enchaîne.
- Elève 1** – Etant donné qu'y a une quantité de livreur énorme, que du coup la livraison c'est vraiment instantanée et non-stop quoi.
- 1240 **Restaurateur** – D'accord oui. Voilà mais ça, on peut le faire qu'en hypercentre.
- Elève 1** – Oui oui.
- Restaurateur** – Moi, ici, j'en ai vu un en 1 an des livreurs de *Deliveroo* passer.
- 1245 **Elève 1** – Ah oui oui, c'est loin là !!
- Restaurateur** - Donc si il faut que je l'appelle, en combien de temps il va mettre pour venir de je sais pas où.

- 1250 **Elève 1** – Après c’est jamais le même le livreur, quand y en a un qui fait une livraison, c’est un autre.
Restaurateur – Ouais, ils sont géolocalisés, ils savent qu’ils sont par-là.
- 1255 **Elève 1** – Oui, en temps réel, on sait exactement où se situe le livreur via l’application en fait.
Restaurateur – En hypercentre, on a la garanti d’avoir toujours quelqu’un pas trop loin. C’est bien ! Et je pense que y a d’autres trucs que *Deliveroo* qui se lanceront sur le créneaux parce que voilà c’est... Et encore une fois, ils n’ont rien inventé c’est quelque chose testé et prouvé dans d’autres pays. Ben voilà, en France, ça arrive toujours après parce que c’est pas dans les mœurs, c’est pas dans les habitudes mais ça viendra.
- 1260 **Elève 1** – Au fur et à mesure quand même, ça prend, le phénomène il prend de l’ampleur quand même parce que on voit tout ce qui est Food Chéri, y a... Fou y en a tellement.
Elève 2 – Ici, y a eFoodstudent aussi !
- 1265 **Restaurateur** – Ah oui, il m’avait démarché, mais c’est juste une plate forme ça ou ils ont aussi des livreurs ?
Elève 2 – Je crois qu’ils ont des livreurs
- 1270 **Restaurateur** – Oui, le jeune qui a créé ça, était venu me voir, il sortait de l’école de commerce, il avait de bonnes idées oui mais à ce moment là, il nous proposait un système qu’on avait déjà au resto de plate forme, il ne m’a jamais parlé de livreurs, peut-être qu’il a développé le truc. Mais si demain, j’ouvre un restaurant en centre ville, en hypercentre, si ça se trouve, je ferai pas de livraisons et on fera ça. Si ça marche bien, pourquoi pas !
- 1275 **Elève 1** – Bon ben très bien, merci beaucoup
Restaurateur – Vous avez tout ce qui vous faut ?
- 1280 **Elève 1** – Je pense, vous avez répondu à beaucoup de questions.
Restaurateur – Et donc la après, vous faites un dossier ?
- 1285 **Elève 1** – Oui on fait un dossier, en fait on doit trouver une problématique sur un sujet, nous on a choisis la livraison de repas à domicile et donc là on fait des interviews de professionnels qui passent par des modes de livraisons différents, on essaye d’avoir des avis vraiment variés pour avoir vraiment une idée du phénomène. Savoir si ça va s’essouffler ou... Voilà, on travaille là-dessus.
Restaurateur – C’est bien, c’est un sujet intéressant mais je pense que ça restera mais ça restera surtout cantonné ou alors voilà, avec les modes de locomotion qui évoluent aussi peut-être qu’ils vont passer sur des petits véhicules motorisés mais électriques pour rester écolo pour aller taper un peu plus en périphérie. Mais pour moi le vélo, ça peut être que sur des zones quand même très denses. Donc nous, on est la limite, mais dès qu’on dépasse la périphérie, je vois pas comment ils pourraient euh... Sur de la grande ville euh...
Et quand vous aurez fini tout ça, on pourra avoir un...
- 1295 **Elève 1** – Oui, on vous l’envoie.
- 1300 **Restaurateur** – C’est cool parce que à chaque fois que j’ai aidé, j’ai jamais eu de résultats derrière, on me dit qu’on l’envoie mais on m’envoie rien !
Elève 1 – Nous on aime bien quand même montrer notre travail, ce qu’on a fait parce que quand même on travaille bien dessus, et on va y passer encore du temps dessus. On vous fera parvenir ça par mail.
- 1305 **Restaurateur** – Ouais, ça marche.
Elève 1 – C’est pas de suite, ça sera en avril ou mai
Restaurateur – Oui oui. Ben bon courage ! Et n’hésitez pas si vous avez d’autres questions.
Elève 1 & 2 – Merci, merci beaucoup.

Annexe F : Entretien avec un livreur de Deliveroo

Date de l'entretien : Le samedi 10 décembre 2016

Durée de l'entretien : 46 minutes

5

Elève - Depuis combien de temps travailles-tu pour *Deliveroo* ?

Livreur - Depuis le 2 Mai 2016.

10

Elève - D'accord donc d'où t'es venu l'idée de faire ce métier ?

Livreur - C'était une période où j'étais chômeur, je cherchais du boulot et le boulot c'est pas évident aujourd'hui. J'ai regardé sur internet, il y a un pote à moi qui m'en a parlé de *Deliveroo*, il faisait ça en scooter à Paris et euh moi je suis allé sur le site je me suis inscrit comme ça histoire de... je pensais pas avoir de réponse. J'ai eu une réponse rapide, un rendez-vous avec une nana qui était là depuis longtemps, qui était là depuis le début de *Deliveroo* Toulouse en Février. Voilà, j'ai trouvé ça sympa, on a parlé au capitole ensuite je suis allé faire un tour de vélo pour faire un peu simulation d'une course, j'ai pas trouvé ça bien compliqué. Et après j'ai fait ça en complément. J'ai fait ça en transition entre le chômage et le non chômage pour me remettre un peu dans les rails on va dire. C'était une façon aussi de refaire du sport, du vélo, découvrir Toulouse autrement, puis le fait de choisir ses horaires c'est cool.

15

20

Elève - *Deliveroo* s'est créé en Février sur Toulouse ?

Livreur - Oui courant Février.

25

Elève - Donc tu es arrivé sur le début ?

Livreur - Oui en Mai donc c'était déjà sur le moyen début.

30

Elève - Ok, comment tu es rentré en contact avec l'entreprise ?

Livreur - Le site internet, recrutement biker Deliveroo, j'ai rempli le formulaire et un de nos ambassadeurs vous répondra. Un ambassadeur c'est des gens comme vous et moi mais qui ont la responsabilité de faire faire les shifts d'essai au nouveau.

35

Elève - Les ambassadeurs sont livreurs aussi ?

Livreur - Oui oui.

40

Elève - Toi tu peux être ambassadeur ?

Livreur - Après, il y a un nombre restreint de place, j'ai pas tout fait pour aller jusqu'à ambassadeur.

45

Elève - Tu penses continuer encore combien de temps ?

Livreur - Ben là j'ai arrêté, je pense que c'est bon j'ai fait mon temps (rire).

Elève - Pour des raisons personnelles ou problèmes ?

50

Livreur - J'ai mis ce qu'il fallait de côté et j'ai failli avoir des accidents assez grave il y a quelques jours je me suis dit bon c'est peut être un signe et je me suis stopper.

Elève - Tu peux nous expliquer une journée type d'un livreur *Deliveroo* ?

55

Livreur - C'est vraiment modulable, déjà on choisit nos heures et de deux on est pas tous dans le même conditionnement de vie, on est pas tous au centre-ville. Moi de là où je suis par exemple l'avantage que j'ai c'est que je peux me connecter d'ici et je peux être chez moi payé à rien faire pendant 20 minutes en attendant

une commande au lieu d'être dans cette démarche je dois pointé et là ça commence. Je pointe déjà de chez moi. Après ma journée, c'est ne jamais refroidir ne jamais s'arrêter.

60

Elève - Tu faisais combien d'heures par jour à peu près ?

Livreur - Au départ, je faisais des 2 heures le soir, 3 fois par semaine histoire de compléter mes revenus. Ensuite, je me suis dit, je gagne mieux avec ça donc je vais essayer de le faire à temps plein pour voir. Je me suis fait une semaine à 20 heures, à 30 heures, 35 heures. Je suis allé jusqu'à 50 heures, genre des journées de 11h30 à 23h15, mais comme j'habite ici je le dis encore je peux retourner chez moi. Il m'est arrivé de pouvoir faire une sieste d'une demi-heure parfois en attendant une commande. Parce que l'après-midi il y a moins de commandes c'est surtout le midi et le soir, l'après-midi c'est un peu des gens qui se lèvent tard, lendemain de soirée.

70

Elève - Vous pouvez refuser une course ?

Livreur - Euh, ouais c'est toujours ça l'ambiguïté, l'application nous montre qu'on a une commande à tel restaurant et nous, il y a des moments on a pas envie parce qu'il faut faire des courses et il y a des moments le restaurant est trop loin ou il nous la mette à la dernière minute quand on finit, c'est un algorithme en fait c'est pas arbitraire. Mais tu peux éteindre le téléphone et te dire ça va passer à un autre livreur. Le système est fait pour que tu acceptes la commande.

75

Elève - Ils peuvent vous dire quand vous vous connectez que le nombre de livreurs est suffisant ?

80

Livreur - Non ils en ont toujours besoin ils sont dans une politique de la disponibilité totale. Même si on est à attendre à 20 sur les bancs du capitole. Vaut mieux avoir de la disponibilité pour les clients et qu'on fasse rien plutôt que le contraire.

85

Elève - Comment ça se passe par rapport au paiement du client ? Comment tu es payé ? Y a-t-il des commissions par course ?

Livreur - Déjà pour les dire les choses concrètement, je crois qu'il y a 30 % pour le restaurant sur le total de la commande et nous on prend 2 euros sur la commande.

90

Elève - Les commissions peuvent augmenter ?

Livreur - Après moi, je suis sur l'ancien contrat 7,50 de l'heure et 2 euros la commande donc si je fais 4 commandes dans l'heure je suis bien quoi. Mais après il y a ceux qui sont à 5 euros de l'heure sur les nouveaux contrats. Bien sur les nouveaux sont toujours moins bien que les anciens. Après, il y a aussi un système de pourboire, ils peuvent donner par carte bancaire à l'avance on le voit sur notre facture qui nous ai envoyé par mail systématiquement à chaque livraison on voit tout le détail, le temps de livraison, pour qui on l'a livré, si on a eu un pourboire ou non, on a tout le descriptif et là le pourboire c'est un bonus ça fait qu'on augmente un peu nos revenus.

95

100

Elève - Par exemple, si tu travailles pendant une heure sans faire de commande tu auras quand même les 7,50 ?

Livreur - Oui voilà c'est une garantie.

105

Elève - En moyenne tu fais combien de commandes par heure ?

Livreur - Entre 2 et 3. Donc en moyenne 12,50 de l'heure sur tout ce que j'ai fait mais voilà on s'arrête pas, c'est pas 12,50 je suis pépère j'attends le client.

110

Elève - Ça peut aller dans un rayon de combien en temps ou en kilomètres ?

Livreur - C'est 4 kilomètres maximum. En général, c'est des commandes très urbaines, un peu nouvelle classe. Parfois 1 kilomètre la personne elle a la flemme. Ça peut être dans un hôtel 4 étoiles et le restaurant est juste à côté. C'est des commandes cadeaux comme on dit, nous ça nous gêne pas quand on peut se reposer un peu.

115

Elève - Et les pourboires ça arrivent souvent quand même ou pas trop ?

- 120 **Livreur** - C'est de moins en moins courant, c'est particulier l'autre jour j'ai eu 8 euros de pourboire par carte bancaire, une fois j'ai eu 10 euros mais c'était une carte volée. Il y a beaucoup de carte volée aussi, mais on les repère maintenant, quand on voit la note 400 euros, 2 ou 3 bouteilles de champagne on se dit qu'est-ce qui se passe ? Parfois c'est vraiment vrai le client a vraiment les moyens mais des fois on a une fausse adresse, l'adresse est le numéro de la banque, des trucs chelou.
- 125 **Elève** - Et comment ça se passe quand tu reçois ce genre de commande ? Elles sont quand même préparées ?
- 130 **Livreur** - Oui, le système fait qu'elles sont préparées, l'argent est déjà débité, nous on fait l'intermédiaire, c'est un peu cocasse comme situation. Quand ça m'est arrivé, je me suis permis de me garder 2 ou 3 bouteilles parce que je savais que la personne se sentait un peu dans le tort. Mais la plupart du temps c'est normal voilà en bas de la porte un étudiant, je sonne : « bonjour c'est au deuxième étage montez », « Bonjour, tenez bon appétit bonne journée au revoir ». On est tellement nombreux qu'on vit vraiment pas les mêmes expériences. Moi, j'ai pas eu trop de mal chance il y en a qui sont allés jusqu'à La Vache, moi j'ai fait Les Arènes maximum, bon déjà Les Arènes merci.
- 135 **Elève** - C'est déjà en dehors ?
- Livreur** - Les Arènes c'est la limite en fait, après ça va pas jusqu'à Bagatelle.
- Elève** - Est ce qu'il y a des restaurants qui fonctionnent plus que d'autres ?
- 140 **Livreur** - Oui, *Wok to walk*, *L'atelier du burger*, *Regis burger*, *Asian* cantine aussi, *Bouche bai*. Il y en a beaucoup qui fonctionnent bien, on a une liste de 10 restos qui fonctionnent bien tout le temps, et après les autres c'est secondaire ils ouvrent pas tout le temps. Mais *L'atelier du burger* marche hyper bien.
- 145 **Elève** - Par rapport au plat, est ce que ça arrive toujours à température et en bon état ?
- 150 **Livreur** - J'ai pas non plus un thermomètre intégré mais à priori c'est isotherme, ça tient bien le coup. A des moments, je mettais la pizza de chez La manufacture place Saint Pierre, je sortais les pizzas il y avait de la fumée et tout, ça gardait super bien la chaleur. Après, j'ai du faire une ou deux fois une calzone parce que je roulais sur les pavés (rire). Après il y a eu le délire à un moment des soupes avec les mauvais couvercles alors je te dis pas le truc à l'intérieur. Pour les brunchs aussi les jus d'oranges pressés, maintenant ils ont compris qu'il fallait mettre un scotch au niveau du trou à paille. C'est des petits soucis techniques comme ça, je crois qu'il y a même un restaurant mais je l'ai jamais fait, on livrait des huîtres. Sinon dans l'ensemble tout est bien emballé.
- 155 **Elève** - C'est jamais les mêmes emballages ? C'est le restaurateur qui choisit l'emballage ?
- Livreur** - Oui il a ses propres emballages, nous ce qu'on a d'uniformisé c'est le sac avec le kangourou. Comme ça on sait que c'est des livreurs *Deliveroo*, parce qu'il y a des restaurants qui jonglent avec les 2, leur livreur et nous comme *Sushi Shop*.
- 160 **Elève** - A part le sac, ils vous fournissent quoi ?
- Livreur** - Batterie externe, sac, pantalon de pluie, veste et kaway, tee shirt trop serré. Problème de stock au niveau des jerseys. Dans l'ensemble j'ai été moyennement bien équipé, c'est pas non plus une catastrophe mais il y en a ils ont vraiment pas d'équipement. Les tous nouveaux ont pas eu de cube.
- 165 **Elève** - Comment ils font alors ?
- 170 **Livreur** - Ils ont juste le sac on a un sac isotherme à l'intérieur plus le cube. Donc eux ils le mettent sur le rack à l'avant du vélo.
- Elève** - Maintenant que tu as fini, tu dois rendre le matériel ?
- 175 **Livreur** - J'avais une caution dessus que j'ai payé, je dois demander à un ambassadeur. Si je peux gratter 50 euros, je le fais.
- Elève** - Quel est la moyenne d'âge des livreurs à peu près ?

- 180 **Livreur** - Euh, en gros je dirais 26 ans.
- Elève** - Et c'est plutôt des étudiants qui se payent leurs études ou des gens qui font ça à temps complet ?
- Livreur** - J'ai de tout, des lycéens ou des gens qui ont arrêté l'école et qui font ça un an pour mettre plein de fric de côté, beaucoup d'étudiants, de gens qui veulent ouvrir leur propre entreprise, qui ont des projets, il y a des gens vachement motivés dans le lot.
- 185 **Elève** - Il y a une bonne ambiance entre vous ?
- Livreur** - Oui ambiance cours de récré, chacun parle selon les affinités. On a un groupe sur Télégram moi je ne suis pas mais aussi sur whatsapp on s'envoie des infos, il y a une certaine entraide. C'est pas non plus une totale solidarité par ce que quand on soulève quelques masses on se rend compte que non mais c'est comme tout rien n'est tout noir rien n'est tout blanc.
- 190 **Elève** - Y a-t-il un temps de livraison ?
- 195 **Livreur** - Entre autre oui, si on met plus de quinze minutes, ils commencent à s'inquiéter et ils nous appellent. C'est là que j'ai pas trop aimé l'autre jour, on m'a appelé parce que j'avais mis plus de quinze minutes je sais plus pour quoi, dans le centre-ville. Il y a énormément de gens en ce moment donc c'est un peu difficile de se faufiler donc je mets beaucoup plus de temps. Je mets 5 minutes de plus que le mois dernier, c'est dangereux en ce moment. Et oui ils m'ont appelé, je me suis dit mais pourquoi vous m'appelez, vous pensez que je vais faire quoi ?
- 200 **Elève** - Les clients ?
- 205 **Livreur** - Non non le service client, j'avais envie de leur dire mais vous me fliquez ou quoi. C'est là que je me suis rendu un peu compte du côté black mirror de la chose. Après sinon dans l'ensemble on est vachement libre rien ne nous empêche d'éteindre le téléphone si on en a marre. Mais le temps de livraison en général c'est 6 minutes, c'est des petits trajets qu'on fait.
- 210 **Elève** - Et si le temps de livraison est dépassé ?
- Livreur** - Ça ils s'en foutent, si on est entre collègue c'est tiens il y en a un qui a un vélo à prêter parce qu'il shift pas ce jour-là c'est une question de communication. On est livré à nous même.
- 215 **Elève** - Est-ce qu'il y a des normes d'hygiène ?
- Livreur** - Non, alors on a des compartiments à l'intérieur du cube, moi je l'ai organisé de la façon suivante j'ai un petit compartiment en dessous pour mettre les boissons fraîches, et je mets le chaud d'un côté et le froid de l'autre mais le temps de livrer franchement ça va pas changer.
- 220 **Elève** - Tu trouves qu'il y a une clientèle type ?
- Livreur** - Oui, c'est des mots clichés mais les bobos quoi. Il y a des gens habitués, on dirait qu'il font pas la cuisine, je sais pas parfois je pense plus loin que ce qu'on voit, je me dis bon les gens qui ont la flemme ou qui sont au bout de leur vie le lendemain de soirée, et qui se disent que même faire cuire des pâtes c'est pas possible. Je pense que ça répond à une attente très urbaine, mais faut avoir un peu les moyens pour commander tous les jours. Je pense que pour nous à notre niveau si on travaille un peu, qu'on est étudiant, on peut pas commander tout le temps. T'es en soirée, t'as vraiment pas mangé, personne à rien prévu voilà tu te commandes et c'est cool quoi. C'est souvent des gens en début de soirée, qui ont la flemme. Une fois j'ai des gens ils m'ont commandé que des bières avec un burger, parce qu'on peut pas commander que de l'alcool et j'avais 10 ou 12 bières dans le cube. (rire). Franchement, il y a de tout mais c'est une clientèle très aisée, étudiante, un peu bobo.
- 230 **Elève** - Est-ce qu'il y a des shifts plus rentables que d'autres ?
- 235 **Livreur** - Carrément, c'est pas au niveau du nombre de commandes, c'est au niveau du taux horaire c'est le dimanche soir. Ils ont 4 commandes assurées pendant 2 heures donc même si ils ne livrent rien ils sont à 20

240 euros de l'heure pendant 2 heures, donc sur un dimanche soir tu peux faire 70 euros. Moi j'ai déjà fait 80 euros en 4 heures parce que je suis à 12,50 euros de l'heure plus 2 euros la commande. Maintenant qu'on est très nombreux, le dimanche soir c'est pas si rentable que ça, c'est juste petit repos je suis à 12,50 à l'heure c'est calme mais le meilleur dimanche soir que j'ai fait, j'étais à 85 ouais, j'avais vraiment beaucoup livré. Après les soirs de semaine, lundi mardi c'est calme et mercredi jeudi ça commence à s'échauffer et après vendredi samedi j'ai décidé de ne plus jamais le faire parce que les gens, ils sortent il y a beaucoup de gens dans la rue mais c'est rentable aussi parce que le week-end ils augmentent les tarifs. Donc ça passe de 7,50 de base à 9,50
245 le vendredi, 10,50 le samedi et 12,50 le dimanche, voilà. Donc, quelqu'un qui s'enchaîne les 3 soirées... Mais ça marche que pour le soir à partir de 19 heures.

Elève - Et les horaires les plus tardifs c'est quoi ?

250 **Livreur** - Le plus long shift qui va du plus tôt au plus tard c'est 18,45 à 23,15.

Elève - Et les horaires *Deliveroo* ?

255 **Livreur** - L'ouverture officielle : 9 heures et demi avant c'était 8 heures et demi et la fermeture 23 heures quinze, tous les jours.

Elève - Est-ce que vous avez des objectifs à atteindre ? Au niveau des courses ou financier ?

260 **Livreur** - Il y a des petits courriers où ils disent : là il va y avoir beaucoup de commandes mais pas comme dans la vente où il faut faire 3000 euros de chiffre d'affaires aujourd'hui. Voilà, c'est nous par rapport à nous même tant qu'on répond à la demande, on se le donne nous-même.

Elève - Y a-t-il des promotions envisageables ?

265 **Livreur** - Oui ambassadeur, c'est la seule promotion que je connaisse.

Elève - Il y a une augmentation au niveau du salaire aussi ?

270 **Livreur** - Oui franchement eux ils se mettent bien ! J'aurais dû essayé de le faire mais il y a un profil type. De l'heure et euros la commande, la ça commence à envoyer. Donc, on comprend pourquoi les ambassadeurs ils sont fidèles au truc et ils restent. Ils prennent 50 euros par tête recruté, si ils font les réactualisations de tablette chez les restaurateurs, ils peuvent vite se faire de l'argent. Après c'est un investissement de temps, ils réceptionnent le matériel pour les nouvelles recrues aussi, ils font les shifts d'informations pour faire une simulation avec les nouveaux. Après, ils choisissent si ils les prennent ou pas mais en général tout le monde est pris.
275

Elève - Ils regardent le vélo ?

280 **Livreur** - Non on est pas en mode fixie, il y en a plein en VTT ils s'en sortent très bien. J'ai commencé avec un VTT à 40 euros sur *Leboncoin*, bon après je me suis pris un vélo de courses c'est plus cool quand même.

Elève - A part ces ambassadeurs il y a des responsables ?

285 **Livreur** - Oui, il y a des responsables de ville, les nôtres sont responsables de Bordeaux et Toulouse. Ils sont un peu débordés.

Elève - Qu'est-ce qui est agréable ou désagréable dans ton métier ?

290 **Livreur** - Je vais commencer par ce qui est désagréable. Donc c'est les piétons et les voitures. Mais surtout les piétons, parce que les voitures ils comprennent un peu, ils sont dans une dynamique, bon il y en a qui sont très dangereux mais c'est surtout les piétons à Toulouse qui est une ville très piétonne. Alsace Lorraine c'est rigolo c'est du slalom, en fait c'est une question d'état d'esprit, il y a des moments où je me disais ouais c'est rigolo et d'autre jour où on devient misanthrope. Ce qui est très désagréable c'est les piétons qui regardent pas autour d'eux. Parce que nous dans l'ensemble on fait quand même attention, même si il y a quelques fou fou. C'est la seule difficulté, après les voitures il y en a qui sont dingues parfois mais ils sont dans une discipline quand même, il y a des règles. Mais un piéton à Toulouse il regarde son téléphone, son nombril et autour de lui il ne sait pas qu'il y a des oiseaux, des plantes et des êtres humains. Ils ne regardent pas c'est hallucinant, mais c'est
295

une ville piétonne. J'extrapole mais dans l'ensemble c'est les piétons et attendre dans les restaurants. Des fois, faut attendre 20 minutes, ils sont en plein rush, moi en vrai j'en fais pas un stress parce que je suis à l'heure
300 donc au pire c'est surtout les gens à la commande qui diront ça. Après la batterie, l'application prend beaucoup de batterie surtout sur l'iphone, du coup j'ai souvent branché la batterie externe. J'ai eu des problèmes parfois ou je devais repasser chez moi pour rebrancher. Bon rarement, il y a ce défaut là et les bouts de verres dans la rue a esquiver pour pas crever, quand on passe place Saint Pierre, voilà. Après notre rapport au monde, l'image que l'on a, le recul qu'on va avoir au bout d'un moment c'est ouais je fais du fric je m'en fou, mais il y a des
305 moments où les gens se disent ouais tu as un cube dans le dos tu es un clown, c'est rigolo. Il y a des moments où il y a des gens qui nous admirent, enfin admirent c'est un bien grand mot mais qui se disent ouais c'est stylé, mais parfois il y en a qui font exprès d'être au milieu. Moi, je leur passe à 30 centimètres pas pour faire mal mais parce que je suis un peu orgueilleux. On sent qu'on est encore des extraterrestres, il y a des gens qui viennent nous voir qui disent « vous faites quoi ? » on dit oui on fait de la livraison de stupéfiants madame
310 (rire). Non on disait, on fait de la livraison de repas à domicile et les gens trouvent ça encore bizarre. Nous on s'identifie à ça, c'est normal pour nous mais pour d'autres, un mec avec un cube et un vélo il sait pas ce que c'est quoi.

Elève - Le temps de livraison vous oblige à ne pas respecter le code de la route ?
315

Livreur - Mais moi, je grille tous les feux rouges, mais je fais attention. Je regarde à droite, à gauche, je fais le clignotant avec mes bras. Il y a eu un collègue qui s'était pris 90 euros d'amende, il a pas eu de chance. Mais les flics en général ils passent. Moi au feu, je leur montre que je regarde. J'ai pas le choix. Notre vitesse, notre rapidité c'est le fait de se faufiler et de pas se prendre les feux rouges, sans ça ce serait impossible de
320 travailler.

Elève - Et ça *Deliveroo* ils vous le disent ?

Livreur - Non après c'est implicite, si ils nous demandent d'y arriver en 10 minutes en moyenne c'est impossible.
325

Elève - Donc pour revenir, ce qui est plutôt agréable ?

Livreur - Les clients qui donnent des pourboires, qui ont le sourire, le côté sportif, pédaler se sentir dans une dynamique, parcourir Toulouse d'une autre manière, connaître les moindre rues, maintenant j'ai plus besoin du GPS, je suis presque comme un taxi londonien. Je connais les restaurants par cœur, et je gagne beaucoup de temps là-dessus, par exemple je sais que ce restaurant il prend 5 ou 10 minutes à préparer ben j'ai le temps de faire autre chose. Au bout d'un moment on se rend compte que c'est pas si compliqué que ça.
330

Elève - Les clients sont assez sympathiques ?
335

Livreur - Oui après il y en a qui parlent pas mais on est pas là pour faire pote pote, il y en a qui sont intéressés qui posent des questions, dans l'ensemble ça va il y a un bon contact client.

Elève - Depuis que tu as commencé, est-ce que tu as vu un changement dans le nombre de demande ?
340

Livreur - Oui, il y en avait plus avant. Mais le facteur c'est qu'il y a beaucoup de recrues, ils ont recruté au moins une cinquantaine ou une centaine de personnes depuis septembre. Le groupe de base, ils étaient 10 ou 15. Moi, j'ai dû être dans les 50 et maintenant on est 200 ou 300. Ils ont voulu créer une armée pour l'hiver
345 comme il va faire froid les gens ils vont se démotiver, oui ils sont malins.

Elève - S'ils ont embauché autant c'est qu'il y a plus de commandes ?

Livreur - Alors, pas embauché c'est un contrat prestataire de service. Mais oui il y a beaucoup plus de commandes mais de façon individuelle je sens que j'en ai moins. Les jours de pluie il y en a énormément. Mais en ce moment, je sens que j'ai beaucoup moins de commandes, il y a beaucoup de livreurs qui veulent travailler avant Noël, après en fin de mois voilà classique les gens ne commandent pas trop, le lundi mardi pas trop.
350

Elève - Donc quel est le contrat que tu passes avec eux ?
355

Livreur - Un contrat de prestataire de service, il y a que des petites règles comme être brandé, c'est à dire porté la marque, le cube c'est totalement du marketing, pour que les gens voient la marque *Deliveroo*, c'est de la

360 publicité. On fait de la publicité en même temps qu'on travaille, c'est notre double casquette mais on est pas payé pour la deuxième. Après, tu es auto entrepreneur donc tu fais ta démarche sur internet, c'est ***** à faire, pendant une heure, c'est un peu casse-tête. Et tant que ce papier n'est pas fait, et pris en compte par les autorités, on peut pas recevoir notre paiement. On peut travailler mais payé après. On est payé toutes les 2 semaines, c'est un gros avantage. Jamais de fin de mois, on sait pas ce que c'est.

Elève - Et assurance ?

365

Livreur - Assurance aucune, on est livré à nous même, j'en ai souscrit aucune j'ai été un peu dangereux mais bon. Après si j'ai un accident c'est mon assurance civile qui prend.

Elève - Vous êtes beaucoup à ne pas avoir d'assurance ?

370

Livreur - C'est à vous de faire un petit sondage mais je pense qu'on est nombreux à un peu surfer sur ça. C'est une organisation, une discipline, mais c'est pas si cher que ça 10 ou 20 euros par mois. J'ai plus pris ça comme un loisir travail au départ et ça s'est vite transformé en travail tout court. Et après, j'ai pas eu l'idée de faire l'assurance.

375

Elève - Et pour arrêter c'est simple ?

380

Livreur - Alors, là en fait j'ai arrêté dans le sens où j'ai plus commandé de shift et je compte plus en commander parce que je pars à l'étranger. Mais, si on compte un jour retravailler dans les mois qui suivent pour ne pas être radié de la liste surtout que moi j'ai l'ancien contrat qui est quand même plus avantageux que le nouveau. Si un jour je veux rebosser un petit coût. Je sais pas moi, il y a Paris, Lyon, Bordeaux, Toulouse si un jour je passe dans une de ces villes et que j'ai envie de faire un petit peu de vélo et gagner un peu de tune c'est sympa quand même. Après, faut demander au responsable de la zone, de nous mettre en suspension mais sans nous enlever, déclarer une absence pendant 5 mois je ne serais pas disponible. Mais après on est vachement libre quand même.

385

Elève - Est-ce que t'as vu le nombre de restaurant évolué ?

390

Livreur - Oui, il y en a plus, après ça s'est stabilisé vachement, il y a peut-être une soixantaine de restaurants.

Elève - Il y en a qui arrête ?

395

Livreur - Par exemple, j'ai pas eu de nouvelles de Lergo, c'est un peu loin donc aucune clientèle de ville classique qui va manger au restaurant. En général, ils ne s'arrêtent pas car c'est un avantage, quand il n'y a pas de personne sur place ils livrent quand même.

Elève - Tu penses que pour marcher, il faut être au centre-ville ?

400

Livreur - Oui, ce qui marche le mieux c'est ceux qui sont sur un menu efficace à 10 euros, en centre-ville, de la street food, hamburger, asiatique, ça ça marche super bien.

Elève - Tu penses que le nombre de livreurs est correct par rapport à la demande ?

405

Livreur - Justement, je trouve qu'on est en sur-effectif.

Elève - Comment tu vois l'évolution de *Deliveroo* ?

410

Livreur - C'est le sujet polémique, on a vu ce qui c'est produit pour *Take Eat Easy*, de nombreux livreurs ont travaillé pour des sommes comme 1400 ou 2000 euros et qui ont vu la société s'écroulé sans qu'on puisse les dédommager. Donc on a calculé sur 10 euros, *Deliveroo* prend 3 euros mais comment ils peuvent tout payer ? Il y a des employés, de la communication, l'informatique, c'est des sociétés qui sont dans des démarches d'expansion par la demande d'investissement, dans l'actionariat. C'est des entreprises qui comptent faire du profit dans quelques années en fait, pour le moment, ils sont encore à perte, ça veut dire que si les investisseurs lâchent l'affaire c'est mort. Donc, *Deliveroo* c'est assez précaire. De nombreux collègues à moi se font des 60 heures semaine parce qu'ils ont des projets et ils se disent tant que la vache à lait est présente on le fait. Mais ça pourrait ne pas durer.

415

Elève - Tu penses que c'est une bonne opportunité pour le restaurateur de travailler avec *Deliveroo* ?

420 **Livreur** - Ça dépend pour lesquels, j'arrive pas à comprendre qui est gagnant dans l'histoire. Je pense à court terme c'est le livreur, à moyen terme c'est le restaurateur parce qu'il fait sa pub et à long terme *Deliveroo* mais il faut que ça dure.

Elève - Est-ce qu'il y a une compétition entre les livreurs ?

425

Livreur - Oui, c'est déguisé en copinage mais chez certain la mentalité, c'est pas celle que je partageais vraiment. En fait le planning hebdomadaire créait des tensions, il sort le mardi à 16 heures et pile au moment où ça sort il y a un pourcentage d'occupation du planning donc vu que les gens veulent avoir du travail c'est la guerre pour avoir des horaires vu qu'il y a un nombre limité de place, et il y a des shifts qui sont plus convoités que d'autre. On va préférer faire toutes les journées de la semaine au début pour se faire un petit week-end tranquille que se prendre le samedi après-midi quoi. Il y a des combines, des gens qui se donnent des shifts entre eux, mais bon... Regardez l'épisode 2 de la saison de *Black Mirror* ça définit notre truc. Après, il y a un bon contact mais ça nous pousse à être individualiste. Le système est fait pour ça.

430

435 **Elève** - Tu peux nous décrire en un mot la livraison à domicile ?

(silence)

Livreur - C'est compliqué, un mot qui synthétise toutes mes pensées, je dirai *Deliveroo*.

440

Elève - Et pour toi, c'est quoi la définition de la livraison de repas à domicile ?

(silence)

445

Livreur - C'est l'intermédiaire entre le restaurant et le particulier dans son lieu privé.

Annexe G : Entretien avec un cabinet de consultant

Date de l'entretien : Le jeudi 5 janvier 2017

Durée de l'entretien : 15 minutes

- 5 **Elève** - Le service à table en restaurant diminue et la livraison à domicile augmente, selon vous c'est pour quelles raisons ?
- 10 **Professionnel** - Non, non, non, le service à table diminue et c'est la vente au comptoir qui progresse, ce n'est pas la livraison.
- Elève** - D'accord donc c'est la vente à emporter ?
- 15 **Professionnel** - Oui la vente à emporter, à consommer sur place ou ailleurs. Mais la livraison c'est encore autre chose.
- Elève** - Pour vous, quelles sont les motivations du consommateur qui amènent à se faire livrer ?
- 20 **Professionnel** - Alors d'abord, il faut savoir que la livraison marche de plus en plus fort à midi et marche pas du tout le soir. C'est un marché qui décolle pas la livraison en France. Alors, elle décolle au bureau parce que les journées sont de plus en plus compactées, on a de moins en moins de temps. L'époque du midi / deux heures et totalement révolu, maintenant on a trente quarante quarante cinq minutes pour déjeuner, et on travaille même pour certain pendant donc la livraison au bureau fait un carton depuis 5 ou 6 ans.
- 25 La livraison au domicile ne marche pas parce que d'abord, c'est considéré comme un dépannage pour les français, c'est plutôt en fin de semaine. En semaine, il ne se passe pas grand-chose, c'est que de la pizza, on ne conçoit pas de se faire livrer autre chose que de la pizza, il y a un peu le sushi qui est là mais à part le sushi et la pizza il ne se passe pas grand-chose. Et puis, les français n'aiment pas que l'on rentre chez eux, le livreur de pizza, on le laisse au pas de la porte, on le fait pas rentrer. Ils aiment pas être fichés, enfin bref la livraison au domicile pose des problèmes, la livraison au bureau ne pose aucun problème à ce niveau-là.
- 30 **Elève** - Donc pour vous le profil du consommateur qui se fait livré c'est plutôt celui qui est dans les bureaux et non pas chez lui ?
- 35 **Professionnel** - Oui. Ça veut pas dire qu'il n'y a pas de livraisons en fin de semaine, lorsqu'il y a des matchs de foot, etc. Mais il faut toujours qu'il y est une raison.
- Elève** - Selon vous, le restaurant traditionnel en centre-ville qui ne fait pas de livraisons a toujours un avenir ?
- 40 **Professionnel** - Alors, il faut pas qu'il la fasse lui-même, il faut qu'il la soustraite. Les *Deliveroo*, *Foodora* et tout ça. En passant par un intermédiaire parce que ça coûte cher et c'est surtout un autre métier, la logistique est un métier très différent de la restauration.
- 45 Et un restaurateur peut faire de la livraison le midi, le soir. A part la pizza, les matchs de foot en fin de semaine pour des catégories plutôt aisées, ben il se passe rien. Les français ne conçoivent absolument pas de se faire livrer une blanquette de veau, un petit salé aux lentilles le soir, ça ne marche pas du tout comme ça.
- Elève** - Pensez-vous que la livraison de repas à domicile est une mode ou un avenir pour la livraison en général ?
- 50 **Professionnel** - C'est pas une mode et ça n'a pas d'avenir (rire). Ça n'a pas d'avenir à court et moyen termes, maintenant à quinze ans à vingt ans est-ce que les ados d'aujourd'hui seront des clients de livraison demain, c'est possible mais pour l'instant il n'y a aucun signal qui va dans ce sens-là. D'ailleurs, les sociétés de livraison aussi puissante soit elles tombent les unes après les autres. *Take Eat Easy* a fermé, *Toc Toc* a été vendu,
- 55 *Deliveroo* n'est pas en grande forme, etc. On fait rentré beaucoup d'argent et il bouffe l'argent à vitesse grand V parce qu'on fait pas de chiffre d'affaires donc on fait pas de résultat.

Elève - Ce phénomène d'ubérisation de la restauration est plutôt une menace ou une opportunité pour le secteur de la restauration ?

60

Professionnel - Ça dépend ce que vous appelez ubérisation parce que si vous pensez que des livreurs sont des ubérisateurs, non. Ce sont des apporteurs de chiffre d'affaires supplémentaires que n'aurait pas fait le restaurateur s'il n'avait pas eu le livreur. Les vrais ubérisateurs d'abord il y en a que très peu, c'est des cours de cuisine déguisés, où je vends ce que j'ai fabriqué puis, je retourne au bureau, ça effectivement c'est de l'ubérisation. La gamelle, le fait qu'on vienne au bureau avec une gamelle pour manger c'est de l'ubérisation ça court-circuite les restaurants, il y a très très peu d'ubérisation dans la restauration.

65

Elève - Pour vous, quels sont les avantages et les inconvénients de travailler avec un intermédiaire ?

70

Professionnel - L'avantage comme je vous disais avant c'est que la logistique, c'est un métier à part, il faut gérer un parc de mobile, il faut gérer des salaires de gens, il faut gérer celui qui s'en va avec la caisse, celui qui se plante, celui qui arrive en retard, enfin bref la livraison est vraiment un métier auquel ne doit pas toucher le restaurateur. Après la livraison, c'est du chiffre d'affaires qu'emmène le livreur que vous n'auriez pas eu si le livreur n'était pas là.

75

Elève - On peut voir, aujourd'hui, que le nombre d'intermédiaires est conséquent mais pensez-vous qu'à l'avenir seul l'un d'entre eux ou quelques-uns d'entre eux se démarqueront pour occuper tout le marché ?

80

Professionnel - Non, ça restera à cinq ans à dix ans très confidentiel, il y aura malheureusement de moins en moins d'acteurs parce qu'il n'y a pas beaucoup de marché, c'est les plus solides qui resteront parce que il n'y a pas un gros chiffre d'affaires à faire.

Elève - Pensez-vous que toutes les formes de restauration peuvent avoir un avenir dans la livraison à domicile ? De la restauration rapide au gastronomique ?

85

Professionnel - Alors, la rapide ça dépend ce qu'on appelle rapide, la rapide haut de gamme oui. Le sandwich non (rire), se faire livrer un sandwich à la maison ça n'a pas de sens. La seule question qu'on peut se poser aujourd'hui, c'est est-ce que le burger a un avenir en livraison ?

90

Là pour l'instant, on hésite parce qu'en même temps, les consommateurs sont très demandeurs, et en même temps c'est le seul produit qui ne supporte pas d'être réchauffé au microondes donc comment on va faire pour qu'il soit chaud en arrivant, c'est pour ça que *McDonald's* n'a pas voulu toucher à la livraison.

Elève - Et tout ce qui est plutôt restaurant gastronomique non ?

95

Professionnel - J'en reviens à ce que je disais tout à l'heure, les français ont un énorme respect avec la gastronomie. Ils veulent manger ça dans un restaurant, ils veulent pas se faire livrer ça à la maison. C'est pour ça qu'on se limite au sushi qui est froid et qui ne risque rien ou à la pizza qu'on peut réchauffer dans un four et qui est plutôt convivial et événementiel pour un match de foot un truc comme ça. Et contrairement aux autres pays dans le monde et particulièrement les anglo saxons, eux se font livrer tout : de la chinoise, de la mexicaines, vraiment de tout et n'importe quoi, mais pas nous.

100

Elève - Oui et on voit en France que 60 % de la livraison c'est les pizzas quand même.

105

Professionnel - Oui et tout de suite derrière vous avez les sushis sur une clientèle encore une fois aisée et si vous faites le cumul pizzas et sushi c'est 95 % de la livraison en France. 5 % qui reste c'est des épiphénomènes à droite à gauche de *Deliveroo* et autre, qui livre quelques plats, quelque burger, mais c'est très petit tout ça.

Elève - Pour vous, il est donc plus avantageux de travailler avec un intermédiaire que de livrer par ses propres moyens ?

110

Professionnel - Ah oui, c'est des soucis en moins. En contrepartie, le livreur vous prend entre 25 et 30 % de ce qu'il livre, mais en attendant si il n'était pas là vous feriez zéro de chiffre d'affaires, donc vaut mieux faire du chiffre d'affaires à moins 25, moins 30 que 0 chiffre d'affaires.

Entretiens qualitatifs

Annexe H : Entretien Duck Me

Date de l'entretien : Le mercredi 16 novembre 2016

5 Durée de l'entretien : 1 heure

Restaurateur - Et c'est quoi la problématique alors ?

10 **Elève 1** – Alors, on a pas encore déterminé la problématique on attend d'avoir fait un peu plus de recherches pour être sûr de notre problématique.

Restaurateur - D'accord.

15 **Elève 1** - Mais le but est de vraiment étudier au niveau des restaurateurs qu'est ce qui est le plus rentable pour eux, passer par un intermédiaire ou non.

Elève 2 – Et même l'avenir de la livraison à domicile.

20 **Restaurateur** - D'accord, OK, c'est un sujet passionnant ça en plus c'est en train de changer ! Il y a de nouveaux acteurs qui lèvent des millions d'euros et tout.

Elève 1 - C'est pour ça, on pense que c'est vraiment un sujet d'actualité donc...

25 **Restaurateur** - Ouais, c'est un bon sujet.

Elève 1 - On pense aussi oui.

(Rires)

30

Restaurateur - Je vous écoute.

Elève 1 - Donc d'abord, pouvez-vous nous expliquer un peu votre concept.

35 **Restaurateur** – *Duck Me* ?

Elève 1 – *Duck Me* oui.

40 **Restaurateur** – *Duck Me* c'est un fast-food qui met en avant des produits interprétés uniquement avec de la viande de canard du sud-ouest. L'idée est de se positionner sur un segment qu'on appelle *fast casual* qui est du *fast food* un peu plus haut de gamme en fait, du moins avec des produits qu'on a sélectionné, qui sont des produits soit de terroir, soit de qualité, enfin ça dépend, nous c'est les deux c'est à la fois du terroir et de qualité. Et se positionner sur un marché qui vient offrir un peu une alternative aux fast-food *mainstrim*, on peut prendre Mcdonald comme exemple le plus parlant, donc voilà, avec un ticket moyen assez faible, un service au comptoir rapide mais avec des produits de qualités, nous c'est avec le canard qu'on fait ça.

45

Elève 1 - D'accord, et pourquoi le canard ?

Restaurateur - Pourquoi pas ?

50

(Rires)

55 **Restaurateur** - Pourquoi le canard, parce qu'on est toulousain, parce qu'on pense que c'est un produit génial, c'est un produit populaire puisqu'il y a beaucoup de gens qui aiment ça donc ça parle à beaucoup de français, qu'on est fort dans la production et dans l'élevage de cette viande-là surtout en Midi-Pyrénées du coup c'est utilisé les forces de l'élevage et de l'agriculture de la région et ça n'existait pas.

Elève 1 - D'accord, au niveau de la livraison à domicile donc on a constaté que vous étiez sur *Deliveroo*...

60 **Restaurateur** - C'est ça !

Elève 1 - Donc on voulait savoir pourquoi déjà vous avez décidé de développer la livraison à domicile ?

65 **Restaurateur** - Hum, Pourquoi ?

Elève 1 – Oui.

70 **Restaurateur** - Tout simplement pour s'ouvrir à un marché que l'on avait pas. Donc on a commencé il y a un an avec *Deliveroo* en exclusivité alors qu'il y avait *Take Eat Easy* qui était encore sur le marché.

Elève 1 - D'accord.

75 **Restaurateur** - Ça vous a pas échappé qu'ils ont fondu les plombs. Ben, c'était très simple, nous, c'était l'idée d'aller chercher plus de chiffre. A la fois chercher du chiffre et du chiffre qu'on a pas en restaurant selon si on le fait partir « rue de la pomme » qui est un petit restaurant, premier restaurant qu'on a qui est plus petit.

Elève 1 & 2 - D'accord.

80 **Restaurateur** - Et aussi faire connaître la marque, comme du coup on est une jeune marque, on a besoin de faire connaître notre offre au plus grand nombre et comme ils arrivaient hyper agressifs avec des grandes campagnes de com', c'était aussi pour nous une vitrine en plus de nos magasins.

Elève 1 & 2 - D'accord.

85 **Restaurateur** - Donc c'est marketing et business. Mais c'est plus marketing que business, parce que business on va en parler mais on gagne rien !

Elève 1 - D'accord.

90 **Elève 2** - Donc du coup vous avez commencé la livraison à domicile après avoir créé ?

95 **Restaurateur** - Ouais c'est ça. Nous, on a commencé, on voulait pas faire de la livraison, on était vraiment sur place ou à emporter, on ne faisait pas de service livraison pour des raisons économiques et des raisons organoleptiques aussi, de la tenue du produit. Et, c'est un sujet à part entière la livraison, c'est vraiment un autre métier donc on a jamais imaginé faire de la livraison et puis voilà, c'est dans l'air du temps. Et une fois de plus ils arrivent, ils ont un peu révolutionné le marché, *Take Eat Easy* et *Deliveroo* quand ils sont arrivés, ils proposaient déjà une technologie différente, un service, une notion de service différente que le livreur de pizza en mobylette, le côté un peu écolo à vélo, le côté rapidité du service c'est à dire qu'ils s'engagent à vraiment livrer rapidement, ils arrivent à tenir des délais parce qu'ils mettent les moyens dans la flotte de coursiers. Donc voilà, ils débloquaient quelques freins en fait à ce qu'on avait nous à la livraison. Qui sont :

- 1) L'image de marque : le scooter c'est quand même pas terrible
- 2) La rapidité de service
- 3) La qualité de service c'est à dire comment le livreur intervient auprès du client, est-ce qu'il est souriant ? est-ce qu'il lui envoie la boîte dans la g***** du mec ? est-ce qu'il va jusqu'au bout ? Qu'il vienne pas souiller notre image de marque...
- 4) Bon la ça se discute parce c'est des grands mots, qu'ils avaient étudié un peu leurs bagages, la technologie qui est utilisée, le truc pour maintenir au chaud, le froid d'un côté, le chaud de l'autre... Ils expliquaient qu'ils avaient des études et qu'apparemment le produit bouger pas...

100 Mais bon, on sait tous que la frite quand elle est livrée 5 min après, elle est toute molle mais ils étaient assez rassurant là-dessus et grosse grosse campagne marketing quoi : super visibilité dès le début.

Elève 2 -D'accord, et pourquoi vous avez choisi *Deliveroo* alors qu'il y a *Allo resto* aussi sur Toulouse ?

105 **Restaurateur** - Mouais beaucoup moins qualitatif, *Allo resto* ils sont en train de changer maintenant un peu mais au début ben eux, ils ne sont pas qu'à vélo mais aussi en scooter donc ça moi je voulais pas. L'image du scooter ça fait vraiment pizza, c'est pas qualitatif du tout et *Allo resto*... Il y a *Deliveroo*, il y a une sélection

des concepts et des restaurants qui livrent, ils ont un positionnement un peu haut de gamme alors qu'*Allo Resto*, il y a du tout-venant : kebab, machin... C'est pas le cas de *Deliveroo*.

120 **Elève 1** - D'accord, et au niveau de *Deliveroo*, c'est vous qui êtes allé vers eux ou c'est eux qui sont venus vers vous ?

Restaurateur - C'est eux.

125 **Elève 1** - D'accord et au niveau de la prise de contact ça se passe comment ils viennent vers vous et proposent ?

130 **Restaurateur** – Ben, c'est eux et *Take Eat Easy*, ils sont arrivés en même temps sur le marché je crois à une semaine d'intervalle ou deux semaines. Et les deux nous ont appelés en même temps pour qu'on vienne sur leur plateforme et là, ça s'est joué un peu au feeling. Nous, on a préféré les 2 jeunes commerciaux de *Deliveroo*, c'est pour ça qu'on a signé avec eux parce que du coup on est en exclusivité. Maintenant ça ne veut plus rien dire parce que *Take Eat Easy* n'existe plus mais nous, quand on a commencé on était en exclusivité chez eux. Certains ont décidé d'être sur les deux plateformes et du coup on a réduit un peu notre commission qui est de 25 %.

135 **Elève 2** - D'accord.

Elève 1 - Je pensais pas qu'on ne pouvait pas être sur les deux. Vous, vous avez décidé d'être exclusivement sur *Deliveroo* mais je pensais qu'on pouvait être sur les deux !

140 **Restaurateur** - ha si si !!

Elève 1 - Je pensais qu'on était exclusif.

145 **Restaurateur** - Ha non non il y en qui ont signé partout !

Elève 1 - D'accord je ne savais pas.

Elève 2 - Donc, le contrat qu'il y a avec *Deliveroo* comment ça se passe ? euh...

150 **Restaurateur** - Comment ça ? Qu'est-ce qu'il y a dans le contrat ?

Elève 2 – Oui et est-ce qu'il y a une date de fin ? Les conditions ?

155 **Restaurateur** - De mémoire, les conditions elles sont variables d'un restaurant à l'autre, ça dépend de la négociation qu'on a avec eux mais en règle générale au début il y avait de la gratuité sur les deux, trois premiers mois, il y a pas d'obligations, il y a pas de date limite dans le temps c'est à dire qu'il y a pas d'obligation d'engagement.

160 **Elève 2** - D'accord.

165 **Restaurateur** - C'est à dire qu'on peut se désengager de la plateforme quand on veut, ils sont très flexible sur les contrats en fait. Pas d'engagement dans la durée et après il y a la commission qui vient s'appliquer. Après, si vous avez plus ou moins un nom ça leur plaît de vous avoir parce qu'il faut qu'ils vendent un portefeuille de marque sympa et qui change et nous on avait la chance d'être un peu connu sur Toulouse donc on a pu négocier les termes que l'on voulait. Mais après voilà, c'est sans obligation d'engagement et le taux, la remise... la participation qu'ils prennent qui prélèvent dépend du restaurateur. Nous, c'est 25 mais en règle générale c'est 30 % de commission.

170 **Elève 1** - Oui c'est vrai qu'on avait vu que c'était 30 mais je pensais que c'était fixe, je pensais pas du tout qu'on pouvait négocier.

Restaurateur – Non.

175 **Elève 1** - D'accord

Elève 2 - Au niveau des avantages et des inconvénients de la livraison à domicile, il y a plus d'avantages que d'inconvénients... ?

180 **Restaurateur** - D'un point de vue quoi ? Business ?

Elève 2 – Ben, d'un point de vue business ou même au niveau des produits...

185 **Restaurateur** - Moi je pense qu'il y a des avantages et des inconvénients mais je pense que vous les connaissez, vous pouvez les faire vous-mêmes les avantages et inconvénients !!

Les avantages c'est que :

- ça ouvre du coup à un marché plus grand
- que puisqu'ils vont livrer à des kilomètres il y a des gens qui viendraient pas chez nous
- les non-consommateurs absolus qui soudainement rentrent dans votre zone de ménage, de chalandise
- 190 - Et donc ça, ça vous fait augmenter quand même votre chiffre d'affaires, ça parle de vous et ça vous offre une visibilité une vitrine supplémentaire virtuelle et donc du coup ça vous donne de la visibilité.

Et les inconvénients je pense que :

195 - le produit est un peu dégradé, il arrive moins bon forcément et moins frais

- donc il y a peut-être une perception client qui est un peu moins bonne.

Je sais pas ça serait intéressant d'ailleurs que vous regardiez la perception client si les exigences sont les mêmes qu'un client qui vient au restaurant, qu'un client qui reçoit par Deliveroo. Je ne crois pas, par exemple, avoir eu trop de retour *Tripadvisor* ou sur des sites comme ça d'avis en ligne via des clients qui ont consommé sur *Deliveroo*. Bien souvent je pense que quand ils passent par *Deliveroo*, je pense que c'est *Deliveroo* qui garantit un peu le truc donc du coup s'il y a une mauvaise expérience client, je pense qu'ils vont aller plutôt se plaindre à *Deliveroo* que d'aller, se dire que *Duck Me* c'est pas bon. Enfin je pense !! Du coup ça freine un peu il y a comme une seconde barrière comme si c'était *Deliveroo* leur fournisseurs ou restaurateurs et pas... Mais moi, je pense et je suis sûr que le produit est dégradé un peu et c'est la marge qu'ils prennent. On en tire rien, on en tire pas de bénéfices réels et le gros inconvénient c'est que, et ça c'est très dur, c'est pareil si vous arrivez à évaluer ça je suis preneur : « c'est quel est le nombre de personnes qui arrêtent de venir chez vous, qui était des clients et qui décide de se faire livrer ? »

205 **Elève 1** - D'accord.

210 **Restaurateur** - Parce que là, vous êtes doublement perdant c'est à dire que vous faites baisser votre fréquentation en restaurant, « vous avez fait un transfert de clientèle de votre restaurant vers la plateforme *Deliveroo* et vous avez perdu près de 25 % de votre chiffre ». En fait, vous augmentez le chiffre mais vous perdez un certain pourcentage de marge, ça c'est vraiment dur !

215 **Elève 2** - Vous avez déjà eu des critiques que le produit était dégradé ou... ?

220 **Restaurateur** - Non justement, j'ai jamais trop eu ça on en a pas noté, nous, sur *Tripadvisor* ou sur *Google My Business*. De temps en temps, on a déjà eu un ou deux trucs des gens qui étaient déçus par la taille d'un sandwich ou quoi, mais j'ai pas le sentiment qu'ils en tiennent trop, il faudrait faire une petite étude conso pour savoir, par exemple, la frite typique, la frite molle c'est quand même moins agréable ! Est-ce que les gens du coup s'y attendent et savent que c'est le chemin de livraison et c'est le fait de se faire livrer qui est moins bon et du coup ils descendent leurs exigences. Vous, vous avez déjà commandé sur *Deliveroo* ?

225 **Elève 1** - Oui mais on a pas commandé de plats chauds, on a commandé des cupcakes

Elève 1 - Des cupcakes ?

(rires)

230 **Elève 2** - Oui pour le goûter !!

Restaurateur - Il est où le truc ?

235 **Elève 2** - Pas très loin d'Esquirol.

- Restaurateur** - D'accord.
- Elève 1** - Il s'appelle Cup N cake.
- 240 **Restaurateur** - Ha oui d'accord.
- Elève 1** - Mais on aimerait bien tester !! Pour le projet tutoré on va le faire, on va essayer de commander avec plusieurs restaurants dont votre restaurant afin de voir...
- 245 **Restaurateur** - Faire un comparatif ?
- Elève 2** - Oui de comparer le temps de livraison, la qualité...
- 250 **Restaurateur** - Vous allez voir mais je pense, à mon avis que ça se dégrade, mais voilà moi, j'ai déjà bouffer des frites pas les miennes mais des burgers sur *Deliveroo* et franchement elles étaient mauvaises mais je pouvais pas dire...
- Elève 1** - On peut pas critiquer parce qu'il y a le temps...
- 255 **Restaurateur** - C'est compliqué de dire que c'est la faute du restaurateur, on sait très bien que c'est la livraison qui a un peu usé le produit !
- Elève 2** - D'accord. Au niveau donc du nombre de repas, vous avez une idée de si vous vendez plus le midi ou le soir ?
- 260 **Restaurateur** - Le soir.
- Elève 2** - Le soir ?
- 265 **Restaurateur** - Le soir et le dimanche soir. Le soir et les week-ends.
- Elève 1** - Le soir et les week-ends d'accord. En terme de chiffre d'affaires, vous avez une idée de combien ça représente en pourcentage en plus grâce à la livraison ?
- 270 **Restaurateur** - Pas en plus, enfin ce qui est difficile c'est de savoir en plus !! Je peux vous dire ce que ça représente en part de mon chiffre d'affaires par mois et c'est gros parce que nous, on est de gros gros faiseur chez *Deliveroo*. Ça peut aller jusqu'à 30 % par mois donc c'est énorme et c'est pas en plus du coup ! C'est là où, sur les 30 % il y en a peut-être 10 qui sont en plus, qu'on aurait pas fait et 20 ce sont des mecs qui ont la flemme et qui serait venu et du coup se font livrer. Ça c'est hyper dur à dire !
Vous les avez appelé *Deliveroo* ?
- 275 **Elève 1** - Oui, on essaie de les contacter mais c'est assez compliqué parce que le siège est en Angleterre.
- Restaurateur** - Non mais il faut passer par les commerciaux d'ici !
- 280 **Elève 2** - C'est pour ça, on essaie d'avoir un interview avec eux aussi mais c'est assez compliqué.
- Restaurateur** - Ha ouais ? Vous les avez eu Maxime et... les deux personnes qui sont sur la zone ?
- 285 **Elève 1** - Non.
- Elève 2** - Vous auriez leurs contacts ? Ça nous arrangerait !!
- (Rires)
- 290 **Restaurateur** - Ben oui, vous avez mon adresse mail ?
- Elève 1** - Non même pas.
- 295 **Restaurateur** - Attendez je vais vous donner ma carte. Envoyez moi un mail et je vous enverrai, je vous donnerai leurs mails.

Elève 1 - Ha ben très bien, on fait d'une pierre deux coups !!

300 **Restaurateur** - Mais parce qu'eux, ils ont un logiciel assez puissant donc on sait exactement les zones dans
lesquelles on a livré, on a des reporting assez bien fait et nous, aussi on le constate parce qu'en restaurant on
voit l'adresse de la personne qui a commandé et des fois, c'est à deux rues, c'est même dans la même rue du
restaurant quoi !! On a déjà eu des commandes, les gars ils sont à trois minutes à pieds donc là c'est obliger
ces mecs-là, ils seraient venus donc là c'est de la perte. Enfin ce que je veux dire c'est qu'on a maintenu le
305 chiffre mais on se bouffe la marge pour rien quoi et après par contre sur des zones, je sais pas, quand on livre
à plus de 10 minutes à pieds c'est sûr, ceux-là on les aurait jamais capté donc en fait, pour être sûr, faudrait
faire par zone géographique, voir tous ce qui sont dans un périmètre d'accessibilité à pied... Imaginez qu'ils
soient là, ils se seraient bougé le c** avant que *Deliveroo* arrive et tous ceux qui sont plus loin ils l'auraient
pas fait parce que ça devient trop contraignant et là ça va ouvrir un autre champ des possibles. Mais moi, je
310 pense qu'à 5 minutes à pied les gens se seraient bougés mais là on est en train de changer de mode de
consommation, les gens ont plus l'habitude, décide de ne plus se bouger quoi.

Elève 1 & 2 - D'accord.

315 **Elève 2** - Même, vous faites à emporter en plus !!

Restaurateur – Ouais.

Elève 2 - Donc rien ne les empêche de venir chercher, se déplacer ?

320 **Restaurateur** - Ouais ouais clairement. Vous avez le modèle c'est deux euros pour se faire livrer.

Elève 1 - C'est pour ça c'est pas... Si on est à trois minutes je pense que c'est plus utile de venir directement...

Restaurateur - Vous le feriez ?

325 **Elève 1** - Si j'étais à trois minutes oui, enfin étant donné que moi je suis un peu plus loin mais après si j'étais
à côté...

Restaurateur - Vous viendriez directement au restaurant ?

330 **Elève 1** – Oui.

Restaurateur – Vous êtes sûre ?

335 **Elève 1** - Oui étant donné que la livraison...

Restaurateur - Moi je me fais livrer des sushis j'habite au niveau du monument aux morts, le truc il est en
face de chez moi !!

(Rires)

340 **Restaurateur** - Je veux dire en plus les sushis c'est au même prix, pour les sushis c'est inclus dans le prix, les
sushis c'est très cher, enfin quand vous voyez le ticket moyen d'un sushi c'est abusé pour manger bien, faut
lâcher 20 balles donc n**** je bouge pas !! (Rires) Quitte à lâcher 20 balles, il me l'emmène, je reste en caleçon
quoi c'est le côté un peu branleur, c'est un peu le côté du room service tu vois ce que je veux dire nan. Ils ont
345 ramené un service à la personne et une facilité de service à domicile qui est, avec un modèle, avec une barrière
à l'entrée qui est nul, la seule barrière qui venait avant c'était le prix. La pizza, c'est genre vous preniez, c'était
deux fois le prix en livraison je sais pas si vous avez déjà commandé des pizzas ? Ou si vous bouffez des
pizzas ?

350 **Elève 1** - Oui mais pas les commander, on habite dans des petits patelins donc on va les chercher !!

Restaurateur - Vous venez d'où ?

355 **Elève 2** - Ici à Toulouse ?

Restaurateur – Ouais.

Elève 2 - Nous à François Verdier mais pour l'instant on a pas commandé de pizzas.

360 **Restaurateur** – Ben, il y a la boîte à pizza par exemple place Dupuy non ?

Elève 2 – Mouais...

365 **Restaurateur** - Vous venez d'arriver sur Toulouse ?

Elève 2 - Oui c'est ça, depuis septembre.

Restaurateur - Ha depuis septembre mais on est en novembre les filles, faut se bouger ! La place Dupuy vous voyez ou pas ? Non sérieux mais vous habitez à François Verdier ?

370

Elève 2 – Oui

Restaurateur – Ben, François Verdier la place Dupuy, c'est là où il y a la halle aux grains, la pharmacie, eat sushi... vous voyez ?

375

Elève 2 - Ah mais oui c'est bon je vois, c'est chez moi !!

Restaurateur - La boîte à pizza typiquement toutes les chaînes de pizza avant, c'est le cas encore maintenant je pense. Il y a beaucoup de couponing de pizza parce qu'ils font de forte marge. Quand vous payez une pizza 15 balles, bien souvent, il y a des marges tellement forte qu'ils peuvent vous faire une achetée et une offerte, c'est comme ça. On paye jamais 15 euros vous voyez ce que je veux dire, et typiquement la dernière fois, j'appelle et en livraison c'était genre 15 balles et il me dit si vous venez la chercher c'est 7 euros, vous voyez la différence.

380

385 **Elève 2** - Ah oui !!

Restaurateur - La différence entre le prix d'un truc qu'on fait livrer et le truc quand on se déplace justifie que le mec on le paye un peu parce que ils font déplacer le scooter... Donc là, c'est dissuasif plutôt que de me faire livrer, je vais m'en faire livrer deux pour le même prix mais là, c'est deux euros quoi.

390

Restaurateur - Oui c'est dérisoire. Donc la barrière de la livraison, elle est folle de deux euros et les prix, la politique de Deliveroo et la politique de toutes ces plateformes là c'est que les prix sont les mêmes qu'en restaurant. Là où, on pourrait dire, on peut augmenter un peu nos prix parce que du coup c'est en livraison il y a une personne qui se déplace... On pourrait faire porter la charge du livreur. Faut voir le modèle économique du truc en fait. Au lieu de faire porter la charge au client ils l'ont fait porter au restaurateur. Sur 10 euros ça fait 2,5 €. On est bien d'accord jusqu'à là ? Et le client paie 2 euros c'est à dire que moi je paye plus que le client donc c'est hallucinant et encore moi c'est pas cher 25 % parce qu'on est mieux logé. La plupart c'est 30 % donc sur un menu à 10 balles, trois euros, ils lâchent plus que ce que le client lâche. Pour se faire livrer tout est supporté par le restaurateur et une partie par Deliveroo parce que eux, ils bouffent de l'argent aussi. Ils veulent vraiment, je pense qu'ils ont l'idée vraiment de faire, que livrer ou pas livrer ça va être le même prix comme si le service de livraison maintenant c'était acquis donc c'est sûr que c'est en train d'exploser mais ça explose tellement que *Take Eat Easy* ils ont planté 25 millions d'euros en 6 mois.

395

400

Elève 2 - Vous pensez que ça va continuer la livraison à domicile ou que c'est juste un phénomène de mode et que c'est passager ?

405

Restaurateur - Non, moi je pense pas que c'est un phénomène de mode parce que ...

410

Elève 1 - C'est un besoin ? Un service ?

Restaurateur - Si je vous dis je crée, on crée une boîte ensemble, on crée une boulangerie en ligne et pour 1 euro de plus vous avez votre baguette chez vous je dépanne la baguette chez vous en 1/4 d'heure vous allez dire ok non ? Ça va pas être un phénomène de mode mais ça va être juste tellement pratique et ça vous rend la vie tellement plus facile que ça va devenir un mode de vie, un mode de consommation chez vous. Et au bout d'un moment, vous allez plus acheter la baguette chez le boulanger mais chez vous, vous avez l'application

415

boom boom boom et il y a une tradition qui arrive au bout d'un quart d'heure bim ! Donc, c'est très chaud pour la restauration, ça se pose de vraie question sur le marché. Eux, bouffé de l'argent parce que quand même faut payer, la seule limite c'est que si on veut que ça marche, faut que ça soit réactif c'est à dire que les gens aujourd'hui veulent plus attendre. Aujourd'hui, on est plus près à attendre une heure une pizza faut que ça arrive dans les 25-30 minutes. Il faut que le service et l'application soit USUFRIENDLY c'est à dire vraiment que ce soit innée en deux, trois clics vous allez sur Deliveroo vous l'avez l'application ?

Elève 1 & 2 - Oui

425 **Restaurateur** - C'est hyper bien fait ! Vous commandez toum toum toum, il a déjà enregistré votre carte bleu et en 3 minutes poum, il vous a pris 20 balles et vous vous êtes rendu compte de rien. Vous vous êtes fait plaisir et ça ils font hyper gaffe à ça. Quand vous discuterez avec les mecs, ils vous disent qu'il faut que vraiment ce moment de consommation, il faut qu'il soit rapide parce que après on regrette tout de suite ou faut qu'on fasse la connerie de foutre 35 euros de sushis et ah ouais on a cliqué 4 fois sur le truc et il vous rappelle même ce que vous commandez d'habitude donc il vous dit : est-ce que c'est comme la dernière fois ? Franchement, si vous faites oui oui oui, vous avez 30 euros de sushis qui arrivent en 20 minutes. C'est ça le truc donc ça c'est hyper puissant et ils sont hyper réactif en 25 minutes en plus l'application est super smart vous avez le coursier qui vous dit : « attention je suis parti, je suis là dans 5 minutes », on peut le suivre, on voit le nom du mec et là il arrive et c'est généralement un beau gosse de 22 ans, un peu musclé donc voilà. Le truc il est top ! C'est hyper bien penser mais il bouffé de l'argent, c'est pas rentable encore mais c'est en faisant du volume qu'ils vont y arriver parce qu'ils ont des coursiers de partout, je sais plus combien de coursiers ils ont mais c'est un truc de fou. Ils sont obligés d'avoir ce nombre de coursiers-là pour assurer la rapidité de livraison mais il y a des soirs, vous les voyez au Capitole, ils sont 30 à côté de leur vélo, ils attendent et ils sont payés les mecs.

440 **Elève 2** - Il y en a un qui nous as dit qu'ils étaient beaucoup le soir, certains soirs.

Restaurateur - Hum, et ils sont payés donc ils en ont rien à branlé eux !

Elève 1 - Ouais !

445 **Restaurateur** - Y a ça et ce qui peut fragiliser aussi, c'est qu'ils sont sur un vide juridique euh notamment sur la loi du travail c'est-à-dire que tous les coursiers sont auto-entrepreneurs en fait.

Elève 2 – Oui.

450 **Restaurateur** - Je sais pas si vous avez vu un peu le modèle, c'est très limite à mon avis et si jamais, si jamais y a soudainement un mec qui requalifie ça en salariat, euh, parce que voilà, effectivement il s'est planté contre un camion et du coup il a droit à rien parce qu'il est auto-entrepreneur, il a pas de chômage, la famille a rien, elle ramène pas de... Voilà son épouse aura que dal car il était auto-entrepreneur donc il a pas de caisse, il a pas de machin. Si jamais ça porte le pète en justice et qu'on requalifie parce que très clairement c'est du salariat déguisé ! Ils ont qu'une entreprise pour laquelle ils travaillent, enfin c'est très très limite au niveau de la loi et si jamais ça passe en... si une jurisprudence s'installe et qu'en fait, c'est comme UBER en fait ils se font tous recadrer. Là ça marchera pas parce que du coup il ne relance personne 7 net de l'heure avec une prime à la course et si ils se mettent à payer les charges qu'on paye nous sur un smic horaire, c'est mort ! Ils ne pourront pas le payer donc soit ils sont obligé de monter le prix de la livraison à 4 ou 5 € mais je pense que 2 €, ils sont parti trop loin.

Elève 1 - Après comme vous dites, à voir si en faisant de la masse, ça sera rentable pour eux !

465 **Restaurateur** - C'est ce qu'ils veulent, faire de la masse et, puis, ils ont des gros fichiers clients quoi voilà

Elève 1 - Pour l'instant, ils sont bien partis pour faire de la masse parce que y en a quand même beaucoup des restaurants qui utilisent *Deliveroo*, qui passe par un intermédiaire donc euh...

470 **Restaurateur** - Oui oui, non non mais ils sont en train de rentrer dans le marché fortement donc ça va et je sais pas combien de clients ils livrent mais je pense qu'ils en livrent de plus en plus. Y a une donnée économique que je maîtrise pas mais ça il faut voir des financiers un peu pointu mais y a la « data bays », y a le big data derrière, une des forces, puissances économiques de ces mecs-là, de ce qu'on appelle « efood », la restauration en ligne, c'est qu'ils ont le portefeuille, ils ont une base de données qui vaut du pognon quoi. Ça, ça rentre pas dans nous les restaurateurs, on a pas cette notion-là d'économie, eux ils ont, soudainement s'ils veulent faire

- de la pub pour moi, un des modèles économiques de Deliveroo, ça pourrait être demain en faisant des campagnes de pub sur un site, on pourrait me demander pour 200 balles, j'envoie à tous les mecs que je livre ta promo. Je pense que à terme c'est comme ça qu'ils feront de l'oseille et au début c'était de la folie, ils ont donné 10 balles à tout le monde pour leur première commande, nous on avait, dès que vous vous inscrivez, vous parrainez quelqu'un vous avait 10 € gratuit enfin voilà !
- 480 **Elève 1** - D'accord. Et on a vu aussi que vous faisiez souvent des événements par exemple vous étiez à la Color Me Rad, vous faites souvent d'autres événements comme ça pour faire parler un peu de votre marque ?
- 485 **Restaurateur** - Oui, on est au stade Toulousain aussi
- Elève 1** - D'accord
- 490 **Restaurateur** - On est au match à domicile au stade Toulousain, là on va aller au TFSC aussi. On essaye un peu de faire ça oui.
- Elève 1** - Ça marche bien ?
- 495 **Restaurateur** - Oui oui, ça ça marche euh... en terme de communication tu veux dire ?
- Elève 1** - En termes de communication et de chiffres, de business ?
- Restaurateur** - Oui oui c'est bien, vous étiez à la Color Me Rad ou quoi ?
- 500 **Elève 1 et 2** - Oui (*en rigolant tous ensemble*)
- Elève 1** - On a attendu quoi, 45 min pour avoir un hamburger
- Elève 2** - C'était la folie !
- 505 **Restaurateur** - Eh ben ouais là, ça marche bien par contre (*en rigolant*)
- Elève 1** - Je vous demande mais je savais que ça marchait bien !! (*Rires*)
- 510 **Restaurateur** - Non la Color Me Rad c'était chaud, ça envoyé grave après c'est pas tout le temps hyper juste c'est truc là mais y en a deux ou trois franchement qui cartonne bien. Et puis, pour l'image c'est cool, faire des événements comme ça c'est cool aussi.
- Elève 1** - D'accord
- 515 **Restaurateur** - Et ça c'est par curiosité parce que c'est pas dans le thème ! (*rires*)
- Elève 1** - Non c'est par curiosité (*rires*)
- 520 **Elève 1** - En terme de chiffres, on voulait savoir si vous aviez par exemple en terme de CA, vous avez pas une idée de, du CA en plus que vous apporte juste cette partie-là ?
- Restaurateur** - Deliveroo ?
- 525 **Elève 1** - Oui
- Restaurateur** - Ah non euh... ben je vous ai dit, c'est 30 % de mon chiffre donc sur un mois, je fais quoi ? 380 000 € à l'année donc des mois à 32 000 ou 33 000 € donc ça peut faire vite, 10 000 ; 12 000 € quoi par mois. Mais là je vous dis ce que je fais par mois mais par exemple on a pas de progression énorme par rapport à l'année dernière en croissance. Au mois d'octobre l'année dernière, j'en étais à peu près à la même chose sans Deliveroo.
- 530 **Elève 1** - D'accord.

- 535 **Restaurateur** - Je pense qu'ils m'ont bouffé des clients, alors c'est un peu la crise en ce moment mais c'est dur le business, c'est dur en ce moment donc voilà, on aurait peut-être fait 10 % de moins et là on se maintient avec *Deliveroo* donc ils nous ont peut-être fait 10 % de plus quoi en gros. Mais ça n'augmente pas 30 % de plus, moi je le vois, ils ont pris des clients qui venaient « au restaurant » et puis voilà. On peut être servi, c'est royal quoi !
- 540 **Elève 2** - Et par jour, vous savez à peu près euh...
- Restaurateur** - Le nombre de commande ?
- 545 **Elève 2** - Oui
- Restaurateur** - C'est très variable
- Elève 1** - Ça dépend le week-end et les soirs ?
- 550 **Elève 2** - Oui, oui...
- Restaurateur** - C'est très variant entre le midi, le soir / la semaine, le week-end. Le plus gros soir c'est le dimanche soir
- 555 **Elève 2** – Ha bon !
- Elève 1** - Oui tu as pas envie de faire à manger le dimanche soir !
- 560 **Elève 2** – Oui, c'est vrai.
- Restaurateur** - Ça, frigo vide et le week-end on se fait livrer un truc. Ouais le dimanche, c'est pouf !
- Elève 1** - Ouais comparé à un jour, le lundi midi, ça passe à, on multiplie par combien le nombre de couverts ?
- 565 **Restaurateur** - On double notre euh...
- Elève 1** - Vous doublez !!!
- 570 **Restaurateur** - Ouais ouais.
- Elève 1** - Ah c'est pas négligeable !
- Restaurateur** - Ah non non non, c'est pour ça c'est chiant, on est content d'être avec eux, eux je pense qu'ils sont content d'être avec nous aussi mais on sent quand même qu'on se fait douiller un peu, on sent que c'est pas sain, que c'est un peu une bulle spéculative c'est-à-dire que on le fait parce que le business est dur. « Si on se gavait », si on avait pas besoin de ça, on le ferai pas. Ils profitent du fait que les restaurateurs souffrent aujourd'hui, la restauration s'annonce un peu plus difficile que le business, beaucoup de concurrence, que les loyers sont hyper chers, que les pas de porte sont hyper chère et que du coup on cherche toujours à gratter un peu de chiffre pour essayer de passer la barre et s'en sortir. Si vous prenez le marché de la restauration il y a 10 ans qui était beaucoup plus rentable entre guillemet il y avait moins ce phénomène de crise moins de concurrence très très vite très très dur notamment sur le prix, on arrivait à faire partir des trucs à un prix raisonnable et les gens se plaignaient pas du prix à cette époque-là je pense que ça n'aurait pas marché comme ça. Ils seraient venu voir un restaurateur en lui disant ouais machin on va vous livrer mais on va vous prendre 30 % de votre machin, l'autre il lui aurait dit « ouais mais attend mais ça va pas ou quoi ». Donc en fait, dans la restauration vous connaissez les marges : 30 % c'est votre foodcost votre coût matière donc c'est énorme, ils vous prennent quasiment autant que ce que vous mettez dans l'assiette
- 585 **Elève 1** - C'est ce qui en général..., c'est pour ça que certains restaurants préfèrent ne pas utiliser *Deliveroo* et passer par des modes de livraisons, par ces propres moyens. Après c'est vrai que 30 % c'est énorme !
- Restaurateur** - Vous imaginez 12000 euros, ils prennent 30 % dessus donc ça fait pas mal, ça va vous le payer le livreur avec 3500 balles mais c'est peut-être pas tous les mois. Après il y a aussi le côté variable quand vous en faites pas, vous payez pas alors que le livreur si vous le faites se déplacer vous le payer. Voilà c'est un peu

595 l'extermination des services, c'est pareil c'est un peu la mode en ce moment. Si la main d'œuvre coûtait moins chère, parce qu'en plus ils ont une main d'œuvre déloyalement chère c'est comme si moi tous mes employés je les mettais en auto-entrepreneur, ça devenait des employés auto-entrepreneurs et que je payais pas les charges ça me coûterait moins cher.

600 **Elève 2** - Ah oui.

Restaurateur - Si je les faisais bosser entre deux concepts et un laboratoire et que du coup on leur faisait des contrats avec les trois, on pourrait faire des freelances dans la restauration, les extras c'est un peu ça. Vous faites des extras, le mec il arrive, et on vous paye 10 de l'heure non ?

605

Elève 1 - Oui à peu près ça dépend.

Restaurateur - Voilà donc lui ça lui coûte plus cher au mec que 10 de l'heure.

610 **Elève 1** - Et je voulais savoir étant donné que vous dites qu'au fur et à mesure ça vous vide votre restaurant, étant donné que les gens du coup préfèrent commander chez eux, donc si vous voyez que dans 1 ou 2 années, ça déserte votre restaurant, vous seriez capable d'arrêter avec *Deliveroo* ? Vous arriveriez maintenant à vous passer de *Deliveroo* ?

615 **Restaurateur** - Euh... non ! Fin pas non mais se serait compliqué mais là on est en train de changer le concept de la rue de la pomme on va faire un petit côté bar, bar à tapas, à vin et tout. Voilà, faut qu'on s'adapte. Non la question c'est comment on les utilise eux, elle est la vraie question. Là, pour l'instant ils nous utilisent. Mais nous, on va les utiliser eux.

620 Donc on va créer 4 concepts de restauration, qu'on va faire dans la cave là et les coursiers ils viendront les chercher ici.

Elève 2 - Quoi ? C'est un projet que vous avez ?

625 **Restaurateur** - Oui, et vous vous me dites ouais, j'ai toujours rêvé de réaliser des empanadas ! Moi je vous dis : « ok le soir je vous loue une partie de mon truc, vous vous mettez là et vous faites des empanadas et vous avez la tablette de *Deliveroo* et vous leur dites les empanadas de... ». Je sais pas comment tu t'appelles ?

Elève 1 – Précilia.

630 **Restaurateur** - On appelle ça « Les empanadas de Précilia » et voilà. Vous avez votre boutique en ligne et vous avez pas acheter le pas de porte, le machin, vous faites votre truc, votre beurre. Ce qui va se passer ça va être ça en fait.

Elève 1 - Ouais ouais je vois.

635

Restaurateur - Et dans un même restaurant, il y aura 8 trucs. Il y aura les mecs de *Deliveroo* qui rentreront et qui enverront depuis chez *Duck Me* mais ils le seront pas, ils voient rentrer un mec, les empanadas de Précilia...

(Rires)

640

Elève 1 - Je vois bien le concept (*pires*) ça fait bizarre mais ouais...

Restaurateur - C'est ça que ça vaut pour eux et regarder un peu si vous faites une étude, vous faites une étude sur la livraison ?

645

Elève 1 - Oui la livraison à domicile par intermédiaire. C'est le phénomène qu'on étudie en fait.

Restaurateur - D'accord, et ben le phénomène il est énorme notamment avec *Deliveroo*, *Take Eat Easy*, *Foodora*, vous les avez vus un peu ?

650 **Elève 1** - Oui, il y en a...

Restaurateur – Donc, il y a *Take Eat Easy*, fin *Take Eat Easy* il est exit là mais *foodora* ça c'est les mecs qui mettent en relation les restaurateurs avec les clients qui livrent pour le compte des restaurateurs. Il y a un autre phénomène qui est énorme qui est monstrueux aujourd'hui c'est quoi : *foodchéri*, *Yestore*... Vous voyez toutes

- 655 ces start ups-là qui se sont montées à Paris ? Ils font du plat, plutôt du plat chaud ou plateau repas livrés directement sur le lieu de travail... Ils ont démocratisé le plat, pendant un moment vous avez eu toutes les boîtes *fleury-michon*, machin... qui se sont lancés dans le plat préparé à l'avance, là maintenant ils se mettent grâce à internet et à la plateforme web, la facilité qu'ont les gens maintenant... Et c'est des boîtes, je regardais ça tout à l'heure, je crois que *foodora*, *foodchéri*, *ystore*, machin, ils ont levé 15 millions d'euros le mois
- 660 dernier, alors qu'ils gagnent pas un rond quoi. Parce que je sais pas, les gens voient que c'est l'avenir donc ils livrent tout et n'importe quoi. Alors je sais pas comment ça fonctionne fin je sais comment ça fonctionne mais je sais pas économiquement comment ils arrivent à gagner de l'argent mais là, je sais qu'il y en a 1 ou 2, que les leaders ils livrent 10 000 repas par jour à Paris, en France et ils ont déporté la production.
- 665 **Elève 1** - C'est malin !
- Restaurateur** - Ce qui coûte cher aujourd'hui, ce qui a augmenté le plus c'est le personnel, la matière première c'est à peu près la même et c'est les loyers et les pas de portes qui ont tué la restauration c'est à dire qu'aujourd'hui, si vous voulez acheter un fonds de commerce c'est 500 000 euros. Un loyer ici c'est 50 000
- 670 euros par an, ça butte les gens, vous voyez ce que je veux dire, donc eux, ces mecs-là, ils ont compris, ils se foutent à la campagne, ils font un laboratoire de production et ils envoient des coursiers livrer. Il y a plus d'enseigne physique, de loyer physique tout ça en fait c'est des vitrines en ligne, c'est un restaurant en ligne.
- Elève 1** - Et vous vous verriez faire ça ?
- 675 **Restaurateur** - On va faire ça, fin faut pas être trop c** quoi !
- Elève 1** - Ouais c'est vrai que c'est plus rentable.
- 680 **Restaurateur** - Si je vous dis que vous avez la possibilité pour 2 000 euros de monter votre restaurant sur *Deliveroo* ça vous branche ou pas ?
- Elève 1 & 2** - Ben oui.
- 685 **Restaurateur** - Ben ouais voilà, avant pour ouvrir un restaurant il fallait au moins 150 000 euros nan ?
- Elève 1 & 2** - Oui.
- Restaurateur** - Faut les équipements, les machins, les trucs... Là moi je vous dis pour 2 000 balles, vous créez un peu de marketing, machin, vous créez votre marque, vous faites un truc, et ensuite, c'est que du variable, c'est à dire vous me louez un espace ici qui vous coûte 300 balles par mois, vous l'impactez dans votre compte de résultat et le mois prochain vous avez les petits plats de Precilia.
- 690 **Elève 1** – Les empanadas !!
- 695 **Restaurateur** – Oui les empanadas !
- (Rires)
- 700 **Restaurateur** - C'est easy quoi, c'est ça à la fois, ils vont décourager les gens à s'installer en dur parce que voilà et maintenant moi je regardais dans tous les nouveaux concepts qui se lancent, les lever de fonds et tout ça, il y a beaucoup de concept notamment sur Paris où quand ils font leur business plan ils font leur étude de marché et regarde le chiffre d'affaires. Ils ont déjà intégré qu'ils allaient faire tant en magasin et tant en ligne, ils ont intégré déjà que bon bin on fera à peu près, je sais pas 500000 euros à l'année et il y aura peut-être 300
- 705 000 euros qu'on fera en restaurant et 200 000 euros... et du coup ils équipent leur magasins et leurs restaurants et le nombre de places assises pour 300 000 euros en sachant qu'ils vont faire 500 000 euros de chiffre d'affaires parce qu'il y en a 200 qui sont fait par les coursiers. Et ça, c'était impossible de l'envisager avant ceux qui pourraient les envisager c'est les concepts à forte marge, donc la pizza et le sushi parce qu'eux ils font des marges brutes de 80 % parce que ça coûte que dalle quand ils vendent un sushi ça leur coûte deux balles !
- 710 **Elève 1** - Ah oui c'est très cher, le pire c'est que je pensais que ça allait baisser les prix des sushis avec tout ce qu'il y a, maintenant on peut se faire livrer par 50 000 sushis, il en existe partout et les prix ont pas du tout baisser.

- 715 **Restaurateur** - Ouais ouais.
- Elève 1** - Ça s'essouffle pas encore assez.
- Restaurateur** - Si si ça plonge !
- 720 **Elève 1** - Comparé au début oui, après maintenant il y en a tellement que...
- Restaurateur** - Mais oui très clairement au début ils pouvaient se le permettre parce que du coup ce qu'ils ont pas dans le food-cost, ils le mettent dans le livreur et la mobylette et le machin... c'est comme ça aussi qu'ils gagnent de l'argent mais dans le fast food comme nous, où on est à 30, 30, 30 dans la restauration, on a un coût matière qui est à peu près à 30-35 % de notre chiffre, vous pouvez pas. En plus, il vous reste rien pour payer un scooter et un machin. A moins de faire si, un menu Ducker à 10 euros en magasin et 18 en livraison ! Je ne suis pas sûr qu'il y en a qui achète.
- 725
- 730 **Elève 2** - Est ce que vous connaissez des restaurants qui faisaient de la livraison avant à domicile et qui ont arrêté ?
- Restaurateur** - Je ne crois pas non, je ne vois pas non, il y en a peut-être un ou deux qui se sont mis sur la plateforme et qui ont arrêté. Si je crois qu'il y en a 1 ou 2, qu'ils l'ont fait parce que c'était trop contraignant pour eux notamment en restauration traditionnelle, *Chez Jules*, je crois par exemple, qu'ils l'avaient fait mais ça foutait trop le bordel dans le...
- 735 **Elève 2** - Dans leur organisation ?
- 740 **Restaurateur** – Ouais, nous ça va parce que c'est le même produit qu'on envoie fait sur place ou à emporter, aujourd'hui vous avez *Bibent*, si vous voyez où c'est ou pas ?
- Elève 1 & 2** - Non.
- 745 **Restaurateur** - Sur *Deliveroo*, vous avez *Bibent* qui est un bistrot qui est au Capitole...
Elève 1 & 2 - Non...
- Restaurateur** - P***** mais il faut sortir un peu, qu'est-ce qu'il se passe là ?
- 750 (*Rires*)
- Elève 2** - Ça fait que deux mois qu'on est là !!
- Elève 1** - On travaille beaucoup, c'est les études, ça nous prend tout notre temps !!
- 755 **Restaurateur** - Vous avez *Bibent* qui est place du Capitole, un bistrot haut de gamme, vous avez le *J'Go* vous connaissez ou pas ? Le *J'Go* à Victor Hugo qui sont des bistrot haut de gamme et qui sont sur *Deliveroo*. Alors, je sais pas comment ils envoient, si c'est dans des trucs en carton ou quoi... Regardez les trucs un peu haut de gamme, vous allez tout de suite le remarquer parce que le *Bibent*, vous allez voir le prix moyen, il y a le prix sur *Deliveroo*, vous allez regarder tout de suite, c'est 30 balles le plat c'est pas un gros menu.
- 760 **Elève 2** - Autant mangé au resto !
- Restaurateur** - Voilà c'est ça. Et ils sont en livraison ces mecs-là et du coup, c'est une brigade c'est un restaurant tradi bistronomique, ils sont pas équipés, ils ont pas du tout le process pour faire de la livraison enfin de l'emporter. Donc, ce qui avait pas de l'emporter et ceux non seulement pas de livraison mais pas de l'emporter, il fallait qu'ils repensent un peu leur carte, qu'ils achètent des contenants pour faire le truc et la pour le coup c'est assez..., bouffer un machin, un magret saignant, petites pommes au four et truc à 25 balles dans un truc en carton qui a fait 25 minutes de vélo, je pense qu'ils se sont dit, non, qu'en fait c'était peut-être une connerie. Je pense qu'ils se sont retirés pour ça. Allez voir sur Paris le plus flagrant. Regardez bien ce qu'il y a sur Toulouse pour vous donner une idée mais vraiment allez sur *Deliveroo* et vous mettez une adresse parisienne au sein de Paris je crois qu'ils ont 53... fin c'est hallucinant le nombre de références qu'ils ont et il y a de tout quoi, il y a de tout. Il y a « Les comtesses Dubarry » qui est inscrit sur *Deliveroo* à Paris. Vous voyez ce que c'est « comtesse Dubarry » ?
- 770

775

Elève 1 & 2 – Non.

Restaurateur - C'est des plats de canard en conserve, c'est foie gras, machin un peu comme Labeyrie, Delpeyrat, voilà.

780

Elève 1 - Ah oui je vois.

785

Restaurateur - Vous avez je sais pas, c'est hallucinant, des glaces... il y a de tout quoi, il y a vraiment de tout sur *Deliveroo* à Paris, 30 concepts totalement différents avec des offres totalement différentes donc ça va devenir... Et regardez sur *Nestor* c'est une nouvelle plateforme de commande en ligne enfin de nourriture en ligne, c'est hallucinant. Tout à l'heure, vous pouvez acheter une tartine de beurre... Alors c'est le beurre d'Isigny, du machin du maître fromager et le pain de la meilleure baguette de Paris. Les gens, vous pouvez faire un panier avec une tartine de beurre et confiture un chocolat chaud et vous avez un petit mec qui vous amène ça, pour 2 balles de plus en livraison c'est un truc de fou. Il y a ça, il y a une enseigne sur Toulouse, une ancienne de l'Isthia, qui se lance dans le petit déjeuner, ça était un peu la mode ça aussi à Paris. Je pense qu'il y en a un ou deux qui ont percé, livraison de petit dèj.

790

Elève 2 - Ça j'ai vu que ça devait se faire mais je crois qu'il y en a pas encore sur Toulouse...

795

Restaurateur – Si, il y en a un.

Elève 2 - Oui je l'ai vu sur *Deliveroo*.

800

Restaurateur - Ah non pas sur *Deliveroo* je crois qu'elle, elle a vraiment... c'est son...

Elève 1 - Elle fait sa livraison.

(5 secondes de blanc)

805

Elève 1 - C'est quoi le nom du restaurateur qui as arrêté la...

Restaurateur – « Chez Jules », il me semble qu'ils y étaient et qu'ils ont arrêté.

810

Elève 2 - D'accord, c'est vraiment intéressant de voir pourquoi...

Restaurateur - Je veux pas vous dire de conneries mais je crois qu'ils ont arrêté.

Elève 1 & 2 - D'accord.

815

Elève 2 - Et les deux restaurateurs un peu gastro sur *Deliveroo* c'est le *Bibent* et...

Restaurateur - Le *Bibent*, vous avez le *J'Go* qui sont un peu... c'est des bistrots.

820

Elève 1 - Ça serait intéressant d'aller les voir...

Restaurateur - Le *Bibent*, allez-y c'est au Capitole en plus c'est emblématique c'est Christian Constant.

Elève 2 - Ha mais oui d'accord, c'est lui.

825

Elève 1 - Ha je savais pas qu'ils faisaient la livraison à domicile.

Restaurateur - Et ils sont sur *Deliveroo* donc en plus c'est le plus emblématique de l'écart entre le monde de *Deliveroo*, c'est un peu fast food snack, machin, truc... Bientôt vous allez pouvoir vous faire livrer Sarran, limite en 10 minutes sur *Deliveroo* ça devient aberrant !!

830

Elève 2 - C'est intéressant de savoir comment ils gardent le produit...

- 835 **Restaurateur** - Moi ça me ferait chier de le manger chez moi, je préfère manger chez lui mais si vous avez des études et que vous êtes obligé de le commander à diner, ça m'intéresse de voir je sais même pas dans quoi... est-ce que c'est du jetable hyper quali.
- Elève 2** - Même la qualité du produit comment elle arrive ?
- 840 **Restaurateur** – Est-ce que ça vieillit bien parce que là vous payez un peu cher donc ça fait chier !
- Elève 1** - A voir, de toute façon on vous enverra si vous voulez une fois le projet tutoré terminé on vous l'enverra.
- 845 **Restaurateur** - C'est quand que vous le soutenez ?
- Elève 2** - En mars ! Heu non on finit en mars, on rend l'écrit en mars et on passe l'oral en avril.
- Restaurateur** - Et après votre stage c'est quand ?
- 850 **Elève 1** - De mai jusqu'à août.
- Restaurateur** - 4 mois ?
- Elève 2** – Oui.
- 855 **Restaurateur** - Vous le chercher le stage là ?
- Elève 1** - Oui oui on est entrain.
- Restaurateur** - Vous avez trouvez ?
- 860 **Elève 1 & 2** – Non.
- (Rires)*
- 865 **Elève 1** - Moi je cherche à l'étranger c'est pour ça que je sais pourquoi je ne trouves pas mais en France après il y en a plein.
- Restaurateur** - Tu cherches où ?
- 870 **Elève 1** - Partout, hors-France et hors-Europe.
- Restaurateur** - Ah hors-Europe carrément !
- Elève 1** - Ah oui, loin je veux un dépaysement. Je veux pas rester en France, faut visiter un peu !
- 875 **Restaurateur** - Et toi ?
- Elève 2** - Moi j'attends, on a des conférences avec des professionnels donc j'attends de voir un peu les professionnels et sinon je vais voir sur l'ISTHIA il y a plein de stages donc...
- 880 **Restaurateur** – Ouais, il y a des stages en ligne, c'est à partir de quand que vous devez choisir ? Là maintenant ?
- Elève 1** - On commence à chercher mais ils nous ont dit pour les stages en France que ça ne servait à rien de trop s'affoler mais après pour l'étranger il n'y a rien sur l'ISTHIA...
- 885 **Restaurateur** - Ils proposent pas ?
- Elève 1** - Non personne n'est parti à l'étranger l'année dernière. La plupart, ils sont restés en France, il y en a 2 ou 3 qui sont parti en Malaisie, 2 ou 3 en Inde...
- 890 **Restaurateur** - Et ces deux, trois ils ont...

- 895 **Elève 1** - Il y en a une qui m'a répondu pour l'instant... mais au niveau des dates c'est tellement précis que...
- Restaurateur** - Mais ça vous pouvez...
- Elève 1** - Non on ne peut pas parce que juste avant on a cours et après ils veulent pas qu'on dépasse le 31 août.
- 900 **Restaurateur** - Mais même pour un cas particulier à l'étranger ?
- Elève 1** - Le problème c'est qu'à l'étranger, c'est généralement 6 mois ou 1 an donc 4 mois ça ne les arrange pas donc... On verra bien sinon je vais rester en France !
- 905 **Restaurateur** - M**** !
- Elève 1** - Il y a pire mais bon.
- Restaurateur** - Mais tu as déjà voyagé à l'étranger ?
- 910 **Elève 1** - Oui, fin à l'étranger, en Europe quoi.
- (Rires)*
- 915 **Restaurateur** - L'Europe c'est pas l'étranger pour toi ?
- Elève 1** - Fin c'est pas l'étranger c'est à côté, c'est pas très loin !
- Restaurateur** - Bon... vous avez posé toutes vos questions ?
- 920 **Elève 2** - Oui oui je pense.
- Elève 1** - Je pense qu'on a tout.
- 925 **Restaurateur** - C'est good ?
- Elève 2** - Merci beaucoup d'avoir répondu à toutes nos questions.
- Restaurateur** - Ben avec plaisir et ouais ouais ça m'intéresse donc, toute façon je serais peut-être... parce que l'année dernière j'étais dans le jury. J'aurai peut-être le plaisir de vous juger du coup...
- 930 **Elève 1** - Ha ben c'est sympa, il faudra être indulgent.
- Restaurateur** - Ouais bah oui oui de toute façon, il y a pas de raison que ce soit mauvais !
- 935 **Elève 1** - Non il y a pas de raison, on travaille

Annexe I : Entretien J'Go

Date de l'entretien : Le 6 décembre 2016

Durée de l'entretien : 55 minutes

5

Elève - Nous sommes un groupe d'étudiants et nous faisons un projet sur la livraison à domicile et donc pour l'instant nous sommes vraiment dans une phase de recherche, comprendre la façon dont ça marche, quelles sont les débouchés qu'il peut y avoir aussi dans la livraison à domicile... Donc, on interview pas mal de restaurateurs. Donc j'ai quelques questions pour vous.

10

Est-ce que vous pouvez me raconter grosso modo votre parcours professionnel jusqu'ici?

Restaurateur 1 - Sur l'entreprise ?

15

Elève - Sur l'entreprise.

20

Restaurateur 1 - On a ouvert en 1995, il y a 20 ans avec une formule plutôt unique avec 3 plats, une seule entrée, et un seul vin même j'ai envie de dire. C'était une option et un concept, sauf que le créateur et nous même sommes issus de famille de paysans et notre but était de défendre les paysans. Or, en faisant ce concept on allait pas dans le sens que nous souhaitions. Donc très rapidement, 2 - 3 ans après, on a changé d'optique et on a travaillé en direct avec les éleveurs et on achetait surtout toutes les bêtes entières. On a fait des tests au préalable, on a acheté des agneaux entiers au tout début et on a commencé à travailler tous les morceaux. Les éleveurs nous ont regardé en disant, mais qu'est-ce que vous allez faire des poitrines, qu'est-ce que vous allez faire des avants? et voilà. Car, eux, se retrouver même avec des pertes sur les avants donc nous on leurs a dit, on va faire notre travail de cuisinier et de restaurateur en prenant la bête entière et en revalorisant toute la bête, voilà. Et on a poursuivi ce travail pendant les 15 ans qui ont suivi et aujourd'hui, on ne travaille que comme ça avec des éleveurs choisis, on a choisi le cahier des charges ensemble également. On a un seul éleveur de charolais, un seul éleveur de veau, un seul éleveur de poulet, pour exemple, le poulet on est à 130 jours d'élevages alors que le label rouge est à 89 jours je crois, un seul éleveur de canard, deux ou 3 maraichers avec qui nous travaillons et que des vignerons indépendants.

30

Elève - D'accord un cercle vraiment privé de fournisseurs. Alors vous avez aussi un autre restaurant sur Paris non ? Le *J'GO* aussi je crois?

35

Restaurateur 1 - On a eu 2 restaurants en fait sur Paris, et il y en a plus qu'un parce que il y en a un qui a été vendu pour des raisons complètement externes à notre entreprise.

Elève - D'accord, mais celui sur Paris fonctionne sur la même dynamique, producteur locaux et...

40

Restaurateur 1 - Pareil, exactement pareil.

Elève - Et vous donc cela fait 20 ans que vous travaillez dans l'entreprise?

Restaurateur 2 - « Restaurateur 1 » oui, moi un tout petit peu moins, 15 ans par là.

45

Restaurateur 1 - Oui avec des coupures je crois, ça fait tout autant pratiquement.

Elève - Donc vous êtes là depuis le début. Quelles sont les types de clientèles qui viennent au *J'GO* que ce soit sur Paris ou sur Toulouse?

50

Restaurateur 1 - Là, on a une étude de marché complètement différente selon les lieux, à Paris par exemple le *J'GO* de Drouot c'est une clientèle d'affaire le midi, ça travaille beaucoup le midi, et le soir c'est plus calme car c'est justement un quartier d'affaires, donc déserté le soir, ce n'est pas un quartier résidentiel. A Toulouse c'est l'inverse, c'est à dire que le midi en période calme et le soir on travaille plus, c'est un restaurant de noctambule et de soiré.

55

Elève - D'accord, alors maintenant j'ai une question ouverte. Selon vous, qu'est-ce que la livraison à domicile? Il n'y a pas de mauvaise réponse, c'est vraiment un avis.

60 **Restaurateur 2** - La livraison à domicile pour nous tel qu'on la conçoit, c'est du tout cousu main quoi, c'est que la personne n'a rien à faire, même pas à réchauffer. En tout cas, c'est le deal que l'on a pris avec *Deliveroo*, vu que, eux, envoient et que nous on expédie chaud, et que les clients doivent le recevoir chaud dans la demi-heure qui suit à quelques choses près, ça c'est quand même. c'est le... on va dire que c'est le must de la livraison dans le sens où la personne elle a pas à se refaire cuire, à réchauffer quelques chose ou quoi que ce soit, moi personnellement je trouve que c'est la livraison à domicile, elle est dans ce sens-là et que les gens d'aujourd'hui, 65 de toute façon ne veulent plus cuisinier, plus rien faire, ne pas faire de vaisselle, pas faire réchauffer, il faut que tout soit du tout cuit, les pieds sous la table et voilà. On va vers cette tendance-là.

70 **Restaurateur 1** - Et après on va dans une mutation quand même assez importante depuis une dizaine, quinzaine d'années, c'est que les gens restent de plus en plus chez eux. Au jour d'aujourd'hui, à la maison on a tout, le cinéma aujourd'hui par exemple, il y a des « home cinéma » particulier.

Restaurateur 2 - Des films à la carte...

75 **Restaurateur 1** - Des films à la carte (bis).

Restaurateur 2 - On peut tout acheter.

80 **Restaurateur 1** - Tout peut se passer à la maison aujourd'hui, et aujourd'hui nos métiers, sont des métiers où l'on va dans des lieux de vie, ils sont de plus en plus réduits parce que les gens restent chez eux. On va pas parler de phénomène de société et de tout ce qui peut se passer de la crainte des gens à sortir mais ça peut en faire partie et effectivement, je pense que ça fait partie de l'obligation de partir chez les gens et du coup de faire de la livraison.

85 **Elève** - Donc vous ouvrez sur la prochaine question qui était pourquoi avoir choisi de développer la livraison à domicile? c'est justement que ce tout fait maison ?

90 **Restaurateur 2** - Il y a le tout fait maison, il y a quand même aussi le côté visuel de notre restaurant de l'extérieur, c'est pas, enfin, c'est pas anodin que le *J'GO* se retrouve sur des sites sans qu'on le veuille aussi ! Faut pas se le cacher même si on ne compte pas spécialement sur ça, on a beau être ouvert depuis 20 ans, beaucoup de gens ne connaissent pas le *J'GO*, au moins dans le fondement de travailler tout entier. Y en a encore qui sont surpris au bout de 20 ans que les bêtes soit entières, qu'il y a une boucherie, il y a de la découpe ici, que tout soit fait maison donc bon et pourtant on a l'impression d'être, d'être... d'être un nom sur Toulouse et pourtant il y en a beaucoup qui ne connaissent pas notre façon de travailler encore donc ça permet d'avoir un visuel sur le *J'GO* via internet, via une clientèle certainement plus jeune, car il faut que l'on pense aussi à 95 renouveler parce qu'ils se font vieux en salle (sourire par rapport aux employés). La clientèle qui avait été emmené n'est plus la même : des gens qui sortent moins aux restaurants ou plus par à-coup, qui resteront plus à la maison donc c'est aussi une manière de récupérer cette clientèle qui reste à la maison plutôt que allez au *J'GO*, qui pourrait manger ce qu'ils apprécient au *J'GO* à la maison en fait. Mais je pense qu'en fait, enfin moi de mon point de vue, le plus gros potentiel c'est surtout de refaire connaître auprès des jeunes parce qu'on a 100 pas les statistiques mais je pense que quand même tout ce qui est livraison, c'est quand même pas des personnes très âgées qui vont sur internet donc ça permet de nous faire une petite place, faut pas rêver, *Deliveroo*, c'est quoi, le gros ticket ça doit être, les pizzas, les sushis, les conner*** comme ça ! Mais des restaurants classiques qui commencent à faire quelques livraisons comme ça chez des jeunes, les tarifs sont surement bien plus onéreux que les pizzas ou tout ça mais je pense que quand même ça a un impact. C'est bien pour nous ! Après 105 des contents, des mécontents, il y en aura toujours mais ça nous donne un angle de vision vis à vis d'une nouvelle clientèle je pense qui est pas négligeable.

Elève - Ok, et vous avez décidé de faire la livraison à domicile il y a combien de temps?

110 **Restaurateur 2** – En fait, on a pas décidé, en fait, c'est eux qui sont venus vers nous sincèrement.

Elève – Donc, c'est eux qui vous ont démarché?

115 **Restaurateur 2** - Ouais, que ce soit *Take Eat Easy* qui a fermé ou que ce soit *Deliveroo* c'est eux qui sont venus à nous.

Restaurateur 1 – Nous, on avait toujours plus ou moins pensé comme ça mais il n’y avait pas de... techniquement c’était trop compliqué à mettre en place.

120 **Elève** - Ok, mais vous n’avez jamais pensé à mettre en place de la livraison par vous-même?

Restaurateur 1 - Non, c’est trop lourd à mettre en place niveau gestion, c’est vrai qu’après que, eux, soit venus nous voir, sont venus proposer des marchés on a vu...

125 **Restaurateur 2** - Sincèrement au début, on a dit il faut le faire parce qu’il faut le faire pour voir et sincèrement on y a pris part et on y a pas spécialement cru franchement et aujourd’hui, on peut pas dire que l’on vit avec ça parce que c’est pas vrai mais on est surpris quand même du nombre de commandes que l’on peut recevoir. Après, il y a des périodes, on sait que le dimanche soir on fait beaucoup parce que les gens ne vont pas vouloir sortir, il y a tout qui est fermé, ils ont pas fait les courses quelques chose comme ça, c’est assez ciblé chez nous en tout cas, c’est le dimanche soir.

130

Restaurateur 1 - Oui voilà, le dimanche soir...

135 **Restaurateur 2** - Oui voilà mais on est quand même surpris du nombre de commandes que l’on peut faire, sincèrement.

Elève - Parce que pour vous l’activité elle est le plus rentable dans le restaurant ? Ce n’est pas l’activité de la livraison à domicile qui est le plus rentable?

140 **Restaurateur 1** - Oui on est bien d’accord, si on doit donner un pourcentage c’est 1 % et 99 %.

Elève - A ce point-là?

145 **Restaurateur 1** - Oh oui oui !

Elève - Il y a vraiment un écart...

Restaurateur 1 - Pour l’instant oui.

150 **Restaurateur 2** - Au jour d’aujourd’hui, pour le client, si l’on parle tarif qui le reçoit chez lui ou qu’il le mange ici ça lui fera la même chose, pourquoi parce que nous le restaurateur on se doit de payer le conditionnement et un pourcentage à *Deliveroo*.

155

Restaurateur 1 - A savoir 30 % aujourd’hui établi sur 100 coups de fourchettes à peu près.

Restaurateur 2 - Faut savoir que tout ce qui est packaging c’est pour nous, les sacs c’est pour nous, les boîtes c’est pour nous.

160

Elève - ok, c’est pas d’eux. Eux, ils ne vous fournissent rien ?

Restaurateur 2 - Ils fournissent la tablette c’est tout.

Elève - La tablette de livraison en gros c’est... ?

165 **Restaurateur 2** - C’est pour recevoir les commandes, après tout est à votre frais, et sans compter qu’après, le client paye en plus le livreur, c’est à dire que nous au début on payait les 30 %, enfin ce que prélevé *Deliveroo*, ils payaient le livreur mais c’est en plus le livreur sur la facture.

170

Restaurateur 1 - On rajoute 2.50 € en plus pour le livreur.

175

Restaurateur 2 - C’est un des points mort en tout cas chez nous via *Deliveroo* c’est que, on pense que c’est des voleurs, enfin des voleurs, on nous trouve dans l’excès cher, mais c’est parce qu’en fait *Deliveroo* nous prend une commission ! Ils ont monté un concept, leurs trucs, il n’y a pas de problème avec ça, mais tout ce qui est packaging, qui coûtent un demi bras quand même, sincèrement, une boîte conditionnée pour garder le chaud, conditionnée que ça ferme bien hermétiquement, c’est 1 euro la boîte, le sac vous rajoutez 20 centimes, les couverts vous rajoutez 20 centimes et vous prenez les 30 %.

- Restaurateur 1** – Donc, ils payent exactement les même prix qu’au restaurant.
- 180 **Restaurateur 2** - On est quasiment à 50 % pour nous au restaurant.
- Elève** - Ok, tout le reste par dans la livraison, le packaging... c’est à dire que quand vous disiez tout à l’heure, c’est vraiment pour ce faire connaitre plus que faire de l’argent ?
- 185 **Restaurateur 2** - Sincèrement, sur le coup on ne vivra pas avec ça, si demain on faisait que ça on fermerai je pense même si on faisait des quantités, voilà. Parce que ce n’est pas spécialement rentable, par contre ça reste une ouverture de la vision du *J’GO* autre que l’on a jamais spécialement vu, on a toujours travaillé avec des fichiers clients, il y a 20 ans avec des clients qui sont venus, ont déposé leurs mails à qui on envoie des publicités, des choses comme ça, mais là ça permet quand même de s’ouvrir, c’est une ouverture...
- 190 **Restaurateur 1** - C’est une ouverture vers l’extérieur, aujourd’hui, le commerce comme le notre et même dans d’autres domaines de la restauration a besoin de s’ouvrir vers l’extérieur sinon c’est trop compliqué.
- Restaurateur 2** - On a besoin de recréer une clientèle de toute façon qui est jeune, dynamique, enfin on ne peut pas rester sur la clientèle d’il y a 20 ans.
- 195 **Elève** - Ok, mais par exemple, pour quelqu’un qui se fait livrer à domicile c’est quoi sa différence ? La différence de prestation de service qu’y a entre le restaurant et la livraison à domicile ? au niveau de la nourriture ça va être la même chose ?
- 200 **Restaurateur 2** - On sert la même chose, après la présentation c’est des boites, on s’adapte au packaging quoi, si on regarde les photos que *Deliveroo* fait sur son site avec les plats, et que si ils prennent les photos des boites qui arrivent, il a l’impression de ne pas manger pareil. Ça aussi c’est un peu truqué mais ça c’est une histoire de business, ils embellissent le truc, après ça arrive dans une boite et en fonction que le mec à pédaler, ça arrive plus ou moins bien. Sincèrement je ne peux pas dire, on a jamais eu de plainte sur ça ou quoi que ce soit, on a une ou deux plaintes sur des quantités ou quoi que ce soit, il n’y a pas eu de soucis avec ça, ça a été rectifié, mais après sur les présentations ou quelque chose comme ça, on a jamais eu de plainte. Je pense que les gens qui commandent, ils sont conscients que c’est obligé d’être dans des packagings adéquates aux transports et tout ça donc euh... je pense que c’est assumé et qu’il n’y a pas de problème avec ça.
- 205 **Elève** - Parce que pour le client il payera le même prix du plat + la livraison ?
- Restaurateur 1** - A quelques chose prêt, il paye le prix qu’il mange au restaurant sans le service, sans la vaisselle...
- 210 **Elève** - C’est comme si *Deliveroo* prenait les 30 % sur le service ?
- Restaurateur 1** - Tout à fait.
- Elève** - Ils prennent les 30 % pour la livraison.
- 215 **Restaurateur 1** - Ah non! Même pas pour la livraison, ils prennent pour la plateforme, sauf qu’il n’y a pas de service.
- Restaurateur 2** - Après il y a la facilité d’être chez soi, d’avoir rien faire et ouvrir la boite aussi.
- 220 **Restaurateur 1** - Et de n’avoir même pas à bouger, de ne pas avoir à faire de trajet.
- Elève** - Voilà, parce que, est-ce qu’après, sur *Deliveroo* vous vendez aussi les boissons? Vous avez le droit de vendre des boissons aussi avec ?
- 225 **Restaurateur 1** - Oui.
- Elève** - Ok, est-ce que vous avez fait partie d’une autre plateforme de livraison que *Deliveroo* ?
- 230 **Restaurateur 2** - On a fait *Take Eat Easy* en premier, c’est eux qui sont venus nous démarcher.
- 235

- Elève** - Alors comment ça se passe quand ils viennent vous démarcher ?
- 240 **Restaurateur 2** - Simplement, ils se sont présentés, ils ont expliqué leur concept, leur système, ils ont fait un contrat très succinct. On était pas lié à vie ou quoi que ce soit, il n'y avait pas de problème de concurrence, on pouvait aller ailleurs ou pas, et 1 mois après on a *Deliveroo* qui est venu et qui eux pour le coup on était plus agressif que *Take Eat Easy*, c'est à dire qu'ils nous préconisaient une baisse de notre pourcentage si on ne travaillait plus qu'avec eux enfin...
- 245 **Elève** - Ha ok, donc un contrat qui était beaucoup plus engagé ?
- Restaurateur 2** - Oui, mais au début on a travaillé avec les deux, parce que l'on avait pas de problème avec n'y l'un n'y l'autre...
- 250 **Restaurateur 1** - Et puis pour nous c'est une période test, donc le but c'est de tester, de voir ce qui ce fait, comment ça sort, comment ça marche. *Take Eat Easy* on a eu une réponse parce qu'ils ont fermé.
- Elève** - Alors, *Take Eat Easy* quand ils ont fermé est-ce qu'ils vous devez encore de l'argent ?
- 255 **Restaurateur 1** - Haha oui !
- Elève** - Ok donc c'était une question qui vous travaillait car on avait vu ça sur les réseaux sociaux comme quoi ils étaient en liquidation.
- 260 **Restaurateur 2** - Ah oui ils sont en redressement.
- Restaurateur 1** - Aujourd'hui, quand on fait un redressement, on sera payé dans les dix ans...
- Elève** - D'accord donc ils se sont mis en redressement sans pouvoir rembourser. Mais alors est-ce que *Deliveroo* c'est le même principe, vous êtes payé après ou directement ?
- 265 **Restaurateur 1** - Payé après.
- Restaurateur 2** - Tous les 15 jours un truc comme ça.
- 270 **Elève** - Donc il y a toujours ce délai? Ce n'est pas comme au restaurant ou l'on est payé directement ?
- Restaurateur 1** - Non on est pas payé immédiatement.
- 275 **Restaurateur 2** - C'est tous les 15 jours, c'est eux qui récupèrent les fonds et c'est eux qui les redistribuent.
- Restaurateur 1** - C'est pas comme un fournisseur qui sont à 30 ou 60 jours mais on est à 15, 15 qui sont 30 des fois mais bon...
- 280 **Elève** - Donc le paiement varie, il n'est jamais fixe. Et est-ce que *Take Eat Easy* vous avez fourni eux le packaging ou c'était juste la tablette ?
- Restaurateur 2** - Ah non non, c'est pareil juste la tablette, mais c'est comme leurs livreurs, ils sont auto entrepreneurs tous! Il faut qu'ils aillent se déclarer à la mairie, s'ils ont un carton c'est pour eux, leur assurance c'est pour eux, leurs assurance vélo c'est pour eux, leurs assurance téléphone c'est pour eux ! En fait, au jour d'aujourd'hui *Deliveroo* en dehors savoir créer leurs application qui leurs a demandé du travail et de l'argent ça il n'y a pas de soucis.
- 285 **Restaurateur 1** - Ils n'ont que la plateforme.
- 290 **Restaurateur 2** - Ils n'ont aucun problème avec le reste, le personnel, les assurances,... ils ont tout mis à exploiter.
- 295 **Restaurateur 1** - Ils ont les plateformes, les plateformes de commandes, de gestion de site et de maintenance téléphonique.

Restaurateur 2 - Et encore quand il y a eu le gros bug au mois de novembre.

(Rires)

300

Elève - Il s'est passé quoi ?

305

Restaurateur 2 – Eux, ils disent que tous les ordinateurs ont planté, que c'était l'affolement, tout le monde appelait mais personne ne répondait. Nous, on appelait, les livreurs, ils appelaient, les clients nous appelaient, enfin il y avait une non réponse de personne. Donc, il y a eu un message sur Facebook, le lendemain, de *Deliveroo* remerciant tous ces clients d'avoir été patients, d'avoir attendu que les livraisons se remettent en service, vraiment une explication assez floue de ce qui c'était passé. On regrettait car beaucoup de restaurateurs comme nous pas que des gros restaurants, les pizzas, les sushis, on a assumé la livraison pour pas faire « galérer » les gens en fait, c'est à dire que nous, on a envoyé des serveurs aux adresses qui étaient en

310

commande car tout était bloqué parce que même les livreurs ils étaient bloqués, ils ne recevaient pas les commandes, tout était bloqué pendant 2 heures et quelques. Rien ne marcher pour assumer. Beaucoup de restaurateurs ont fait comme nous, c'est à dire qu'ils ont assumé le service, et *Deliveroo* n'a pas eu un seul mot quand même pour tous les restaurateurs, ils ont juste expliqué qu'ils ont eu un problème d'ordinateur et qu'ils étaient injoignables... sur ce côté-là, ils ne sont pas au point.

315

Elève - D'accord au niveau relation clientèle ?

Restaurateur 2 - Il n'y a pas de service.

320

Elève - En clair, ils ont quand même pris les 30 %, sur les commandes alors que c'était vous qui avez assumé la livraison.

325

Restaurateur 2 - Oui et puis en dehors de ça, c'est vis à vis des clients, ce n'est pas que de nous non plus. Quand le mec il l'appelle depuis une heure et qu'il a personne au téléphone alors que ça lui a été débité et tout, c'est pas normal qu'il n'y est pas eu quelque chose de plus sérieux derrière.

Elève - D'accord, bon alors si je comprends bien à part le monsieur qui est venu vous démarcher, ce sont des fantômes, c'est juste une plate-forme internet ! Mais vous avez d'autres contacts « humain » avec eux ?

330

Restaurateur 1 - On les a de temps en temps.

335

Restaurateur 2 - Quand on oublie de mettre la tablette le matin, ils appellent automatiquement, nous disant « vous avez pas allumé ! » donc on l'allume, si on décide de... ce soir on a beaucoup de monde, ce soir on veut être fermé, il faut les prévenir, même en les prévenant, à l'heure du service d'ouverture ils nous appellent en nous disant « vous êtes pas ouvert » mais oui on vous a appelé pour vous prévenir. Donc ça c'est comme FREE, comme tout ça, c'est affreux pour ça ...

Elève - Ok, mais des contacts humains, des personnes qui se sont déplacées ici, que pour le démarchage ?

340

Restaurateur 2 – Voilà, c'est le mauvais côté.

Restaurateur 1 - Il n'y a pas vraiment de suivi en fait, c'est juste business.

345

Restaurateur 2 - Après autant nous comme on le dit, on se sert d'eux pour avoir une diffusion d'image. Eux, ils sont pareils avec nous! Parce que leur grand truc ce sont les pizzas, les sushis, mais quand ils arrivent à avoir des restaurants comme le *J'GO*, *La Villa*, des trucs comme ça ils sont content quand même.

Elève - Oui ça ouvre leur gamme aussi.

350

Restaurateur 2 - Ne serait-ce qu'en terme d'image pour eux, en terme de ticket, nous on fait pas le débit d'un mec qui fait les pizzas, mais quand on fait un ticket, il est 3 fois plus élevé qu'un mec qui fait les pizzas, donc ils gagnent quand même mieux leur vie avec nous, presque qu'à faire des pizzas. Et en terme d'image pour eux, ce n'est pas déplaisant non plus je pense. Tout le monde se sert un peu de tout le monde pour le coup, mais c'est vrai qu'eux, ils ont pas quand même pas la conscience d'aller au bout, si il y a une embrouille ou

355

quoi, il n'y a pas grand monde au bout du fil.

Restaurateur 1 - La notion commerciale est « obsolète ».

360 **Elève** - Et avez-vous pensé à travailler avec d'autres intermédiaires comme *Allo Resto* ou ce genre de prestataire ou pas ?

Restaurateur 1 – *Allo Resto* nous on les a eu beaucoup en contact à Paris, mais... il manquait quelque chose, je ne sais pas quoi mais il manquait quelque chose. On arrivait pas à solutionner en fait... Je sais pas, il faudrait que je mis repenche dessus car je ne me souviens plus exactement mais on a jamais pris l'option car on ne trouvait pas...

365

Elève - Il y avait un petit truc qui gênait ?

Restaurateur 1 - Ouais !

370

Elève - Ok, après on voulait savoir comment vous arriviez à gérer les flux de commandes à emporter et le restaurant quand c'est plein ?

Restaurateur 1- La c'est M.B. qui va en parler.

375

(*Sourire*)

Restaurateur 2 - En fait, sincèrement il y a des jours où c'était compliqué mais on est comme au restaurant quoi.

380

Restaurateur 1 - Et le samedi soir on le ferme.

Restaurateur 2 - On a pris l'option de le fermer car on sait que le samedi soir ici (ils travaillent beaucoup), alors que ça serait un des soirs où ça marcherait le mieux mais on préfère assumer ceux qui vont venir sur place que d'être en galère avec ceux à apporter. On a déjà ce petit hic le dimanche soir car c'est un des soirs où ça travaille pas mal. Le dimanche soir ce n'est pas un soir énorme pour nous aussi, mais quand ça se goupille au même moment c'est chaud. Après nous c'est vrai que ça nous a été imposé, que l'on a 20 minutes pour produire ce qui est commandé, on a mit toute la carte qui est proposé à *Deliveroo*, c'est vrai que l'on peut l'assumer en quasiment 20 - 22 minutes maxi. On a un contrat moral avec eux, donc on se plit au contrat, on se débrouille pour que l'on soit dans les clous.

385

390

Elève - C'est comme si vous dressiez une table au restaurant?

Restaurateur 2 - On a la même contrainte mais en plus compliqué, car il faut récupérer les sacs pour le packaging, fermer, vérifier la commande.

395

Elève - Ok, donc il y a la même prestation que ce soit à emporter ou sur place ?

Restaurateur 2 - Il n'y a pas le même nombre de plat et il n'y a pas la même carte. Nous, on a une offre plutôt élargie, il doit y avoir 60, 70 références quand même. Je compte le pain, je compte les eaux, les softs, mais ouais il doit y avoir 70 références, mais en nourriture il doit y avoir une bonne quarantaine quand même! C'est pas une petite offre quand même.

400

Elève - D'accord, Vous avez un ordre de priorité, par rapport si le restaurant est plein, il faut quand même respecter ces 20 minutes ?

405

Restaurateur 2 - On fait comme si la commande elle intervenait. On prend dans les mêmes timings que les commandes au restaurant.

Elève - Donc comme si ça venait du restaurant ?

410

Restaurateur 2 - De toute façon la tablette elle sonne, il faut valider ou pas, si on sait que l'on a tout on accepte et on avance.

Elève - Ah donc vous pouvez refuser des commandes ?

415

- Professionnel 2** - Ça arrive des fois que l'on a oublié d'enlever quelque chose que l'on a plu, donc si il le commande on refuse, on dit pourquoi, il demande si c'est « non disponible » parce que il y en a plu ou quoi que ce soit, il suffit de se justifier et la personne peut recommander derrière.
- 420 **Elève** - Donc il y a une possibilité de gérer qui est minime mais qui est là ?
- Restaurateur 2** - Mais ça, c'est sans compter le contact, c'est juste sur la tablette. Il y a une possibilité voilà, mais l'objectif ce n'est pas de refuser. Dès qu'un client commande et on refuse, ça ne sert à rien. Il doit y avoir une limite. Dans notre cas, c'est que c'est vraiment un oubli ou quoi que ce soit.
- 425 **Elève** - D'accord, et vous avez déjà eu des problèmes avec des livreurs? Par exemple des plats déjà prêt mais ils étaient pas là ?
- 430 **Restaurateur 2** - A part cette grande soirée coupure où la ça a été un fiasco total pour eux, on a eu un soir un problème d'un client qui a dit qu'il n'avait pas reçu ce qu'il avait commandé. Le livreur nous a certifié que ça y était, nous on était sûr de l'avoir envoyé aussi, c'est remonté jusqu'à *Deliveroo*. *Deliveroo* a pris la décision de nous refaire faire le plat qu'il manquait soit disant. On la refait mais ça était à leur frais parce que nous on est sûr, le livreur été d'accord avec nous aussi, donc sincèrement depuis le début on a une mauvaise foi.
- 435 **Elève** - Ok, parfait sinon ça marche bien ?
- Restaurateur 2** - Ouais on a jamais eu de hic avec ça, même des fois pour le coup on a eu oublié quelque chose, et la personne a appelé, et on s'est arrangé pour nous arranger derrière.
- 440 **Elève** - D'accord, par contre les livreurs, eux, sont bien « humains » ?
- Restaurateur 2** - Ah mais oui, c'est le meilleur contact que l'on a avec *Deliveroo*, c'est les petits gars qui pédales, qui se bougent un peu. Ça pour le coup, c'est le meilleur contact que l'on est avec *Deliveroo*. C'est celui-là.
- 445 **Restaurateur 1** - C'est le seul.
- Elève** - C'est le seul « humain » ?
- 450 **Restaurateur 2** - Lui, il travaille pour sa pomme, donc oui il a pas intérêt que ça se passe mal.
- Restaurateur 1** - Lui, son but c'est de faire le plus de livraisons dans la soirée. Donc il faut que ça se passe bien et que voilà...
- 455 **Elève** - Ok, et vous avez déjà reçu des critiques à part ce manque de plat ?
- Restaurateur 2** - On en a eu quelques une oui mais bon...
- 460 **Elève** - Plat froid ou ce genre de chose ?
- Restaurateur 2** - Ah non, non, ça on ne l'a jamais eu!
- Restaurateur 1** - Non, plus sur du quantitatif par rapport au prix, mais le prix on en a parlé tout à l'heure.
- 465 **Elève** - Ok, oui ça revient à dire ce que vous aviez dit, que vous respectez votre créneau.
- Restaurateur 2** - Les gens, ils ne sont pas capables, enfin ça ne leur est pas expliqué qu'ils prennent 30 %, que nous on a le packaging, que de plus ils ont la livraison. Tout ça il ne savent pas, ils sont pas super « clean » avec eux.
- 470 **Elève** - Oui parce que si le produit au restaurant il est expliqué, à emporter on ne peut pas expliquer la même démarche ?
- 475 **Restaurateur 1** - Exactement, on a pas de contrat avec le client pour qu'on lui explique. Donc la démarche elle est compliqué et on a pas de contact pour lui dire, voilà on travaille comme ça, comme ça et comme ça.

Elève - Oui voilà, pour lui expliquer que vous travaillez avec des bêtes entières...

480 **Professionnel 2** - Oui voilà, soit la personne elle connaît le *J'GO*, elle connaît le concept, comment ça se passe donc ça va être simplement plus cher et elle le sait. Après, si on a eu un hic c'est que la personne elle ne connaît pas le *J'GO*, elle a commandé quelque chose comme ça au hasard, et malheureusement il n'y a rien qui est expliqué chez *Deliveroo*, que ce restaurant il travaille comme ça, que celui-là il travaille comme ça. C'est un des points négatifs, le point négatif.

485 **Restaurateur 1** - Le point négatif après c'est si, aujourd'hui, une personne seule commande un plat, on va prendre n'importe lequel de notre carte, va se rajouter à ça les 2.50 € de la livraison et le plat qui va arriver va certainement paraître cher par rapport au prix payé. Après, si vous en commandez à 5 ou 6 on a le même 2.50 € de commande divisé sur tout le monde. 50 centimes pour la livraison voilà, c'est un peu plus correct.

490 **Restaurateur 2** – Eux, ils facturent à la livraison, qu'il y est une boîte à 10 euros, ou qu'il y est un poulet et 100 euros de marchandises, pour eux ça sera 2.50 € de livraison. Ils se basent sur la livraison.

495 **Elève** - D'accord, alors avec *Deliveroo*, est-ce que sur le contrat il y a une date de fin ou c'est vraiment à votre bon vouloir de pouvoir arrêter ?

Restaurateur 1 - Je n'ai pas vu le contrat donc je ne sais même pas.

500 **Restaurateur 2** - Ah non je crois que c'est très libre quand même.

Elève - Il n'y a pas vraiment de liens ?

505 **Restaurateur 1** - Non c'est une rupture de contrat très basique, il n'y a pas de contrat sur 3 ans ou sur quelque chose comme cela.

Elève – Alors, on a répondu indirectement à pas mal de question. Alors quand est-ce que vous vendez le plus de repas justement, de livraison à domicile ?

Restaurateur 2 - Non, le dimanche soir!

510 **Elève** - Ok dimanche soir c'est vraiment la date.

515 **Professionnel 2** - Après, ils ont un problème le dimanche soir, c'est que nous c'est là où l'on travaille le plus donc tout le monde doit travailler à peu près à ce moment-là, mais c'est là où ils ont personnes pour livrer. Donc, ils leurs proposent le double de livraison pour que les gens viennent travailler le dimanche soir, le problème c'est que le dimanche soir la plupart ce sont des étudiants donc ils se gardent car le lundi ils reprennent les cours. Enfin, c'est la journée que tout le monde se garde. Alors apparemment, ils font le forcing pour payer double les livraisons.

520 **Elève** - Mais alors s'ils payent double les livraisons, c'est le client qui va payer double la livraison?

525 **Restaurateur 2** - Non, non, non, en fait, ils ont un système un peu bizarre. En fait, la livraison ne paye pas double, mais en fonction du nombre de livraisons qu'ils font, il y a un tarif horaire plus élevé. Si la personne est actif alors qu'il n'y a pas de livraisons, il sera payé quand même 10 € et quelques de l'heure. S'il ne fait pas de livraisons mais qu'il est actif, il a un minimum assuré. Et c'est là où il joue, mais vu qu'ils ne sont pas assez nombreux et que même eux, le dimanche ils n'assument pas les 20 minutes car ils ont tellement peu de livreurs et tellement de commandes. Souvent ça coince le dimanche. Tu t'en rappelles du mec là, il était parti, il revenait tout seul, donc s'ils sont deux pour livrer tout Toulouse, je peux vous dire qu'à mon avis, il ne doit pas faire bon d'être à vélo. Donc, ils ont quand même quelques soucis. Leur système il est basé en fait sur là où vous habitez, vous commandez 3 kilomètres autours, donc si vous commandez à plus de 3 km du *J'Go*, le *J'GO* n'apparaît pas sur *Deliveroo*, mais les gens ont compris le système rapidement, ils s'inventent une adresse qui rentre dans les 3 kilomètres, ils commandent, quand le livreur arrive à l'adresse, il a le numéro du client, il lui demande où il est, le mec lui répond « non non je suis 3 rues plus loin.. » et les mecs ils font 2 bornes de plus pour arriver à la livraison. *Deliveroo* ferme les yeux sur ça, ça a été remonté par les livreurs, les mecs le disent mais eux ils s'en foutent, ils ne veulent pas savoir. Eux ce qu'ils veulent c'est que ça tourne.

Elève - Donc même la clientèle joue dessus. Tout le monde gratte.

540 **Restaurateur 2** - Oui en fait, tout le monde gratte un peu partout, mais les plus gros quand même, c'est *Deliveroo* haha. Dire c'est de pas faire plus de 3 kilomètres, alors quand le mec il livre d'ici jusqu'à « barrière de paris » quand même ça fait plus de 3 km. En fait, nous on s'en est aperçu le jour que ça a bougé et que c'est *J'GO* qui a livré. Il est arrivé à l'adresse, il appelle le mec et lui dit, vous êtes pas là, et le mec lui dit mais non je suis 3 rues plus loin. En fait ils avancent les adresses pour être dans le cercle du restaurant qu'ils veulent choisir et après ils savent très bien que les livreurs en appelant et en leur disant qu'il ne sont pas à l'adresse mais 3 rues plus loin, que les mecs ils vont faire les 3 rues plus loin.

Restaurateur 1 - On a livré nous-mêmes, c'est plus facile pour s'en apercevoir.

550 **Elève** - Oui c'est une réalité qui est exposé. C'est pas des remontés sans preuves.

Restaurateur 2 - Oui ça va vite, après c'est tous des petits jeunes qui font ça pour gagner 4 sous, enfin des petits jeunes, il y a des retraités.

555 **Elève** - Ah vous avez vu des retraités?

Restaurateur 2 - Il y en a deux.

Restaurateur 1 - Oui deux personnes qui continuent de travailler dans la continuité.

560 **Elève** - Donc ce n'est pas vraiment une activité faite que par des étudiants.

Restaurateur 2 - Une grosse partie ce sont des jeunes, des étudiants voilà, mais il y en a deux retraités qui travaillent en même temps.

565 **Elève** - D'accord, alors maintenant on va parler plus en terme de chiffre si vous avez le droit. En termes de CA, est-ce que vous avez une idée de ce que peut représenter la livraison à domicile? Alors vous m'avez dit 1 % mais réellement ?

570 **Restaurateur 2** – Sincèrement, on se la pose la question, depuis un mois, parce qu'on se dit qu'on a l'impression d'en faire mais ouais je pense que c'est pas grand-chose.

Restaurateur 1 - Franchement je dis 1 % mais on ne doit pas en être très loin.

575 **Restaurateur 2** - Oui voilà chez nous, nous on a l'impression d'en faire car on est parti dans l'idée que l'on pensait pas que l'on en ferai donc bon c'est vrai que il y a des dimanches où l'on fait 15 ou 16 livraisons, on est surpris, parce que nous les premiers, si l'on veut commander on va commander, une pizzas, un truc comme ça, mais de la restauration comme on fait, on est surpris. Il y en a chez nous, ils commandent que les desserts. Ils doivent faire leurs pizzas où je sais pas quoi et il commande que les desserts, parce qu'on a des desserts qui ressemblent un petit peu à la boulangerie pâtisserie voilà.

580 **Restaurateur 1** - Oui parce que M.B. en parler tout à l'heure sur les pièces entières, mais toutes les pâtisseries sont faite maison, les glaces...

585 **Restaurateur 2** - Donc c'est vrai que c'est courant que le dimanche soir ce soit que du dessert. Les gens ils ciblent aussi ce qu'ils veulent quoi.

Elève - D'accord, et c'est quoi votre moyenne de livraison par jour ? Après ça varie en fonction des jours mais bon.

590 **Restaurateur 2** - Si on divise sur les 6 jours ou l'on est ouvert, on doit en faire 3 par jour je pense.

Elève - Ah oui donc c'est vraiment minime, le 1 % il s'en rapproche.

595 **Restaurateur 1** - Oui il est à peu près à ça, je voulais le remonter un peu mais non, il sera pas plus haut pour nous car dans d'autres secteurs cela monte à 30 %.

Restaurateur 2 - Ça doit les aider sévère.

600 **Restaurateur 1** - Oui voilà.

Elève - Est-ce que vous avez constaté une hausse des commandes ou pas? Est-ce que vous pensez que les gens commandent de plus en plus ou pas ? Est-ce que vous l'avez ressenti ?

605 **Restaurateur 2** – Oui, nous, on est surpris qu'il y a des soirs où il y a des piques, donc oui ça monte un peu mais bon.

Restaurateur 1 - Oui voilà après ça reste anecdotique que ça monte énormément pour nous.

610 **Restaurateur 2** - Oui ce n'est pas notre restauration le base, mais c'est vrai que la demande augmente.

615 **Restaurateur 1** - La demande est de toute façon... elle y est pour la simple et bonne raison, on la dit en préambule, qu'il y a de plus en plus de monde qui reste chez soi pour manger, et ces gens-là, tous ne sont pas fans de pizzas, de burgers et de sushis, donc ça il y a forcément une demande, c'est juste notre restauration traditionnelle qui doit petit à petit se porter vers ça, mais dans un premier temps s'insérer mais ça c'est plus compliqué aussi.

Elève - Donc vous essayez de toucher cette clientèle?

620 **Restaurateur 2** - Mais ça, par exemple on peut le mettre en avant de *Deliveroo*, ils ont osé aller chercher, *Le Bibent*, le *J'GO*... voilà ils sont allés chercher des maisons pour le coup, on peut pas leurs enlever ça. Ils ont le cran d'y aller. Michel Delpech aussi, enfin ils sont allés chercher des noms, ils ont franchis le pas et ça on ne peut pas leur enlever. Il faut leur reconnaître d'avoir osé le faire et de l'assumer même si ça doit les aider, ils ont quand même le cran de dire que c'est possible même avec eux, que ce soit *Le Bibent*, *La Villa* ou nous, tout le monde après a fait ses propositions pour s'adapter à la livraison, au timing et tout ça. Mais ils ont au moins fait bouger les choses, même les gens comme nous, ça au moins cet intérêt-là.

625 **Restaurateur 1** - Ça nous a lancé sur la réflexion.

Restaurateur 2 - Alors que de dire, d'y penser, on a jamais fait le pas ou quoi que ce soit, eux, ils nous ont mis devant le fait accompli.

Elève - Oui le pied à l'étrier. Il n'y avait plus que prendre la tablette et dire oui.

635 **Restaurateur 2** - Oui ça nous a au moins bousculer et à la sortie, on ne vivra pas avec ça mais on... c'est quand même une partie de travail qui est fait, si demain on décide de le faire par nos propre moyen, ou quoi que ce soit, on sait ce qui fonctionne, ce qui fonctionne pas, le temps, le timing livré, la livraison, donc voilà ils ont au moins poussé les portes.

640 **Elève** - Donc il y a une perspective peut être un jour de... pas pour l'instant?

Restaurateur 2 - Le chiffre il est pas assez conséquent, pour nous, il est pas assez évolué pour pouvoir assumer quelque chose comme ça.

645 **Restaurateur 1** - Disons que pour nous, on peut aussi livrer de la boucherie, de la pâtisserie dans un cadre autre qu'au moment du repas.

Elève - Et ça *Deliveroo* ne le fait pas, il ne prend pas en compte ?

650 **Restaurateur 1** - Non.

Restaurateur 2 - On a fait la demande mais (haha).

Restaurateur 1 - *Deliveroo* ne veut pas, c'est vraiment question des produits finis.

- 655 **Elève** - Vous disiez tout à l'heure aussi que *Deliveroo* sur sa carte pour vous, il n'avait pas expliqué votre démarche avec les producteurs, est-ce que pour vous, il y a une possibilité de le marquer ou c'est eux qui vous « bloquent »? Ou bien même c'est eux qui font le packaging ?
- Restaurateur 2** - C'est eux qui font leur site.
- 660 **Elève** - Ok vous n'avez pas le droit d'y toucher, même s'il y a quelque chose qui ne vous plaît pas, vous n'avez pas le droit de le dire ?
- Restaurateur 2** - Un truc qui nous plaît pas, de toute façon c'est simple c'est que des photos, et des appellations.
- 665 **Elève** - Donc il n'y a vraiment rien sur des explications ou quelque chose comme ça?
- Restaurateur 1** - Il n'y a rien sur la démarche.
- 670 **Restaurateur 2** – Nous, on a réussi à imposer quelques photos de nous.
- Restaurateur 1** - Il doit y avoir le lien, je sais pas si il y est le lien, et juste... il faudrait vérifier, je sais plus s'il y a le lien vers le site de chaque restaurant.
- 675 **Restaurateur 2** - Voilà, c'est la photo, intitulé, prix, point barre. Je crois que ça défile par volet les restaurants.
- Elève** - Est-ce que vous pensez que la livraison à domicile est la nouvelle mode pour la restauration? C'est un endroit où il faut aller ou justement on revient un peu au tradition, au « vintage » de venir manger au restaurant et avoir ce contact humain?
- 680 **Restaurateur 1** - Par rapport à la mutation je ne sais pas, je serais tenté de dire qu'il va y avoir vraiment une place à prendre mais dans quel ordre on peut le développer correctement, c'est compliqué. Après, nous, dans notre souhait, on anime des lieux de vies depuis des années, le but c'est que les lieux de vie continuent. Mais par contre commercialement, on ne peut plus compter sans eux, et on aura tous besoin de s'exporter vers l'extérieur.
- 685 **Elève** - C'est une mode qui risque de perdurer?
- 690 **Restaurateur 1** - Oui oui, elle y est déjà, la mode de la livraison est déjà important pour tout.
- Restaurateur 2** - *Amazon*, internet, tout le monde fait ça, c'est comme ça. Alors on crie que ça tue les petits commerces est tout ça, c'est sûr mais économiquement, qui peut se tarder de dire « moi, j'ai pas besoin de ça » que ce soit sur un plan comptable ou que ce soit sur un plan d'ouverture vis à vis de nouveaux clients, vis à vis d'internet... On peut pas faire sans maintenant ! C'est de la pub que l'on ne paye pas pour le coup, même s'ils ne choisissent pas, ils voient le *J'GO* défiler, ça peut être que bénéfique, ça ne peut pas causer du tort, c'est que bénéfique.
- 695 **Restaurateur 1** - C'est incontournable.
- 700 **Elève** - Parfait, et est-ce que vous pensez que la restauration traditionnelle, comme vous, va avoir son mot à jouer plus que ces 1 % du CA ? Que maintenant les gens qui venaient au restaurant vont manger chez eux et arrêter d'aller au restaurant? Que vous allez perdre de la clientèle? Mais bon ça va contre votre principe aussi.
- 705 **Restaurateur 1** – Oui.
- Restaurateur 2** - Ce qui travailleront avec des produits surgelés, congelés, déjà préparés de chez *Metro*, qui vont arriver de e ne sais où et comment ça va être fait, ils vont tirer leur épingle du jeu. Mais bon, ils arriveront à tirer les tarifs sur du tarif de pizzas, de hamburgers et tout ça, tôt ou tard il vont se faire gauffer c'est obligé et la personne sachant qu'il y a aucune explication sur le site, s'ils enquêtent chez nous peu importe, je sais pas chez qui, mais qu'il y a 15€ d'écart, on va faire quoi ? Sur le site il va pas être marqué que nous on a travaillé avec quelqu'un, on sait d'où il est, comment il la élevé, comment il la travaillé, cuisiner, que c'est du frais, que ça a été nourri comme ça, et que l'autre il la acheté tout en barquette de chez métro, que ça arrive de chine ou de je ne sais d'où et qu'il aura qu'à le réchauffer. Mais ça, c'est déjà le cas en concurrence de restaurant à

- 715 restaurant sans parler de la livraison donc tôt ou tard, ça arrivera la dessus aussi. Après à eux d'avoir un peu d'éthique, ok il y a les restaurants, pizzas, burgers parce que c'est leur fonds de commerce et y a pas moyen de faire autre chose, mais s'ils ont pris l'option de prendre Delpéché, de prendre le *J'GO*, de prendre *Le Bibent*, c'est à eux de ne pas aller dans des petits « buibui » sans savoir ce qu'ils y font et qu'ils vont tirer les prix vers le bas et qu'ils vont gâcher un peu tout. Je pense qu'ils ne peuvent pas taper une image avec *Le Bibent* et tous
- 720 les restaurants comme cela-là et après taper d'autres. Après voilà, la pizza, le burger, le sushi ok, ils l'ont, c'est leur fonds de commerce, ça le sera toujours et c'est comme ça. Mais si ils veulent s'ouvrir, avoir un peu d'image, ils auront tout intérêt à ne pas aller dans certains endroits.
- Elève** - Donc c'est une mode qui évolue à « fond » mais qui ne va pas forcément toucher ou enfin l'impact sera
- 725 moindre sur les restaurants traditionnels ?
- Restaurateur 2** - Oui de toute façon on ne comptera pas forcément dessus pour vivre, par contre, comme a dit M.A., on ne peut pas être fermé à ça. Il faut jouer avec.
- 730 **Elève** - D'accord oui, il faut en profiter comme, eux, profitent de vous donc.
- Restaurateur 1** - Oui.
- Elève** - Est-ce que vous connaissez un restaurant qui a arrêté la livraison à domicile ?
- 735 **Restaurateur 1** - Non pas dans notre entourage, il doit y en avoir très certainement.
- Elève** - Ok, car ce sont des questions que l'on se pose, et c'est très dure de trouver un restaurant qui a arrêté la livraison à domicile.
- 740 **Restaurateur 2** - Ce que je sais, c'est que nous on a été un des premiers à faire de la livraison, à être rentré dedans, sur Toulouse en tout cas. Parce que l'on est rentré en même temps que Delpéché, après il y a eu *La Villa*, après *Le Bibent*, après dans les restaurant traditionnel, on est le seul.
- 745 **Elève** - Parce que ça fait combien de temps que vous le faite, y compris avec *Take Eat Easy*?
- Restaurateur 2** - Ça doit faire presque un an, je crois vers mars ou février dernier (2016). Ben, c'est simple, quand *Take Eat Easy* c'est implanté sur Toulouse on était là.
- 750 **Restaurateur 1** - C'est à l'ouverture de *Take Eat Easy*.
- Restaurateur 2** - Et dans le premiers et deuxièmes mois qui ont suivis, *Deliveroo* est arrivé et a pris le pas, mais après enfin dans la restauration traditionnel, on est les premiers à avoir emboité le pas. Nous, qui sommes toujours en retard sur tout !
- 755 (Rires)
- Restaurateur 1** - On est les derniers à chaque fois !!
- (Rires)
- 760 **Restaurateur 2** - On est en avance sur quelque chose, non mais c'est vrai, c'est incroyable.
- Elève** - Et d'après votre expérience professionnelle vous la voyez comment l'évolution dans la restauration ? Ce qu'il va arriver plus tard, on parlait de la livraison à domicile, on parlait des producteurs, mais vous vous le sentez comment cet entrain, cette évolution, est-ce que vous la voyez plutôt positive avec cette démarche qui est centrée sur le locavor ou vous pensez que justement on va continuer à augmenter cette disparité ?
- 765 **Restaurateur 1** – Nous, pour le coup, on y croit, la dessus oui! Nous on est à fond et on va l'intensifier et l'amplifier et créer encore plus la différence et cela, on va tout faire pour. Après si vous nous demandez comment va se passer l'évolution sur la livraison, moi je pense que ça va continuer à progresser différemment je pense, parce qu'ils vont rencontrer des soucis, voilà comme dans tous les nouveaux corps de métiers et les domaines, voilà. On va rencontrer des soucis, il va y avoir des moments critiques mais que ça va continuer à évoluer et continuer à avancer. Mais il va y avoir des moments critiques, ils seront confrontés...
- 770

775 **Restaurateur 2** - Au même problème que nous avec le personnel, tôt ou tard les gars à vélo ils vont leur demander une augmentation, une assurance... Nous, on a la confrontation de tout faire maison, ça nous fait trouver des gens chercher, à s'intéresser, qui ont envie de travailler, de travailler plus que dans un truc où tout est prêt. C'est compliquer pour nous mais après tôt ou tard ils vont être confrontés à ça aussi, si ils ont beaucoup d'offres mais pas beaucoup de mec qui veulent les livrer ça va coïncider. Ça fait 6 mois que ça existe et ils ont déjà un problème sur les dimanches.

Elève - Donc ce n'est pas un système sans faille?

785 **Restaurateur 2** - Mais oui, tôt ou tard ils se feront rattraper, on se fait tous rattraper. Ça sera à eux de trouver les solutions, car des problèmes ils en auront même s'ils ont tout évacué en faisant des auto-entrepreneurs avec les vélos, que si il y a un accident c'est pour eux, c'est son assurance, ils se sont couverts sur tout, si demain y a plus personne pour aller pédaler, le truc il s'écroule. C'est déjà ce qu'il leur arrive le dimanche donc bon.

Elève - Parfait, écoutez, merci beaucoup de votre temps. Je vous donnerai le rapport fini du projet Tutoré.

790

Restaurateur 1 - Merci à toi et oui je veux bien l'avoir.

Restaurateur 2 - Merci et bonne continuation!

Annexe J : Entretien La Villa Tropézienne

Date de l'entretien : Le mercredi 7 décembre 2016

Durée de l'entretien : 45 minutes

5

Elève 1 – Donc, tout d'abord on voulait savoir, si c'était possible que vous nous parliez un peu du concept du restaurant, que vous nous parliez un peu de la façon dont ça marche...

Restaurateur - De mon restaurant ?

10

Elève 1 & 2 - Oui

Restaurateur - Mon restaurant il existe depuis 24 ans, il se situe place Victor Hugo à Toulouse puisque vous y êtes, vous avez dû le voir...

15

Elève 1 & 2 - Oui

Restaurateur - C'est un restaurant qui s'appelle « La villa Tropézienne », pour savoir juste pour l'histoire, à la base il s'appelait le « St-Tropez », parce que je suis de Marseille, et j'avais une petite affaire à St-Tropez à l'époque que j'avais appelé « Le St-Tropez ». Au bout de quelques années, j'ai été obligé de changer le nom, je l'ai appelé « La villa Tropézienne », parce que la ville de St-Tropez a protégé le nom de St-Tropez, donc on pouvait pas garder ce nom là ou alors il fallait leur verser 3 ou 5 % de Royalties, je m'en souviens plus. A l'époque, c'était quand même une somme importante, je n'avais pas les moyens de le faire donc j'avais décidé de l'appeler « La villa Tropézienne ».

20

La villa Tropézienne c'est quoi ?

C'est un restaurant provençal, c'est à dire c'est des recettes de la Provence avec beaucoup de pesto, de basilic, d'huile d'olive, on a un petit côté également Italien parce qu'il faut savoir qu'à Nice, St-Tropez, Marseille on a une influence Italienne énorme. Je crois que c'est la région où on mange le plus de pizzas et de pâtes donc je pense que c'est aussi pour ça. Vous avez des petits farcis, vous avez l'aïoli, vous avez les macaronis, vous avez la souris d'agneau confite, le tian d'agneau... Voilà, c'est vraiment typiquement... j'essaie de faire en sorte que ce que vous mangez, vous buvez chez moi sorte de l'ordinaire. On a des plats qu'il y a que nous qui les faisons, on a des boissons comme l'Ice Tropez, on a des apéritifs comme l'Absinthe, le Riquinquet, l'orage colombo, comme des vins cuits qui ont été remis au goût du jour par un artisan de Provence. Tout cela vous le buvez et vous le prenez à la Villa Tropézienne et vous pouvez pas le boire ailleurs à Toulouse. C'est notre spécificité.

25

30

35

Elève 1 - D'accord.

Elève 2 - Quelles sont les types de clientèle que vous avez au restaurant ?

40

Restaurateur - Alors il y a encore 5 ans en arrière on avait une clientèle on va dire assez branché, parce qu'il y avait beaucoup de gens du rugby, et que je connaissais, des jeunes qui fréquentaient notre établissement pendant de très longues années... Là, il y a eu un renouveau au niveau du rugby, il y a beaucoup de jeunes qui sont vraiment très jeunes, on a énormément de clientèle, on travaille très bien mais on va dire c'est un mix, BCBG ça oui parce que je pense c'est le respect... nous a un respect en accueillant les clients, tout le monde est habillé pareil, vous voyez le restaurant il est beau, il est propre, il a 24 ans quand même, ça se voit pas, ici tout est nickel !! Vous allez aux toilettes vous pouvez y manger, vous allez dans les cuisines, vous mangez par terre, voilà nous on demande juste que les gens se tiennent correctement chez nous et qu'ils s'habillent correctement, voilà, mais je vais dire que la clientèle est BCBG. Le week-end, elle est un peu plus jeune. Autrement, en semaine c'est entre 35 et 60 ans, et le week-end c'est entre 20/25 et 60 ans quand même parce que les personnes d'un certains âge sortent également, voilà.

45

50

Elève 1 - D'accord. Au niveau de la concurrence sur Toulouse, vous en avait beaucoup de la concurrence directe ?

55

Restaurateur - Heu directe... Non parce que ces produits, le poisson grillé et tout ça, c'est notre spécialité donc les gens qui viennent chez nous viennent pour ça, on a pas trop de concurrence de ce côté-là. Les plats provençaux, il y a que nous qui les faisons après si on part sur la gamme de tarif, autour de la place et même

60 derrière tout ça et tout, oui au niveau des tarifs on est à peu près ... on est bien placé mais il nous concurrence
uniquement sur la base du tarif. Après, l'avantage que mon restaurant a sur les autres, c'est qu'on a tous : on a
un restaurant, on a une terrasse qui est chauffée, qui est fermée, qui est très agréable... D'un côté, nous avons
attendant à nous, un bar, où je vous ai accueillis qui est un bar avec une licence 4 donc on a le droit de servir de
l'alcool, d'être ouvert très tard, on a une terrasse également du côté bar... C'est un des restaurants qui a multi-
facettes je veux dire.

65 **Elève 1** - D'accord.

Elève 2 - On vous a vu sur *Deliveroo*, selon vous qu'est-ce que la livraison de repas à domicile ? Une petite
définition.

70 **Restaurateur** - De la livraison de repas à domicile ? C'est très simple Moi à la base j'étais pas trop pour
parce que j'ai dit, les gens ils vont pas comprendre, peut être que ça va pas arriver comme je le souhaite et ça
va faire de la mauvaise publicité. Parce que des fois, on a des plats qui sont pas des cadeaux, c'est les mêmes
tarifs que vous avez vu sur *Deliveroo* et ici, parce que nous on reverse un pourcentage étant donné qu'on a pas
de service, qu'on a pas de tout ça, on a pas de couvert, la vaisselle et tout. Mais j'aurais voulu que les gens ils
comprennent pourquoi c'est plus cher donc j'étais pas trop pour. Le problème c'est que, à moins de mourir
75 idiot, de temps en temps il faut se remettre en question et quand vous allez dans des pays comme l'Angleterre,
les Etats-Unis, la Norvège, tout le monde passe par là, voilà. C'est incontournable !!

Pourquoi ? Parce que ben maintenant vous êtes la génération d'internet, vous venez vous, avec votre Ipad, vous
avez votre téléphone, vous m'enregistrez comme ça, donc il faut suivre la mouvance, donc les gens ils
demandent de rester à la maison, ils veulent se faire peut-être... cocooning ou lodge voilà. Il y a tellement de
80 nouvelles tendances qui sortent que je m'y perds, mais j'essaie de suivre un petit peu le désir de ma clientèle
et je sais que beaucoup de gens qui viennent chez moi, me disent « teh Jean-Pierre, je suis passé par *Deliveroo*
je t'ai acheté... ». P****, jamais je pensais qu'en passant par ça, la dame qui m'a embrassé tout à l'heure, le
soir elle a pas envie de sortir, elle téléphone à *Deliveroo* et elle se fait livrer donc voilà c'est pour ça que je suis
allé dans ce sens-là.

85

Elève 1 - D'accord. Et vous avez commencé à livrer récemment ou vous avez décidé de livrer dès le début ?

90 **Restaurateur** - Non, moi ça fait que 5 ou 6 mois qu'on livre alors que ça fait déjà 1an et demi que je fais du
sur place et c'est quand j'ai décidé, du fait qu'on est obligé de faire plaisir. Vous savez moi je fais pas plaisir à
moi, pour mon restaurant, la priorité c'est la clientèle. Ce que je dis à mes employés et que j'ai toujours dit,
depuis 36 ans que je suis patron, quand j'ai débuté j'avais 20 ans maintenant j'en ai 56, expliquer que le client
est le patron, c'est la première des choses, ça a toujours été ma base. La deuxième chose que je leur ai dit :
« les diplômes, c'est pas trop important, l'important c'est d'aimer les gens ». Donc, en partant de ces 2 constats,
si vous aimez les gens et si le client c'est le patron, le client désire manger chez lui, on va faire de la vente à
95 emporter et c'est pour ça que de moi-même j'ai dit oui. J'ai été démarché par une autre... vous savez Take it
Easy, bon eux, ils ont fondu les plombs, je leur ai dit non et puis *Deliveroo* le gars est venu j'ai dit : « voilà,
comment sont les packagings tout ça, comment c'est livré... on s'est arrangé et aller.

100 **Elève 1** - D'accord. Pensez-vous que les attentes des clients en restaurant sont différentes de celles des
personnes qui se font livrer ? Ils attendent la même qualité quand ils se font livrer que quand ils viennent au
restaurant ?

105 **Restaurateur** - Je pense que eux, chez eux, ils attendent la même qualité. Que nous on puisse pas la donner
d'accord. Déjà vous avez pas la présentation, nous, on essaie de faire une belle présentation mais dans des
barquettes c'est pas la même chose. Nous, on découpe des côtes de bœuf, des poissons, qu'on découpe, vous
voyez ça la bas vous pouvez pas l'avoir chez vous. Il y a quelques... 2 ou 3 truc qu'on peut pas leur donner,
mais enfin, je touche du bois, il paraît qu'il y a des gens qui donnent leurs avis de *Deliveroo*, je savais pas, et
ma collaboratrice m'a dit on a de très bon avis. Il y a eu quelques avis, ça ça m'ennuyait, beaucoup qui ont dit :
110 « euh c'était un peu cher » mais bon c'est les prix que nous pratiquons ici. C'est vrai que nous, en contrepartie,
on participe et là vous le voyez parce que c'est un cadre, vous avez un emplacement, vous avez une terrasse
où vous pouvez fumer et vous chauffer, vous avez un cadre magnifique, vous avez une... L'accueil, ça se paye
également, vous avez des couverts propres, vous avez un service, alors c'est vrai que ce service-là, c'est
Deliveroo qui le facture. Nous, ils nous prennent un pourcentage justement pour que eux ils payent le gars qui
livre, et voilà le packaging, le sac, tous le back-office qui est internet, qui vient derrière, il y a un bon suivi, ça
115 c'est top, il y a un tout. Mais vous savez, le français, le client français, il a rien à voir avec le client étranger.
Moi, j'ai vécu, j'ai travaillé en Angleterre, j'ai travaillé aux Etats-Unis, à Shanghai, en Australie, à Singapour,
le client français il est compliqué. Le client il vient, il demande quelque chose, il le prend, il fait pas midi à

- quatorze heures. Nous, on décortique tout, vous savez on est très... je sais pas, on est très c***** on va dire, on est comme ça, on va pas se changer, moi je suis français, je dois l'être aussi, un petit peu, peut être avec ma femme, ou mes enfants !!
(rires)
- 120 **Elève 1** - Pas quand vous allez au restaurant ?
- 125 **Restaurateur** - Non pas du tout, je sais ce que c'est le travail de restauration , je peux pas me permettre d'être c***** !!
- Elève 2** – Vous nous avez dit que *Deliveroo* , il vous équipait en ...
- 130 **Restaurateur** - En sac
- Elève 2** – toutes les barquettes ...
- 135 **Restaurateur** - Ha non, les barquettes c'est nous qui les avons acheté, d'ailleurs je les ai changé parce que j'étais pas du tout content. Ils avaient des barquettes spécifiques pour les burgers, c'est nous qui payons tout ça, ils avaient leur truc à eux qui me plaisait pas. Eux, ils ont juste les sacs avec écrit *Deliveroo*.
- Elève 2** - Et après ils vous équipent quand même en ...
- 140 **Restaurateur** - En logistique ?
- Elève 2** – Non
- Restaurateur** - En tablette
- 145 **Elève 2** - Oui
- Restaurateur** - Oui c'est la leur, celle-la c'est la leur.
- 150 **Elève 1**- Et pourquoi vous avez choisis la livraison à domicile par intermédiaire, et vous êtes pas passé par vos propres moyens ?
- Restaurateur** - Parce que eux, ils ont toute une communication qui est énorme, que nous à notre niveau ça nous coûterait d'être référencé, alors que, eux, ils ont un référencement national et même international maintenant et voilà c'est tout compris, c'est beaucoup plus facile.
- 155 **Elève 1** - Et pourquoi *Deliveroo* et pas un autre intermédiaire ?
- Restaurateur** - Parce que l'autre intermédiaire a fondu les plombs.
- 160 **Elève 2** - Mais il y a pas que Take it easy, il y a *Allo Resto* également !
- Restaurateur** - Ha ben je sais pas, vous me l'apprenez !
- Elève 1** - C'est *Deliveroo* qui est venu vous voir directement, qui vous a contacté ?
- 165 **Restaurateur** - Ouais, ils sont venu me voir 6 fois...
- Elève 1** - 6 fois ?
- 170 **Restaurateur** - Ha ouais, lui il voulait vraiment qu'on vienne chez eux, et moi je prends toujours un peu le temps de ... parce que j'ai 56 ans maintenant, je suis vieux, donc je prends du temps avant de prendre une décision et voilà. Après j'ai vu que c'était bien, j'ai fait un essai chez moi avec ma femme, en me faisant livrer également pour voir comment c'était, j'aime bien tester c'était pas mal, c'était bien, en plus l'avantage qu'il y a c'est que vous payez directement par le site, pas le soucis de sortir d'espèce, de préparer et tout ça. C'est comme uber quoi, ils ont ubérisé la livraison à domicile, c'est énorme ! Moi, j'étais à Miami encore la semaine dernière, uber vous payez pas, pas d'argent on vient vous chercher, on vous ramène, c'est énorme !
- 175

- Elève 1** - Oui c'est vrai que c'est pratique
- 180 **Elève 2** - Sur vos plats quelle commission prend *Deliveroo* ?
- Restaurateur** - Je peux pas vous le dire, c'est confidentiel avec eux, mais c'est moins que les autres.
- 185 **Elève 1** - On sait qu'en moyenne c'est 30 % donc vous avez négocié ?
- Restaurateur** - Moi c'est pas 30 %
- 190 **Elève 1** - Le contrat avec *Deliveroo* comment ça s'est passé, vous avez une date de fin, butoire, ou vous pouvez vous désengager quand vous voulez ?
- Restaurateur** - Quand je veux, si un jour je suis mécontent, j'arrête de suite, il y a pas de contrat.
- 195 **Elève 2** - Quelles sont les avantages et inconvénients de la livraison à domicile par *Deliveroo*, par intermédiaires ?
- Restaurateur** - Par mon intermédiaire à moi ? Les avantages, c'est qu'on peut être servis à n'importe quelle heure jusqu'à 23 heures, et ça c'est important, parce qu'une fois rentré à la maison vous êtes fatigués, vous voulez pas sortir, vous téléphonez même à 23 h et on vous livre un plat chaud ou un plat froid et ça c'est important. Pour nous, la contrainte c'est que des fois, ben souvent le rush c'est le vendredi, le jeudi et le samedi et c'est là où pour nous aussi c'est le rush, comme j'expliquai à mes chefs et mes employés ou on dit oui ou on dit non, mais si on dit oui, on est capable de le faire. Alors l'avantage qui y a c'est que *Deliveroo*, et c'est ça qui est bien aussi, c'est que si il y a vraiment beaucoup de monde le soir, on bloque *Deliveroo*, vous pouvez pas commander.
- 200 **Elève 1** - Ha c'est bien ça, je savais pas.
- Restaurateur** - Moi, je suis content de ça parce qu'il y a des fois, si c'est pour faire ce métier, moi, vous savez à l'âge que j'ai, je serais à Miami en train de bronzer, donc je le fais parce que j'y crois et que j'ai envie... J'adore mon métier, et j'adore le contact avec les clients. *Deliveroo*, c'est vraiment bien ce petit thaïlandais ou pakistanais à penser, si il est devenu milliardaire c'est que il a eu une très très bonne idée !!!
- 205 **Elève 1** - D'accord. Mais au niveau des critiques du coup, comment les gérez-vous ?
- Restaurateur** - Ce que nous avons eu avec *Deliveroo*, c'est que c'était un poil cher. Ça je peux rien faire, se sont déjà nos tarifs et nos coefficients n'ont rien avoir avec ce qu'ils devraient être.
- 210 **Elève 1** - Vous avez pas peur qu'à la longue, étant donné que comme vous dites, vous avez beaucoup de succès aussi sur *Deliveroo*, de finir par « négliger » le service en salle, à force de privilégier la livraison ?
- 220 **Restaurateur** - Ha non pas du tout, on concentre, s'il y a des soirs comme je vous dis, il y a vraiment beaucoup de *Deliveroo* on bloque. Moi mon métier, c'est la restauration, pas virtuelle, contact réel, au contact du client et ça fait des années que je fais ça, je vais pas me lancer si un jour, on me dit il faut arrêter ça et faire ça, j'arrêterai tout. Voilà, ça c'est un plus parce que je me suis aperçu que c'était beaucoup de mes clients qui commandent donc si ils me commandent pas moi, ils vont commander à un autre restaurant par *Allo Resto*, vous me l'apprenez, moi je pensais qu'ils passaient par *Deliveroo* donc je peux pas me permettre ça. Moi je veux que mes clients, ils aient envie de manger chez eux ce qu'ils mangent chez moi donc ils passent par là, ça me va très bien donc euh... C'est qu'un plus. Donc je vois venir votre question c'est à dire vous allez penser que « est ce que ça va prendre le pas sur la restauration et que les gens vont rester chez eux ? »
- 225 **Elève 1 & 2** - Oui
- Restaurateur** - NON !! Y a toujours des gens qui vont rester chez eux et y en a beaucoup qui vont préférer le contact voilà c'est tout.
- 230 **Elève 1** - Et vous vous verriez aujourd'hui arrêter avec *Deliveroo*, arrêter la livraison à domicile ?
- Restaurateur** - Si ça me prend la tête oui !!

- 240 **Elève 1** – D'accord, ça serait pas euh...
- Restaurateur** - Si ça me prend la tête et que j'arrive pas à faire plaisir aux clients comme il faut le faire euh oui. Moi je suis là pour faire plaisir aux clients, je suis pas là pour me prendre la tête.
- 245 **Elève 1** – D'accord
- Elève 2** – Est ce que la rencontre entre les livreurs et vous se passe toujours bien lors de la récupération des plats ?
- 250 **Restaurateur** – Toujours ! Des fois ils oublient un truc mais bon... On les appelle maintenant parce que avant on ne pouvait pas les appeler, maintenant on peut les appeler et ils reviennent mais non non ils sont tous très gentils, très aimables voilà.
- Elève 1** – Ils sont ponctuels ?
- 255 **Restaurateur** – Euh... oui, dimanche, lundi, mardi, mercredi, ils sont ponctuels. Jeudi, vendredi, samedi ils le sont moins. (*tous le monde rit*)
Mais c'est marqué !
- Elève 1** – Ah oui
- 260 **Restaurateur** – Oui, tout est marqué, y a beaucoup de business comme y va y avoir un retard, le mec va être en retard de 3, 4, 5, 6 minutes, c'est un truc de fou.
- Elève 2** – Ah oui !!
- 265 **Restaurateur** – Ah c'est énorme
- Elève 1** – On sait en temps réel où est...
- 270 **Restaurateur** – Ah oui, le mec qui a pensé ça, c'est un monstre !! c'est énorme voilà c'est... J'arrive pas à concevoir comment Take Eat Easy qui était français et qui avait levé des fonds a pu se planter. Et après j'ai discuté avec certaines personnes aux Etats-Unis, et c'est tout simplement le coût.
- Elève 1** – Oui parce qu'en fait ils ont voulu lever trop de fonds d'un coup et les banques ne les ont pas suivies.
- 275 **Restaurateur** – Mais non, mais non !!!
- Elève 1** – Parce qu'à la base ils étaient bons !
- 280 **Restaurateur** – Ils étaient très bon mais le problème c'est pas ça, c'est pas que les banques. Déjà en France les banques ne vous suivent pas mais en plus de ça le back office de Take Eat Easy et tout il coûte 6 fois plus que le back office de Deliveroo. Ils ont pas de charges en Angleterre et aux Etats-Unis.
- Elève 1** – Ah bon
- 285 **Restaurateur** – Quand vous donnez un salaire en France, vous donnez 1500 € à un gars qui s'occupe d'internet ou fait autre chose chez vous, vous allez donner 1600 € tout les mois à l'État.
Quand vous donnez 1500 € en Angleterre ou aux Etats-Unis, est ce que vous savez combien vous donnez ? 300 € à l'État.
- 290 **Elève 1 & 2** – Ah d'accord
- Restaurateur** – Vous multipliez par 100 personnes qui s'occupent d'internet, qui s'occupent de livraison qui au bout de ça, vous faites le calcul et ramenez le mois par mois, à la fin de l'année et ben voilà Take Eat Easy, ils ont pas gagné un centime, ils ont tout perdu et Deliveroo, eux, ils ont explosé. C'est le problème français, c'est comme quand ils ont acheté Marionnaud en France, c'est les chinois qui ont racheté Marionnaud mais pourquoi ?
- 295

300 Marionnaud quand ils étaient français, ils s'en sortaient pas et quand ils sont chinois ils s'en sortent. Mais je sais pas moi, mais quoi ? Ils ont une boîte secrète ? Mais non, tout le back office, la communication tout ça, tout est en Chine. C'est le problème des français mais tout, tout part comme ça, c'est pour ça qu'on s'en sort pas.

305 Pourquoi vous avez des restaurants maintenant qui ouvrent de moins en moins et qui ferme, qui ferme ? Et y en a certains qui ouvrent et durent pas longtemps parce que ça n'a rien à voir, vous allez aux Etats-Unis, vous avez 4 serveurs pratiquement. Bon y en a un qui prend les commandes, l'autre sert le vin, l'autre débarrasse, y en a 4. Là pour moi, pour toutes cette salle là, j'ai qu'un serveur et il faut que je remplisse alors que l'autre si il ne remplie pas, les américains, ce n'est pas grave. C'est complètement différent. Voilà.

310 **Elève 1** – Et au niveau de la livraison, du coup, vous nous avez dit que c'est vous qui fournissiez le packaging mais on a du mal réaliser parce que on a interviewé d'autres personnes qui livraient du fast food, du coup, bon pour la livraison d'un burger on a compris qu'on mettait dans une boîte, ça reste du packaging assez traditionnel mais pour livrer quelque chose de plus haut de gamme, au niveau du packaging, vous faites des mises en scène, vous dressez, c'est envoyé comment ?

315 **Restaurateur** – C'est le même packaging que vous avez n'importe où LABDA qui sont très propres, visuellement on le voit, on met le produit à l'intérieur, nous on essaye de le présenter comme si on prenait les assiettes ici mais c'est tout. Voilà. Alors pourquoi on ne peut pas avoir des packaging plus haut de gamme ? Mais c'est très simple, c'est parce que notre commission c'est *Deliveroo* qui le prend. Ils sont pas idiots, ils nous ramènent de la clientèle en plus parce que attention ça marche. Moi je vois le chiffre qu'ils font, c'est monstrueux, déjà rien que chez moi !! Alors que moi je suis un restaurant un peu haut de gamme, c'est à dire que les tarifs sont pas donnés. J'ai un autre restaurant Vietnamien et tout ça et tout, c'est énorme ce que fait *Deliveroo* avec nous et voilà. C'est moins cher donc y a beaucoup plus de monde mais rien qu'avec moi, j'en revient pas bravo !!

320 Après, j'ai su le CA que faisait *Deliveroo* rien qu'en France, c'est hallucinant mais surtout la marge que ça lui laisse et Take Eat Easy qui était super bien, leur concept était bien pensé et tout ça et tout, ils ont tout perdu.

325 Voilà.

7 secondes de blanc

330 **Elève 2** – Est ce que votre activité est elle plus rentable lorsque vous livrez ou quand c'est sur place ?

6 secondes de blanc, le Restaurateur réfléchit

335 **Restaurateur** – Si mon CA pouvait se cantonner à faire que de la livraison, ça serait plus rentable de faire que de la livraison, ce qui est logique !

Elève 1 – Oui parce qu'il n'y a pas les charges

Restaurateur – Euh tous les serveurs, tous les plongeurs... je ne les auraient pas.

340 **Elève 1** – Etant donné qu'il y a une commission, à savoir si c'était plus rentable euh...

Restaurateur – Ah non non mais même la commission, si moi j'enlève tous les frais annexes que j'ai, j'aurai pas besoin d'un local comme ça !

345 **Elève 1** – Oui

350 **Restaurateur** – Déjà, j'aurai moins de loyer, j'aurai pas besoin de mes serveurs, j'aurai pas besoin de mon directeur, j'aurai pas besoin de mon barman, j'aurai pas besoin de mes plongeurs, pas besoin de certains cuisinier, en avoir moins voilà mais après c'est ça le problème c'est que inversement si j'ai pas cette affiche, vitrine là, si j'ai pas cette enseigne là, *Deliveroo* je ne les intéresse pas. Je les intéresse parce que justement j'ai ce restaurant là donc eux ils sont pas c***, ils se disent teh lui il est là, on va lui amener un plus de repas voilà. Vous savez qu'il y a des restaurants à Paris qui sont vides et qui font 300 repas tous les soirs avec *Deliveroo* mais quand vous allez dans le restaurant, ils sont vides.

355 **Elève 1 & 2** – Oui oui

Elève 1 – Y en a pleins qui marchent comme ça !!

- 360 **Elève 2** – Et du coup vous pensez que la livraison elle va continuer plus tard comme ça ou...
- Restaurateur** – C'est obligé !!
- Elève 2** – Ah oui !!
- 365 **Restaurateur** – Mademoiselle, vous voyagez ?
- Elève 2** – Non je n'ai pas trop voyagé encore.
- 370 **Restaurateur** – Ah bon. Bon, nous les français on a toujours 10 ans de retard sur les pays anglo-saxons. Qu'est ce que j'appelle les pays anglo-saxons ? J'appelle l'Angleterre, les Etats-Unis, l'Australie et beaucoup de pays euh... Bon quand vous voyez comment ça a prit que chez eux, chez nous ça va exploser. Tous ce qui est livraison, ça va exploser mais nous on prend beaucoup plus de temps en plus on pense toujours faire mieux que les autres nous, c'est ça notre gros défaut français, vous savez que si vous écoutez les médias français, on est les numéro 1. On est le 4ème pays du monde. Pour les autres pays au monde, on est la dernière roue de la charrette !! et on est vraiment des M*****. Quand je dis des M***** c'est le terme pour les américains. Vous savez que 60 % des américains ne savent pas où c'est la France, ils ne savent pas où c'est. Et leur dernier président si vous savez comment il parle du notre mais le problème c'est qu'on est obligé de passer par eux. Nous on aimerait, certains médias, certains politiques nous expliquent : « non mais à Trump on va lui expliquer... ». On va lui expliquer quoi ? Il sait même pas que tu excites, donc il veut pas savoir lui. D'ailleurs, c'est le seul gouvernement, c'est le seul président avec qui la communication a duré 7 minutes. Avec les Chinois, ils ont passé 3 jours ensemble et avec Poutine, ils ont passé 6 heures ensemble !! et avec nous 7 minutes, 7 minutes !!!! Vous savez ce qu'il a dit après « Qu'est ce que vous voulez que je fasse avec cet Hollande là ? Dans 6 mois il est plus là » Il ne savez pas qu'il allait pas se présenter, « celui il ne m'intéresse pas ». Donc quand vous voyez ça, la réalité, on pense que c'est nous qu'on tient la poêle par sa queue, nous on tient rien du tout !! Donc on va continuer à avancer mais malheureusement, c'est nous avant qui nous fions par rapport à la restauration, par rapport à cet art de vivre, à ce service et tout, c'est terminé. Le service, le meilleur service au monde c'est l'Angleterre maintenant, c'est pas en France et aux Etats-Unis, ils sont bien loin devant nous aussi. Après en terme de service pure, c'est eux qui ont inventé *Uber* donc tout ce que vous me dites c'est exactement la même chose qu'*Uber* et eux ils ont explosé. Tout est *Uber* là-bas donc ici c'est pareil, ça sera obligé.
- 380
- 385
- 390 **Elève 2** – Et du coup, vous pensez que c'est un danger pour les restaurants en France ? Parce que du coup les clients...
- 395 **Restaurateur** – OUI OUI, c'est un gros danger, pour les petits restaurants, c'est mort, mais déjà les petits restaurants, ils sont morts. Ce que vous savez pas c'est que je crois qu'il se ferme tant de restaurants et tant de cafés tout les mois en France.
- Elève 2** – Ouais c'est énorme !!
- 400 **Restaurateur** – C'est énorme, vous le voyez pas, ça se voit pas parce que vous vous voyez un truc, après vous avez un changement d'enseigne ou quoi mais ça c'est un restaurant encore bien placé parce qu'on est en centre ville mais ceux qui sont dans les petites rues derrière et tout ils sont obligés, ils sont voués à mourir, pourquoi ? Parce que le monde va là où y a le monde, le monde attire le monde donc dans ces restaurants, ils pourront plus avoir la capacité d'avoir la communication, le service et tout. Ensuite, y a des restaurants un peu comme le mien qui tireront toujours leur épine du pied car nous on a un certain concept. Ceux qui travaillent, il y a Mc Donald's, Burger King qui fait un carton depuis qu'ils ont ouvert et Pizza Pino, c'est que c'est enseigne là. Après les restaurants, vous passez devant, il n'y a personne. A part des gens comme nous et « La Compagnie Française » qui a un bon concept, c'est sympa, c'est Italien, nous c'est provençal, on arrive à tirer notre épine du pied et les autres restaurants même ceux qui sont bien placés, ils sont obligés à vouer à mourir et quand ça, ça va être prit un peu comme aux Etats-Unis, c'est fini. Vous allez avoir que des grosses enseignes. Il faut passer par là, y a pas que nous, y a pas que nous. Vous croyais quoi les taxis dans pas longtemps, ça n'existe plus. Tous ceux qui ont payé leur fiche de taxi 300 - 400 000 €, c'est fini, ils ont tout perdu et c'est le monde qui a voulu ça, c'est pas nous qui a inventé internet.
- 410
- 415 **Elève 1** – Au niveau, en chiffres, ça représente combien de repas en moyenne la livraison ?

- Restaurateur** – Par jour ?
- 420 **Elève 1** – Par jour oui. En moyenne
- Restaurateur** – Entre 20 et 30, c'est énorme !!
- 425 **Elève 1** – Oui surtout que vous avez déjà un nombre de couverts important en salle.
- Restaurateur** – Non mais on fait pas beaucoup, en moyenne, un jour normal, on fait 200 couverts.
- Elève 1** – C'est pas mal !!
- 430 **Restaurateur** – Y a 5 ans, j'en faisais 350
- Elève 1** – Oui c'est sur, mais bon après y a la crise qui est venue
- 435 **Restaurateur** – Eh ben c'est pour ça je vous dis qu'on fait que 200. Après les bons jours on fait 300 – 350 comme le vendredi et le samedi voilà mais autrement non 200. 30 couverts livrés pour 200 en salle, c'est énorme et des fois on fait plus !! mais bon en moyenne c'est ça 25 – 30. C'est énorme, c'est 10 % du CA.
- Elève 1** – 10 % de votre CA total ?
- 440 **Restaurateur** – Total et oui, si vous faites le calcul, si vous faites 200 couverts et vous faites 25 couverts livrés, ça fait 10 %. C'est énorme !!
- Elève 1** – C'est pas négligeable !
- 445 **Restaurateur** – C'est pas négligeable et justement au lieu de galvauder ça, il faut essayer d'améliorer encore plus ce service pour gagner encore plus de clients parce que tous les clients que vous gagnez ce ne sont pas ceux qui vont venir dans votre restaurant. Ils vont venir parce que je vous ai dit c'est les mêmes mais le soir qu'ils ont commandé, y en a d'autres qui viennent, ça n'a rien à voir.
- 450 **Elève 1** – C'est une clientèle qui se serait pas déplacé dans le restaurant et qui commande.
- Restaurateur** – Oui ils commandent donc il faut aménager, faire en sorte qu'ils soient encore plus contents. Voilà c'est tout.
- 455 **Elève 2** – Et donc vous livrez plus le midi ou le soir ?
- Restaurateur** – Le soir.
- Elève 1** – Et le vendredi et le samedi et le dimanche aussi ?
- 460 **Restaurateur** – 7 jours sur 7 on livre.
- Elève 1** – Oui oui mais le plus ?
- 465 **Restaurateur** – Ah mais c'est normal, les gens quand ils sont le plus chez eux c'est le vendredi, samedi mais moi en ce moment, P***** je suis même surpris, le lundi et le mardi et quand y a des matchs encore plus. Non non c'est bien !!
- 470 **Elève 2** – Est ce que vous savez combien de repas vous auriez pu réaliser si ces gens seraient venus dans le restaurant ?
- Restaurateur** – Combien de CA vous voulez dire en plus ?
- 475 **Elève 2** – Oui

Restaurateur – Eh ben j’aurai gagné déjà 20 % de plus puisque les marges de *Deliveroo* c’est ça, j’aurai vendu du vin, j’aurai vendu du café et des desserts... C’est pour ça que le virtuel c’est bien mais il faut pas galvauder ce truc-là, c’est tout, il faut pas laisser.

480 **Elève 1** – Est ce que vos livraisons depuis que vous avez commencé elles sont perpétuellement en hausse ou ça stagne ?

Restaurateur – Non c’est toujours pareil. On a quand même des gros clients, on a des fois des clients qui nous commandent 400 – 500 € avec des bouteilles de Champagne à 250 €, ils nous les prennent quoi, j’en reviens pas. Alors que nous ici, des bouteilles de Champagne à 200 - 250 € on en vend pas très peu, 1 ou 2 par mois. Des fois vous avez des commandes, je me rappelle la dernière fois le même gars coup sur coup tous les jours, c’était 300 – 400 €. Bon il devait être là comme ça, il doit avoir des millions mais bon. Je vends des trucs que jamais je n’aurais imaginé vendre sur internet fin à emporter.

490 **Elève 1** – Y a des clients fidèles quand même que ce soit au restaurant ou en livraison !!

Restaurateur – Ça fait 24 ans qu’on est là, si on est là c’est qu’il y a du monde et que c’est moi et parce qu’ils sont fidèles.

495 **Elève 2** – Est ce que vous connaissez un restaurant qui passé par *Deliveroo* et qui a arrêté la livraison à domicile ?

Restaurateur – Je discute jamais avec les autres restaurants

500 **Elève 2** – Ha bon d’accord (*rire*)

Elève 1 – Pourquoi ?

Restaurateur – Parce que je ne sors jamais de chez moi et quand je sors c’est pour prendre l’avion et partir à l’étranger.

505 **Elève 1** – Ah d’accord, vous êtes pas trop sur Toulouse ?

Restaurateur – Non j’habite sur Toulouse et je vis sur Toulouse, j’ai ma femme et mes enfants sur Toulouse, ça fait 24 ans que j’ai ce restaurant mais je suis jamais allé manger dans un autre restaurant à Toulouse ni boîte de nuit ni un bar et je fréquente personne, je reste que chez moi. J’avais 11 restaurants avant, j’avais « Les Coulisses » derrière mais vous êtes trop jeune, c’était un bar d’ambiance qui marché très fort et je ne vais jamais chez les autres.

515 Là je vais prendre l’avion, je vais au Maroc, je vais à Barcelone, je reviens de Miami, au mois de Janvier je repars à Miami et voilà.

Elève 1 – D’accord très bien. Bon vous avez répondu à toutes nos questions, merci beaucoup.

Restaurateur – C’est top c’est bon ?

520

Elève 1 – Oui très bien, merci beaucoup.

Restaurateur – Si je peux vous apporter un plus tant mieux pour vous, vos études.

525 **Elève 1** – Ah oui c’est sur vous nous avez apporté un plus oui parce qu’on avait posé beaucoup de questions à des restaurateurs traditionnels et fast food donc là ça nous apporte vraiment un autre avis, un autre opinion.

Restaurateur – Ah nous on est pas Fast food !! Un fast food n’a pas la même logique, la même réflexion que moi.

530

Elève 1 – Non pas du tout.

Restaurateur – C’est pas possible, c’est complètement différent, le problème qui a c’est que, la finalité c’est de gagner sa vie et d’être heureux. Le problème je crois qu’en France on arrive plus à gagner notre vie comme on devrait la gagner. N’importe quel travail que vous faites, vous devez avoir du résultat et dans la restauration

535

d'aujourd'hui, quand tu fais tant d'heures, dans un restaurant traditionnel, tu gagnes plus ta vie. Ben c'est pour ça que ça va être très très compliqué. Voilà, bonne après-midi Mesdemoiselles

540

Elève 2 – Très bien merci beaucoup.

Elève 1 – Très bonne après-midi !!

Annexe K : Entretien Le Bibent

Date de l'entretien : Vendredi 17 Mars 2017

Durée de l'entretien : 22 minutes

5

Elève 1 - Pourquoi avez-vous décidé de faire de la livraison à domicile avec *Deliveroo* ?

10

Restaurateur - Alors d'abord, vous savez Monsieur Constant qui a aussi trois restaurants à Paris, il a d'abord testé à Paris. Ça marche bien, *Deliveroo* ça démarrait de Paris aussi sur une plus grande structure, il a voulu le transposer ici parce qu'il s'est rendu compte qu'il y avait de la demande à Paris, même sur son type de restaurant parce que lui il le fait sur l'étoilé, et ça fait de la valeur ajoutée pour nous ici aussi. On ouvre sur les mêmes heures que les heures d'ouverture forcément, ça engendre pas beaucoup plus de travail et l'avantage de *Deliveroo* c'est qu'on gère ce qu'on sait faire c'est-à-dire la cuisine et on a pas du tout à gérer le reste c'est-à-dire la partie marketing, parce que c'est eux qui viennent faire des photos, mettre en place des promotions et on s'est rendu compte aussi après l'avoir testé à Paris que ça fonctionnait bien. C'est-à-dire que les plats arrivent chauds, voilà c'est important aussi parce que la livraison c'est souvent des pizzas des sushis, des trucs un peu facile. Nous, c'est des plats chauds après on fait pas toute la carte donc le chef de cuisine avec Monsieur X ont regardé les plats qui pouvaient en livraison arrivés chauds avec le temps impartis par *Deliveroo*. Parce que ce qui est important aussi c'est qu'eux ils s'engagent sur une durée entre le moment où ils récupèrent les plats et le moment où c'est livré, ce qui est pas toujours le cas avec d'autres systèmes de livraison par scooter, par voiture, par machin où des fois il faut 45 minutes. Nous, en 45 minutes le plat il est froid et si le client veut le réchauffer c'est pas voilà... Donc le but voilà, ça a déjà été testé et ça marche. Donc pour nous, ça représente pas pour l'instant une part énorme par rapport à ce qu'on fait mais c'est un petit plus et quelque part c'est pas plus de travail si vous voulez. Ça rentre dans le travail qui est fait tout au long du service en plus c'était plutôt bien fait parce qu'ils vous amènent la tablette avec le logiciel, le packaging qu'on valide avec eux, on peut trouver ailleurs mais voilà ils amènent quand même leur projet, leur modèle. Nous, on l'a testé, ça fonctionne et ça commence à prendre petit à petit, pour nous c'est un petit plus.

15

20

25

30

Elève 1 - C'est un vrai créateur de chiffre d'affaires ?

35

Restaurateur - Oui, oui, pour l'instant on est ouvert tout le temps on fait pas mal de couverts c'est pas hyper régulier, actuellement c'est un faible pourcentage. Mais un jour c'est deux commandes, un jour c'est dix. C'est plus des petites commandes parce qu'en général c'est des gens qui prennent un plat, qui prennent une petite salade, quelque chose comme ça, mais c'est toujours un petit plus. Et puis, en terme d'image, c'est un peu mieux que ce qui se faisait jusqu'à maintenant avec scooter. Il y a le fait que ce soit à vélo, la pollution, etc.. Il y a des gens qui prennent par *Deliveroo* aussi pour ça, pour ce côté un petit peu plus voilà quoi. Ils livrent pour l'instant à moins de deux kilomètres, enfin c'est en train de changer donc ça veut dire qu'on réduit aussi les circuits, et pour nous c'est intéressant. Et, on le constate parce que nous, on a aussi des gens qui appellent et nous, on essaie de voir si les gens sont satisfaits.

40

Elève 2 - Et vous pensez que c'est la même clientèle que vous avez au restaurant ou c'est une clientèle différente ?

45

Restaurateur - Alors, on s'est aperçu que, bon on ne peut pas savoir forcément parce que nous, on a pas les gens en direct mais pour certains en tout cas parce qu'on a retrouvé des gens qui venaient des fois chez nous. On a retrouvé deux ou trois clients comme ça, c'est des clients qui sont déjà venus au restaurant parce qu'ils nous ont appelé et ils nous l'ont dit après : « Ah ben tiens je t'ai pris ça », ça arrive. Je pense qu'on a les deux mais forcément c'est pas très loin, plus le soir que le midi, le midi il n'y a pas de grosse demande mais le soir un peu. Il y a aussi des gens qui rentrent tard du travail, mais c'est une clientèle très locale donc ça va à deux kilomètres mais la plupart c'est pas très loin du centre. On s'est rendu compte parce que nous, on a les adresses et on se rend compte que c'est souvent vraiment dans les quartiers proches quoi.

50

Elève 1 - Vous pensez que ça répond à une question de praticité pour le client ? Pour quoi le client commande chez *Deliveroo* ?

55

Restaurateur - Praticité, je sais pas, après je trouve qu'il n'y a pas forcément beaucoup d'offres, quand vous voulez vous faire livrer, vous réfléchissez deux minutes il y a quoi ? Soit vous appelez une pizzeria directe la

60 plupart c'est des chaînes parce que les indépendants ne livrent pas très loin ou alors pas tout de suite, etc... Ou
des sushis et si vous voulez faire autre chose ben vous ne savez pas quoi. Donc, après maintenant, en plus avec
les téléphones il y a des applis qui sont assez simples, je pense que c'est ça aussi qui fait que ça marche bien,
vous allumez votre appli boom c'est commandé vite et puis les temps de livraison ils sont pas énormes. Si vous
commandez des pizzas ou des sushis un vendredi soir, il va vous dire on vous apporte ça dans une heure et
demi, eux il y a le temps qui est marqué avant, c'est-à-dire que tout est bien fait, c'est dans l'ère du temps de
ce qu'il se fait maintenant. Il y en a qui sont un peu à la traîne là-dessus, et il y a un créneau à prendre parce
65 qu'il n'y avait pas, le fait que ce soit à vélo c'est un plus mais je suis pas sûr que ce soit non plus ça. Et c'est
surtout qu'il n'y avait pas d'offre quoi. Il y en a un autre qui fait en voiture, en machin mais quand vous
regardez l'avis des restaurants c'est que des pizzas ou des restaurants chinois. Même l'offre de restaurants chez
Deliveroo elle va s'étoffer je pense pour l'instant il y en a qui sont réticents après ça a un coût aussi, ça dépend
de chaque structure. Moi, je pense que ça répond à une demande et ça va créer une demande qui petit à petit
70 va se développer. Parce qu'en livraison à Toulouse jusqu'à maintenant il n'y a pas grand-chose quoi. Plus
nombreux seront les restaurants, plus il peut y avoir de demande.

Elève 2 - Donc vous pensez que ça peut tendre aussi vers la restauration gastronomique ?

75 **Restaurateur** - Ouais, gastronomique c'est plus compliqué parce qu'ils ont aussi, après tout dépend ce qu'on
appelle gastronomique, mais je vois mal un étoilé passer par *Deliveroo*. Le problème c'est qu'on s'engage
aussi, si les plats arrivent chez le consommateur et qu'il en est pas satisfait forcément ça va se répercuter sur
l'image du restaurant. La qualité de service du plat, de température ne va pas y être et puis sur la présentation.
Il faut que le client quand il met le plat dans son assiette il n'est pas à faire de dressage. Il faut que le livreur
80 en vélo, forcément il fait du vélo donc voilà ça bouge. Je pense que sur une restauration intermédiaire, ce que
je veux dire c'est qu'on est pas obligé de faire que du fast food et que de la livraison à emporter. Pour moi, je
vois pas comment on peut aller sur de l'étoilé. Le problème c'est aussi la conservation après le transport, je
pense qu'on peut aller sur une restauration intermédiaire de brasserie, de bistro de chose comme ça, tant qu'on
a réfléchi avant. Tout n'est pas transposable on ne peut pas mettre toute la carte, un filet de poisson c'est plus
85 compliqué, une fois que vous l'avez cuit si le client le remet au four il est trop cuit mais il y a des plats qui ont
des cuissons un peu plus longues ça marche très bien. L'épaule d'agneau confite s'il la mange de suite elle est
chaude, s'il l'a fait réchauffer au four pour remettre en température on est bon. Mais on ne fera pas des steaks
des choses comme ça, chaque restaurateur est libre. Nous, ici le chef a décidé de choisir des plats qui étaient
transposables et qui seraient consommés par le client d'une manière satisfaisante. Ça c'est pas *Deliveroo* qui
90 gère ça c'est chaque restaurateur qui voilà quoi.

Elève 1 - Est-ce que vous pensez que *Deliveroo* est un maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile ?

95 **Restaurateur** - Un maillon oui, déjà faut y adhérer, faut adhérer au concept, etc... Ils prennent quand même
une commission qui se négocie, moi je comprends les restaurateurs qui n'adhèrent pas parce que sur une petite
structure il faut intégrer cette part de *Deliveroo* qui peut aller jusqu'à trente pourcent. Moi pour avoir des
copains qui ont des plus petites structures s'ils ne négocient pas ça peut être un peu compliqué. Pour des plus
grosses structures comme la nôtre ils prennent leur commission mais on ne s'occupe de rien. Tout ce qui est
100 publicité, marketing, ils développent une application, il y a une facilité après. Nous, tout ça on n'a pas à s'en
occuper.

On fait de la livraison que par ce biais-là parce qu'on se décharge aussi et c'est beaucoup plus simple et clair.
Donc oui c'est un maillon, parce que je vois mal des types de restaurants comme le nôtre se dire je vais me
lancer dans la livraison et puis employer quelqu'un, un scooter, machin et l'envoyer à droite à gauche.

105 **Elève 2** - C'est un métier à part la livraison.

Restaurateur - Ouais, c'est un métier à part, ça se justifie sur les pizzas car c'est souvent la moitié de leur
activité mais ça ne se justifie pas sur une brasserie d'avoir un salaire, un scooter, une assurance qui va avec
110 pour en faire deux ou trois. Sur des périodes calmes on va en faire un ou deux. C'est une offre complètement
différente. On vient, on teste, ça marche, ça ne marche pas et libre au restaurateur de rester ou pas. Moi je vois
ça comme un plus, ça marche tant mieux, ça marche pas ben on fera autre chose. Pour l'instant, on voit que
Deliveroo ça marche, après on voit que d'autres n'ont pas marché peut-être que deux acteurs c'était trop sur
des petits marchés comme Toulouse mais en province aussi il faut des concepts comme ça, sur une clientèle
115 qui est différente. Paris les moyens sont pas les mêmes, le panier moyen est pas le même le budget est pas le
même, ils ont pas le même mode de consommation. Il faut aussi trouver une clientèle qui soit prête à mettre
plus parce que quand vous commandez une pizza ça coûte pas cher, quand vous commandez entrée, plat, dessert

au restaurant, il faut trouver la clientèle qui est capable de mettre 40 ou 50 euros par personne, ce qui n'est pas le cas avec la pizza à 10 ou 20 euros. Pour l'instant, on voit que ça fonctionne.

120

Elève 2 - Ça fait combien de temps que vous travaillez avec *Deliveroo* ?

Restaurateur - L'été dernier, moins d'un an je dirais. Des fois, on fait trois, quatre, cinq, six commandes d'affilées, des fois deux, des fois dix. C'est irrégulier mais c'est un plus. C'est un peu une manière d'être dans le coût parce que si ça marche on est dedans. A un moment donné quand il faut aller chercher du chiffre d'affaires là où on en fait pas ben faut tester ce genre de concept là. Je pense qu'il peut y avoir un avenir après ça dépend de l'âge vu que c'est beaucoup avec un appli, souvent c'est une clientèle jusqu'à cinquante ans.

125

Elève 1 - Je voulais savoir ce que vous pensez sur l'avenir de la livraison à domicile ?

130

Restaurateur - Je sais pas, c'est compliqué. Je pense que ça peut pas mal se développer parce que les gens vont prendre de plus en plus l'habitude. Parce que c'est de mieux en mieux fait maintenant il faut que ce soit simple rapide. Les anciennes versions vont peut être pas marché aussi à cause de ça il faut que ce soit qualitatif. Je sais pas si il y aura d'autre chose qui vont apparaître comme ça. L'avenir je le vois plus sur ce genre de boîte parce que aussi c'est du vélo, on a pas à se garer, ici tout est en sens unique. On voit pas de scooter à fond sur les trottoirs et les gens y sont de plus en plus sensible. On demande des produits bio. Le fait de livrer à vélo ça a une connotation positive souvent en scooter c'est le casque ouvert, le scooter dégueulasse rayé ça a une connotation un peu voilà... Derrière, il y a des gens qui ont réfléchi, les livreurs ils auront une tenue, un machin donc ça aide aussi. Au début, les gens se disent « Ha ils font *Deliveroo* c'est quoi ? » et après ils se rendent compte que c'est plutôt qualitatif comme modèle de livraison. C'est comme Uber, il y a une boîte qui a réfléchi à tout, et maintenant avec un clic on a tout et c'est bien fait vous avez une photo, un descriptif, vous payez en direct, c'est la simplicité aussi qui fait le succès. Aujourd'hui, vous réservez un hôtel comme ça, vous réservez une chambre, une voiture et c'est ça qui fait que ça marche aussi tout le travail avant, le logiciel, les applications. Le problème sinon c'est sur l'ordinateur vous trouvez ou pas ce qu'il manque c'est des outils qui centralisent, c'est ce qu'ils font et ce qu'il fait que ça marche. Vous savez pas, vous ouvrez et boom vous avez une liste ça vous plaît ou pas mais au moins vous avez tout. Quand vous faites la recherche vous-même c'est vous-même quoi, vous passez une demi-heure. Vous appelez non là je suis fermé. Et pour beaucoup de chose c'est comme ça. Je pense qu'il y a un potentiel important à l'avenir si on va vers ce type de structure, d'application. Tout le monde aujourd'hui a un smartphone. Il y a un avenir par ce biais-là, les gens connaissent pas encore mais *Deliveroo* c'est arrivé sur Toulouse il y a un petit moment mais les gens commencent à comprendre ce que c'est depuis un petit peu de temps. Ils voient des gens à vélo. C'est comme Uber maintenant les gens connaissent même ceux qu'ils ne l'utilisent pas ou qui sont contre. C'est pareil pour tout c'est des modes un peu alternatifs de consommation et ça marche, donc je vois pas pourquoi ça marcherait pas. C'est long à démarrer.

135

140

145

150

155

Elève 1 - Vous pouvez nous donner pour vous la définition de la livraison à domicile en un mot ?

Restaurateur - La livraison à domicile en un mot, quand ça m'arrive même si je ne suis pas un grand consommateur, le but premier c'est la praticité. C'est-à-dire qu'on fait pas à manger, on passe un coût de téléphone et c'est livré. Après le choix est très restreint ou pas assez qualitatif. Le but premier c'est pratique maintenant faut y rajouter le côté qualitatif. Comme pour tout le monde de temps en temps vous ouvrez le frigo il n'y a rien dedans, je commande. Mais je pense qu'il y a des gens qui se disent ça et qui n'ont pas de solution. Il y a des gens avec un pouvoir d'achat plus important et qui ne sont pas la clientèle cible de base, qui peuvent y accéder entre 50 et 60 ans. Et qui ne veulent pas de pizzas et qui peuvent se dire le frigo est vide je vais commander à la brasserie machin, moi j'ai des clients comme ça, ils passent par *Deliveroo*. Ils prennent une bouteille de champagne bien sûr c'est pas le gros de notre clientèle. Repas de dernière minute. C'est des clients qui prennent de la livraison parce qu'il y a une offre qui existait pas. Je pense pas que ce soit des clients qui recherchent des pizzas, ils prennent champagne 2 entrées, 2 plats, 2 desserts, c'est pas encore le gros de notre clientèle, c'est une demande qui existait pas avant.

160

165

Annexe L : Entretien E-Food Student

Date de l'entretien : Le vendredi 25 novembre 2016

Durée : 1 h 21min et 21sec

5

Elève 1 - Dans un premier temps pouvez-vous nous parler de votre concept, de ce que vous avez créé ?

10

Intermédiaire - Alors *E-Food Student* c'est quoi ? On fait de la livraison de plats pour étudiants affamés, le principe c'est de permettre aux étudiants de pouvoir se faire livrer à manger quand ils le souhaitent avec un meilleur rapport qualité prix que s'ils commandaient sur une autre plateforme ou même au restaurant. Comment ça se passe en pratique ? C'est super simple, on arrive sur le site www.e-foodstudent.fr, on va entrer son quartier et quand on souhaite se faire livrer. Il y a une liste de restaurants qui va s'offrir aux clients, ceux-ci vont pouvoir sélectionner suivant les réductions étudiantes les menus exclusifs que l'on a. Il y a un minimum de commandes qui sont abaissées chez nous et après une fois qu'il a fait son choix de la spécialité (il y a quand même 15 spécialités sur le site), il va pouvoir mettre les produits dans le panier et en quelques clics passer commande et se faire livrer de 30 minutes à 45 minutes.

15

Elève 2 - Comment vous avez eu l'idée de créer ce concept du coup ?

20

Intermédiaire - Alors, comment on a eu l'idée ? Alors en fait il faut savoir que la société a été créée par deux personnes dont une autre personne et moi-même. C'était suite à un voyage à l'étranger, on avait fait une année ERASMUS heu... donc un qui était au Pays de Galle et l'autre aux Pays Bas et donc on avait trouvé des plateformes qui référençaient des restaurants. C'est vrai qu'il n'y avait pas forcément de réductions étudiantes, on s'était dit les étudiants n'ont pas forcément des budgets extensibles et ça serait peut-être sympa de rajouter des réductions étudiantes.

25

Donc tout est arrivé par là et en rentrant en France on s'est dit ben... tiens on va regarder ce qui se passe en France et s'il y a quelque chose heu... bon on va peut-être abandonner, par contre, s'il n'y a rien qui existe pourquoi ne pas essayer de faire quelque chose heu et voilà.

Voilà comment ça s'est fait

30

Elève 2 - D'accord. Ça s'est fait directement ou ça a pris vraiment beaucoup de temps à installer ?

Intermédiaire - Alors ça a pris du temps heu... pourquoi ?

35

Pour plusieurs raisons. Déjà ce qu'il faut savoir c'est que quand on est rentré en France on avait 20 et 21 ans donc on était assez jeunes heu et on a fait ce qu'on nous a appris à l'école de commerce. C'est-à-dire faire un business plan, une étude de marché, une étude de viabilité et donc ça déjà, ça nous a pris du temps. Deuxièmement, vu qu'on était jeune heu je m'en cache pas on a forcément un peu peur de se lancer dans la création d'une entreprise, investir des fonds ...

40

On a investi uniquement en fonds propres au départ, c'était notre argent personnel. Moi j'avais un métier à côté donc heu je travaillais déjà heu... donc heu... en gros on a commencé à travailler sur le concept, si je me rappelle bien c'était en 2012. On a commencé à faire les premières ébauches et on a créé les statuts uniquement en février 2014. Donc cela nous a quand même pris un petit peu de temps heu le temps de tout voir plus après on a postulé un incubateur qui est un incubateur de tvsixe un incubateur pédagogique de Toulouse business school qui nous a aidé à structurer nos pensées, nos idées la société et heu à faire les premiers chiffres d'affaires.

45

Nous sommes restés deux ans chez eux, ils nous ont aidé à évoluer et puis après on est arrivé ici au marché d'intérêt national. (MIN)

Elève 2 - J'imagine que trouver le local tout cela a été compliqué non ?

50

Intermédiaire - Heu non trouver le local ici en tout cas a été très simple heu pour heu la simple et bonne raison en fait le réseau est quelque chose de très important quand on est chef d'entreprise. Et donc heu via le réseau j'ai connu des personnes qui m'ont dit mais tiens va au marché d'intérêt national cela pourrait être peut-être une opportunité pour toi de t'y installer.

55

Déjà parce que tu es souvent en contact avec des producteurs qui ont des fruits et des légumes et puis deuxièmement les restaurateurs viennent se fournir sur le marché d'intérêt national donc c'est un lieu de rencontres aussi, des fois les restaurateurs passent faire leurs courses chez promo-cash ou chez les primeurs

qui sont sur le MIN. Ils viennent me voir prendre le café on discute potentiellement, ça peut être des nouveaux contrats avec des restaurants heu donc ça tombait sous le sens de venir au MIN.

60 **Elève 2** - D'accord, d'accord et alors du coup c'est quoi votre parcours vraiment d'étudiant ?

Intermédiaire - Alors, heu mon parcours, heu mon parcours, heu, il est plutôt basique entre guillemet. C'est-à-dire qu'à l'origine je viens de Paris heu j'ai eu un BAC S après mon BAC S j'ai décidé de faire une école de commerce, heu parce que j'avais toujours besoin d'être un peu structuré et voilà comment je me suis retrouvé à Toulouse. Après durant mon bachelor j'ai décidé de partir aux Pays-Bas 1 an pour découvrir d'autres cultures savoir comment ça se passait ailleurs. En revenant en France, démarrage de l'entreprise j'ai enchaîné sur un master en alternance heu donc pendant l'alternance j'avais déjà l'entreprise.

70 **[Coupure téléphonique]**

Elève 1 - Votre site se dirige uniquement pour les étudiants ou bien un adulte peut commander sur votre site ?

Intermédiaire - Le site est principalement étudiant, la seule différence entre quelqu'un étudiant et pas étudiant il y en a un qui va pouvoir bénéficier de réductions étudiantes de menus spécial étudiants et l'autre non. Par exemple, chez *eat sushi* on a pas de réduction étudiante ou de menus exclusifs heu donc on va pouvoir commander et en plus ce qui est bien c'est quand on n'est pas étudiant on va pouvoir quand même bénéficier du minimum de commande abaissé heu par exemple normalement pour pouvoir se faire livrer avec *eat sushi* le soir faut au moins mettre 15 euros de produits dans son panier sur notre site c'est 12 euros donc à partir de 12 euros on peut se faire livrer trois euros d'économisé c'est une bière *chez tonton* voilà donc cette réduction on peut en profiter.

80 **Elève 1** - Il faut la carte étudiante ou pas du tout ?

Intermédiaire - Alors la carte étudiante peut être demandée à réception de la commande, ce n'est pas une obligation mais y a certains restaurateurs qui la demandent.

Elève 2 - Parce que c'est le restaurateur qui emmène ses livreurs ou c'est vous qui avez vos propres livreurs ?

Intermédiaire - En effet, on a deux systèmes :

90 - d'un côté les restaurants qui ont leur propre système de livraison et dans ce cas c'est eux qui vont assurer les livraisons

Elève 2 - Ils passent par vous ?

Intermédiaire - Nous on est un intermédiaire, on est un porteur d'affaires. Donc c'est-à-dire qu'en gros on va transférer les commandes sur le restaurant, le restaurant va la traiter et la livrer.

95 - Le deuxième système c'est que l'on a une commande qui arrive, on l'envoie au restaurant pour qu'il la traite. Il y a un de nos livreurs qui va chercher la commande et la livrer.

100 Sur Toulouse et sur Bordeaux on a ces deux systèmes qui sont en place.

Elève 2 - Vous êtes beaucoup dans l'entreprise du coup ?

Intermédiaire - Heu aujourd'hui on est cinq heu dans l'entreprise heu j'espère que d'ici 2017 on va embaucher dix personnes. Donc heu voilà sinon une grosse progression, on a prévu de se développer au niveau national. D'attaquer cinq autres villes donc on va voir comment cela va se passer. Normalement avec les chiffres que l'on a actuellement, qui sont plutôt sympa, on devrait réussir à se développer en 2017.

Elève 1 - Bordeaux a été ouvert en même temps que Toulouse ?

110 **Intermédiaire** - Du tout, alors on s'est servi de Toulouse comme d'une zone test. C'est-à-dire qu'on s'est dit à Toulouse il y a à peu près 110 000 étudiants ça sera un super marché pour savoir si cela peut fonctionner ou pas. Et ça fonctionne plutôt bien donc on s'était dit alors en septembre qui vient de passer, mais septembre encore avant, on a ouvert heu sur Bordeaux. C'est vraiment récent septembre 2015. Donc voilà.

115 **Elève 1** - Et ensuite quand vous sélectionnez les restaurateurs, vous prenez un budget moyen vu qu'en majorité c'est des étudiants ?

120 **Intermédiaire** - Sur les restaurants y a plusieurs choses à prendre en compte. Heu je vais comparer aussi par rapport aux autres plateformes pour avoir un réel heu une réelle vision globale des choses. Alors par rapport aux autres plateformes qui sont actuellement sur le marché, ils vont avoir tendance à référencer tous les restaurants pour faire une sorte de page jaune des restaurants. Aujourd'hui ce n'est pas la stratégie que nous avons choisi pour plusieurs raisons. La première c'est que nous on ne cherche pas à référencer des restaurants qui font des produits de mauvaises qualités. Certes il faut un bon rapport qualité prix, mais il ne faut pas avoir des repas qui soient pas bon. C'est ni dans mon intérêt, parce que ça veut dire qui vont laisser des mauvais commentaires sur les réseaux et c'est potentiellement des clients qui ne reviendront pas et c'est pas dans l'intérêt du restaurant non plus parce que ça va lui faire une mauvaise image sur les réseaux. Je préfère quoi qu'il arrive ne pas l'avoir sur mon site, c'est préférable. Heu deuxième chose après vous en avez parlé heu il faut des restaurants qu'ils ne soient pas trop cher pour les étudiants. Heu donc là à partir de là, on va voir avec le restaurant si les produits sont un peu onéreux parce qu'ils sont de meilleure qualité ou parce que pour une raison X ou Y, heu voilà on va essayer de négocier avec eux des réductions étudiantes. Afin de faire baisser les prix et les rendre plus accessibles aux étudiants potentiellement c'est l'ouverture d'un nouveau marché en fait pour certains restaurants clairement.

135 **Elève 2** - L'idée est de devenir un intermédiaire pourquoi pas devenir un restaurant pour les étudiants qui livrent au lieu de devenir un intermédiaire pour étudiants ?

140 **Intermédiaire** - Alors heu pourquoi être un intermédiaire ? Parce que déjà moi j'ai aucune formation dans la restauration. Heu certes je suis un food lover j'adore manger, j'adore découvrir des nouveaux repas, heu découvrir de nouvelles choses. Heu y a encore pas si longtemps que ça j'étais dans un restaurant indien qu'on a signé. Il s'appelle le Gandhi, il est fantastique, d'ailleurs je vous invite rue de l'industrie, super resto. Voilà je n'ai clairement pas la formation pour ça et puis heu l'objectif c'était surtout de proposer un panel de différents restaurants là nous aujourd'hui on peut livrer alors le week-end c'est de 11 heures du matin jusqu'à 7 heures du matin le lendemain. Donc clairement les amplitudes horaires sont énormes et on pourrait pas faire ça si on était restaurateur. En plus la carte serait totalement réduite, ça serait beaucoup plus complexe de mettre en œuvre ce qu'on fait actuellement sur *E-Food*.

Elève 2 - Là je vois que vous avez une collaboration avec *Subway* vous avez d'autres opportunités de vous allier avec des grosses marques comme ça ?

150 **Intermédiaire** - Alors on avait une collaboration avec *Subway* on a mis un terme en septembre. Car actuellement nous sommes encore une entreprise de petite taille. C'est une start-up, clairement on est encore en recherche de fonds, de financement pour le développement ... heu *Subway* était avant tout à la recherche d'un volume heu qu'on a eu des difficultés à lui amener parce que eux au niveau communication ... On ne peut pas encore se permettre de consacrer de trop gros budget, chose qu'attendait avant tout *Subway* pour développer les ventes.

155 Deuxième problématique qu'on a eue avec *Subway* c'est le fait que les gens ne sont pas encore très habitués à se faire livrer les *Subway*. C'est quelque chose qui n'est pas courant encore c'est vrai. C'est le deuxième point qui a fait que c'est un peu compliqué à lancer ce service. Après en soit je suis toujours en contact fréquent avec le responsable, donc heu peut être qu'un jour ça reviendra. Si on est amené à se développer y a de grandes chances pour que sa revienne, parce que ça reste un service qui était très intéressant aussi bien pour le restaurant que pour les étudiants donc heu voilà.

Elève 2 - Y a quand même des produits phares du coup sur votre site ?

165 **Intermédiaire** - Et oui, à votre avis quels sont les produits phares ?

Elève 2 - Elève 1 - Le burger, la pizza, non ?

170 **Intermédiaire** - Voilà, on réalise la plus grosse partie de notre chiffre d'affaires sur la pizza et du burger même si on propose 15 spécialités. Spécialités antillaise, japonaise, chinoise heu indien j'en passe et des meilleures, mais voilà ça reste les produit phare. On avait du bagel aussi un moment qui marchait plutôt pas mal donc ben clairement ces pizzas et burgers restent indétrônables.

Elève 1 - Vous testez tous les plats avant de les mettre sur le site ?

175 **Intermédiaire** - Pas tous les plats sinon on pourrait en mettre deux comme moi (rires).

180 Heu par contre je teste les restaurants en général et si je ne peux pas tester les restaurants pour une raison x ou y je vais regarder tous ce qui ce passe sur les réseaux. Parce que pour moi y a personne de mieux pour donner une image du restaurant que de regarder ce que les consommateurs pensent de ce restaurant. Heu c'est grâce à ça qu'on n'arrive à avoir des taux de croissance très intéressants tous les mois heu c'est en faisant vraiment une sélection des restaurants qui plaisent aux étudiants dans lesquels ils vont vraiment commander les produits qui vont convenir totalement à leurs attentes. Je pense à un restaurant comme ça qui s'appelle *Noshnight* qui est un restaurant où c'est le seul aujourd'hui à pouvoir proposer des « cinemeal ». Donc en gros le principe c'est vous êtes avec votre copine, votre copain, votre pot en train vous voulez mater un film vous allez avoir le menu burger avec un saut de pop-corn comme ça au moins vous pouvez mater le film après et je trouve ça super sympa.

Elève 2 - Ça se développe où ça ?

190 **Intermédiaire** - Sur Toulouse, restaurant partenaire qui ouvre à 20h jusqu'à 7heures le lendemain, on a un partenariat avec lui.

Elève 1 - Quand vous passez des partenariats est-ce que les restaurateurs vous fixent des objectifs ?

195 **Intermédiaire** - Non, il n'y a pas d'objectifs chiffrés, aussi bien d'un côté que de l'autre. Heu l'idée c'est que nous on est apporteur d'affaire. On leur apporte des commandes tant mieux, on leur apporte pas de commande bon, ils grondent un peu mais voilà en soit y a jamais d'objectifs chiffrés qui sont définis entre eux. Après avec certains restaurants ça se passe très bien on réalise des chiffres d'affaire assez conséquent heu qui heu mettre du beurre dans les épinards pour les restaurateurs parce que c'est vraiment un plus pour eux d'être référencé sur notre plateforme.

200 **Elève 1** - Et vous gardez la même marge suivant tout type de restaurants ou vous changez suivant les types de restaurant ?

205 **Intermédiaire** - Alors, à chaque restaurant non. Par contre il peut y avoir des spécificités en fonction du nombre de restaurants qui sont rentrés sur le site par exemple heu sur des chaînes comme *pizza cap* ou *pasta pizza* nous ne pourrions pas appliquer la même commission qu'avec un restaurant qui est tout seul qui n'est pas forcément très connu, parce que nous derrière y aura tout un effort de le développer pour communiquer sur ce restaurant. Le faire connaître auprès des étudiants afin qu'ils puissent commander heu par la suite.

210 **Elève 1** - Pour démarcher les restaurateurs vous avez dit que vous pouvez en rencontrer ici sur le MIN mais ensuite vous allez en voir d'autres comment ça se passe ?

215 **Intermédiaire** - Alors, aujourd'hui sur Toulouse j'ai la chance de me faire démarcher par les restaurants beaucoup heu donc ça c'est vraiment une belle chance je m'en rends compte C'est-à-dire qu'au départ du site internet j'allais voir les restaurants je les démarchais. Sur Bordeaux j'ai démarché une 40aine de restaurants sur Toulouse pareil au départ heu aujourd'hui y a beaucoup de restaurants qui viennent vers moi en me disant on aimerait bien travailler avec toi Steven comment ça peut se passer quoi ? Parce que les restaurateurs et le monde de la restauration est un milieu assez fermé. Les restaurateurs auront tendance à se donner les bonnes astuces entre eux forcément quand on réalise 3 000 euros de chiffre d'affaires par mois avec un restaurant, le copain il aimerait bien faire pareil donc heu voilà aujourd'hui je démarque plus vraiment les restaurants c'est plus les restaurants qui viennent.

220 **Elève 2** - Et sur une livraison type du coup vous en tirez combien ?

225 **Intermédiaire** - Heu, sur une livraison type combien je gagne ? Ça c'est une bonne question heu alors ce qu'il faut savoir avant tout c'est que la commission est appliquée au restaurateur et non pas au client final. Donc ça c'est un point très très important à prendre en compte y a certains de nos concurrents qui appliquent des frais de dossier, des frais de gestion au client final. Ça lui fait rallonger sa note alors que là c'est uniquement appliqué au restaurant. Après sur les autres commissions c'est quelque chose qui est assez variable heu voilà on a un taux de commission qui est intéressant pour les restos sur ça je vais pas trop développer.

230 **Elève 1** - Est-ce que vous avez une durée minimale dans les contrats pour travailler avec les restaurateurs ?

Intermédiaire - Alors, ouais nous on est sur du 1 an renouvelable.

240 Après y a pas de secret là-dessus, c'est-à-dire qu'en gros y a deux restaurants et c'est le même patron avec qui on a arrêté de travailler heu et c'est nous qui avons décidé de travailler les restaurants à part si ils ferment, n'arrêtent jamais de travailler avec nous. Ça se passe très bien on a une relation vraiment sur du gagnant gagnant le principe c'est que nous on est là pour les aider à développer leur chiffre d'affaires on est pas là pour les embêter quand on leur propose des offres y a des restaurants avec qui on réalisait heu pratiquement 4 000 euros par mois de chiffre d'affaires ce qui est beaucoup pour la livraison. Ce n'est quand même pas mal heu ou c'est

245 moi qui leur disait ben tiens se serait bien de développer tel produit, tel offre, le faire comme ça et c'est comme ça qu'on arrivait à générer des chiffres d'affaires qui était plutôt très sympa pour eux heu. On se place aussi dans un terme de conseil, parce que on voit aujourd'hui y a un certain nombre de commande qui ont été passé sur le site donc on sait à peu près les habitudes de consommation des uns et des autres un étudiant ses méthodes de consommation n'ont pas évolué depuis quelques années ça concerne plus ou moins la même chose. Donc

250 on va être là pour les aider à développer le chiffre et c'est vrai que des fois quand ils ne m'écoutaient pas voilà le chiffre d'affaires est descendu pour certains, ils ont même fermé parce que ils n'ont pas écouté ce que je leur avais dit, les recommandations que j'avais faites.

Après voilà moi en soit je ne suis pas le chef, le patron de leur restaurant donc s'ils veulent changer quelque chose je peux pas les obliger à rester sur cette offre mais bon voilà des fois on dit pas que des bêtises et ça a été prouvé. On est là aussi pour aider les restaurateurs qui ont peut-être un peu moins d'expérience sur le marché des étudiants à trouver la bonne offre l'élément qui va faire que l'étudiant va faire qu'il va consommer dans cette pizzeria plutôt qu'une autre ou ce restaurant burger plutôt.

255

Elève 1 - En termes de livraisons c'est vous qui livrez ? Vous avez des réglementations sur la tenue sur le moyen de transport comme *Foodora* ?

260

Intermédiaire - Y a plusieurs choses à prendre en compte y a l'aspect marketing comme vous me parliez de *Foodora* c'est rigolo heu *Foodora Deliveroo* c'est la même chose.

Le principe en gros si ils ont des tenues avec écrit en gros *Foodora* dessus c'est pas en terme de réglementation c'est juste en terme de marketing pour être plus visible nous aujourd'hui nos livreurs ils vont bientôt avoir les TOPCASE avec écrit *E-Food Student* dessus mais après en soit ils n'ont pas d'habits avec écrit *E-Food Student* en gros dessus ou est encore un peu petit pour sa deuxième chose après sur les restaurants qui ont leur propre système de livraison ou même de livreur y a des normes d'hygiène à respecter c'est super important on transporte des produits alimentaires donc à partir de là il faut que ce soit conservé chaud que ce soit livré chaud heu parce que sinon y a un développement de tout un tas de bactéries...

265

270

D'ailleurs c'est en partie pour ça que *McDonald's* n'a toujours pas son système de livraison parce que quand vous allez dans un restaurant *McDonald's* au bout d'un certain temps je crois au-delà de 15 minutes le burger est directement jeté voilà.

C'est en partie pour ça.

275

Elève 2 - Vos livreurs se déplacent en vélo aussi ?

Intermédiaire - Non nous c'est du scooter c'est pas très écolo je l'avoue par contre heu les étudiants à Ranguail sont ravis parce que aujourd'hui *Deliveroo*, *Foodora* ... ne peuvent pas aller jusqu'à Ranguail car c'est trop loin. C'est quand même dommage parce que y a un gros marché à prendre sur Ranguail et ils ne veulent pas s'y attaquer forcément ils ont pas la même cible. Leur cible à eux est plutôt le jeune cadre dynamique qui commence à gagner bien sa vie ...

280

Et qui ne va pas vouloir se prendre la tête le soir en commandant sur des restaurant qui sont un peu plus haut de gamme que les nôtres quoique sur certains on a les mêmes restaurants donc heu voilà. Heu et heu et donc voilà ils se déplacent en scooter.

285

Elève 2 - Ils sont auto-entrepreneurs comme *Deliveroo* ?

Intermédiaire - Oui, ils ne sont pas embauchés, ils sont pas salariés de la structure.

290

Elève 2 - Vous avez un recrutement et après c'est eux qui se débrouillent après ?

Intermédiaire - On leur fournit des outils ils livrent quand ils veulent.

Elève 2 - Moi par exemple qui ait un appartement au sud-ouest de Toulouse vers le Mirail si je veux commander c'est possible ?

295

300 **Intermédiaire** - Bien sûr ben vous allez sur le site www.efood-student.fr vous rentrez votre quartier ça sera le Mirail, quand vous voulez vous faire livrer à partir de là y a une liste de restaurants qui va s'offrir à vous.

Elève 1 - Il y a un délai de livraison maximum ?

305 **Intermédiaire** - Alors, en gros on peut livrer à partir d'une demi-heure, la moyenne sur le site c'est aux alentours de 45 minutes. En général vous pouvez vous faire livrer à la maison le plat qui vous fait plaisir.

Elève 2 - Et pour les produits frais comment ça se passe ? Pour justement respecter la chaîne du froid ?

310 **Intermédiaire** - Alors ça c'est des contrats établis avec les restaurateurs, les restaurateurs doivent faire attention à la fraîcheur des produits. Ça dessus nous on n'a pas la main mise, c'est à dire qu'on leur fait signer des contrats après derrière normalement tout est respecté. Jusqu'à aujourd'hui, je touche du bois, on n'a pas eu d'intoxications alimentaires. On veille encore une fois dans la sélection des restaurants qu'on fait, on ne prend pas n'importe qui donc à partir de là il y a des gens, donc soit c'est des nouveaux restaurants qui ont pas forcément beaucoup d'expérience sur ce restaurant là mais qui ont eu un autre restaurant. On ne prend pas des gens qui arrivent dans le métier et qui connaissent rien à rien, qui galère sur tout. On fait extrêmement attention à ça, parce que dans le monde où on vit actuellement les bad buzz vont très très vite, donc voilà c'est important d'avoir des restaurants qui puissent respecter toute les normes d'hygiène et alimentaire.

315 **Elève 1** - Du coup s'il y a une intoxication alimentaire, je n'espère pas, mais le client se retourne vers qui ? Vers vous ou vers le restaurateur ?

320 **Intermédiaire** - Vous allez me porter la poisse (rire). Non mais c'est une éventualité. Oui c'est clair, mais en plus on y a pensé, euh alors dans le cas où il y a une intoxication alimentaire nous on va se rapprocher du restaurant et après nous sur nos contrats et nos conditions générales de vente il est bien spécifié nous sommes uniquement apporteurs d'affaires nous ne touchons en rien les repas qui sont livrés. Donc à partir de là voilà nous ce n'est pas notre faute.

325 **Elève 1** - Donc vous n'êtes pas responsable du tout ?

330 **Intermédiaire** - Ha clairement non, enfin on ne fait rien nous on apporte juste des commandes en soit, enfin on fait rien, c'est un bien grand mot mais dans l'idée, c'est pas nous qui préparons donc à partir de là ce n'est pas nous qui sommes responsables. Ça s'est bien marqué dans les contrats noirs sur blanc. Euh Voilà.

335 **Elève 2** - Donc comme vous avez dit juste avant que vos salariés étaient auto-entrepreneur s'il y a un accident c'est eux qui se débrouillent ?

Intermédiaire - Oui tout à fait vu qu'ils sont auto-entrepreneur, ils nous facturent. Ils ne sont pas salariés donc à partir de là, ils doivent avoir une assurance personnelle pour leur scooter, une assurance civile, etc, etc.

340 **Elève 2** - Et le scooter doit être de couleur noire, de couleur rouge ?

Intermédiaire - Peu importe, encore une fois ça c'est vraiment que des notions de marketing, c'est que de la communication donc pour le moment on n'est pas tatillon du tout là-dessus. Si on voulait vraiment qu'ils aient une couleur de scooter etc, on devrait leur fournir nous les scooters par ce que l'auto-entrepreneur va pas acheter le scooter de telle couleur uniquement pour nous quoi.

345 **Elève 2** - Ou peut-être, conseiller le futur auto-entrepreneur à une entreprise ?

350 **Intermédiaire** - Ouais, on parlera ça dans un second temps après ce qu'on a fait sur Bordeaux qui est un peu différent de Toulouse c'est qu'on a un sous-traitant en fait qui fait, qui a plusieurs auto-entrepreneur et qui font les livraisons pour nous, c'est assez sympa, certes on paye un peu plus cher, mais derrière c'est vrai que c'est la tranquillité d'esprit par ce que les commandes sont gérées directement par lui. Donc on verra à terme ce qu'on fera exactement à ce niveau-là. Aujourd'hui on est encore un peu petit, c'est encore un peu loin pour nous pour établir vraiment comment ça va se passer à ce niveau-là.

355 **Elève 2** - Et du coup avec toutes les études, les sondages et les journalistes qui publient ça, est ce que vous avez ressenti le boom économique de la livraison à domicile ?

360 **Intermédiaire** - Alors sur la FoodTech clairement il y a eu un boom économique qui s'est passé, ce qu'il faut savoir c'est que la prochaine génération donc pas la nôtre celle encore après commandera deux fois plus que nous, donc le marché n'est pas prêt de s'arrêter là, c'est à dire que en Grande Bretagne ils commandent dix fois plus que nous en France. Donc voilà il y a une croissance qui est énorme sur le marché de la FoodTech il y a de gros acteurs qui veulent s'y implanter comme *Uber Eats* ou *Amazon* qui veut se lancer dans la livraison de repas, donc ça montre un réel engouement, après il y en a déjà qui se sont cassé les dents.

365 **Elève 2** - *Take Eat Easy* ?

370 **Intermédiaire** - Exactement oui, il y a *Take Eat Easy* qui a réussi à cracher sa boîte qui venez de faire une levée de fond de seize millions d'euros. Sans compter derrière tous les frais qui ont été engendré c'est à dire qu'enfin voilà, je sais pas si je devrais le dire ou pas mais bon, dans la réalité des choses, ils n'ont pas payés leur livreur, il y a une partie des restaurants qui n'ont pas été payés pour les commandes qui ont été effectués, donc il y a de forte chance que ce soit un peu plus de seize millions d'euros qu'ils ont cramés.

375 **Elève 2** - C'est sûr. Mais là vous avez parlez de l'ubérisation, de l'*Uber Eats* qui se développe, mais est-ce que vous vous avez peut-être dans l'avenir, vu que vous êtes une petite start-up, d'avoir une application, pour commander direct, je veux ça là à ce moment précis, vous avez pensez à faire pareil ?

380 **Intermédiaire** - Oui sur App store et sur Android, mais est-ce que si on est dans la rue comme ça vous pouvez amener la livraison n'importe où ? Par ce que vraiment la livraison à domicile des fois il faut être chez soi, ça peut être un peu contraignant, alors que vraiment *Uber Eats*, on dit ou on est et le chauffeur livreur arrive de suite. Ben là, c'est exactement pareil, c'est à dire qu'en gros vous avez l'application mobile, vous êtes avec vos copains au bord de la daurade, vous êtes en train de faire un petit apéritif il y a plus d'alcool, vous décidez de commander de l'alcool, par ce qu'on peut commander de l'alcool aussi chez nous, donc voilà vous allez pouvoir vous faire livrer vos bouteilles vos snack, vous avez envie d'un burger pareil sur la daurade vous dites au livreur ben tiens on est sur le quai de la daurade et il pourra vous livrer directement là-bas.

385 **Elève 1** - D'accord. Et comment vous expliquez vous ce boom économique de la restauration livrée ?

390 **Intermédiaire** - Parce que les gens ont de moins en moins le temps de manger, ça c'est le premier aspect, je pense que le deuxième aspect qu'il y a à prendre en compte c'est qu'il y a de plus en plus d'étudiants qui ont la flemme de se faire à manger, des grosses flemmes. Et, enfin pour moi les budgets des étudiants ont quand même augmenté même s'il y a plein d'étude qui sortent comme quoi les budgets diminuent, que les étudiants ont de moins en moins d'argent. Moi je m'aperçois que moi mes commandes c'est pas un secret de polichinelle ça je peux le dire enfin c'est un chiffre que je peux vous donner. Notre panier moyen il est aux alentours de vingt euros, donc chaque commande passée sur notre site est aux alentours de vingt euros.

395 **Elève 2** - Pour une personne ?

400 **Intermédiaire** - Alors en l'occurrence nous on aura plus tendance à dire que c'est pour deux. Parce qu'une personne vingt euros, c'est faisable sur certaines commande franchement je le vois il y a des messieurs ou des dames qui commandent pour vingt euros de produits, mais on va avoir tendance à dire que c'est plus pour deux. C'est d'ailleurs pour ça qu'on a ajouté sur le site une fonctionnalité, on est le seul à faire ça en France, c'est là où ça pourra être intéressant pour le développement c'est le split de paiement. C'est à dire qu'on paye directement en ligne, chaque étudiant va pouvoir payer directement sa part, jusque à quatre cartes de crédits. Donc imaginons vous êtes à quatre potes pour éviter les problèmes d'argent, ben ça peut être sympa que chacun paye sa part directement en ligne. Et ça, c'est un système qui marche très bien sur notre site, qui est très fréquemment utilisé.

405 **Elève 1** - Et est-ce que vous avez ressenti l'arrivée de *Deliveroo*, sur Toulouse ?

410 **Intermédiaire** - Du tout. Si vous voulez on est en pleine progression encore donc pour moi ça m'a fait ni chaud ni froid. [Rires] On ne cible pas la même population à partir du moment où on cible pas les mêmes personnes il n'y a aucun problème, il y a de la place pour tout le monde sur ce marché. Moi je ne suis pas en train de me battre avec *Allo Resto*, avec *Deliveroo*, avec *Foodora*, avec *Take Eat Easy* à l'époque. Par ce qu'eux sont sur le même créneau clairement, ils cherchent à ciblés l'augmentation du panier moyen et le jeune cadre dynamique. C'est à dire qu'eux leur panier moyen il doit être entre vingt-cinq et trente euros je pense. A partir 415 du moment où on a pas a même cible, moi ça ne me gêne pas quoi. Après il y a des étudiants qui passent par *Allo Resto*, enfin dommage pour eux par ce qu'ils payent des frais de dossier. Il y a un euro de frais de dossier

à chaque fois qu'on passe commande, et sur une partie des produits ils sont plus chers que nous, sans parler de réduction étudiante. C'est à dire que là par exemple, c'est le restaurant qui s'appelle good chicken sur pratiquement le même menu nous il y avait des tex mex en plus, il y avait plus de trois euros de différence entre eux et nous. Trois euros de différence encore une fois c'est une bière chez Tonton. Donc une bière plus une bière plus une bière, on fait une bonne soirée après. [Rires]

Elève 1 -Et du coup, c'est qui votre principal concurrent ? Vous en avez un en particulier ?

425 Intermédiaire - Non, on a de la concurrence indirecte, *Allo Resto*, *Deliveroo*, encore une fois c'est à dire qu'il y a des étudiants qui vont passer par *Allo Resto* pour se faire livrer. Donc ça montre que c'est clairement un concurrent mais je l'établis pas comme une concurrence directe par ce qu'ils ne sont pas sur le marché des étudiants, après ça reste de la concurrence quoi qu'il en soit.

430 Elève 1 - Et ça vous pensez que c'est du fait que c'est un réseau de communication qui est pas encore développer ou par ce que c'est *Allo Resto* ?

435 Intermédiaire - Alors je vais vous donner un ordre d'idée qui va vous permettre de répondre à votre question sans aucun problème. Notre budget communication annuel est aux alentours de dix mille euros, celui d'*Allo Resto* annuel est d'à peu près cinq millions d'euros. [Rires] Voilà. Il ne faut pas être très fort en math pour voir. On avait calculé que c'était à peu près ça qui dépensé chaque année en communication quand il y a des spots télé ça coûte très très très cher, quand ils font de l'affichage dans le métro ça coûte très très cher aussi, quand ils font des distributions de je ne sais pas combien de milliers de pub ils organisent des opérations de communication en ville et tout ça c'est des frais immenses. Faut embaucher des personnes faut prévoir le jeu etc., faire gagner des cadeaux, donc tout ça ça coûte beaucoup d'argent plus la com dans le métro à Paris. Clairement c'est David contre Goliath actuellement. [Rires] Et ça risque de rester comme ça un petit moment vu qu'*Allo Resto* est détenu à quatre-vingt pour cent par le livreur mondial de la restauration livrée qui s'appelle *Just Eat*. C'est pour ça d'ailleurs qu'ils ont changé le logo il ni a pas longtemps pour mettre *Allo Resto* à la place de *Just Eat*. Ils ont réformisé un peu toute la plateforme qu'ils ont au niveau européen, donc voilà on risque de rester derrière encore un petit moment, après nous l'idée c'est pas d'atteindre *Just Eat* ou *allo restau*. Nous notre idée c'est de satisfaire les étudiants, via notre plateforme *E-Food Student*, donc c'est d'avoir une partie du marché, et rien qu'avec cette partie du marché ça peut être une activité qui peut être largement rentable, aussi bien pour les étudiants, ils vont économiser de l'argent, que pour nous on va pouvoir gagner un petit peu d'argent et leur proposer toujours plus de bon plan parce que c'est ça l'objectif au final, c'est de permettre aux étudiants de bénéficier de toujours plus de bon plan.

Elève 2- Et pourquoi le 14 février vous avez une idée ?

455 Intermédiaire - Alors plusieurs raisons, soit les couples se font livrer un plateau de sushis et c'est vrai ça peut être sympa ça peut être romantique, soit s'il y a beaucoup de célibataires, il y a 10 millions de célibataires en France, ils vont avoir tendance à se faire livrer parce qu'ils sont un peu déprimés... [Rires]. Donc après voilà c'est un jour de très grosses activités pour nous. Clairement des fois on se retrouve avec les commandes qui s'enchainent, c'est un peu compliqué dans la gestion des fois.

460 Elève 2- Ah vous avez du mal des fois à... ?

Intermédiaire -... Ah ben des fois y a tellement de commandes que c'est chaud [Rires]

465 Elève 2- Et vous avez plus de commandes via l'application, via internet ou via téléphone ?

470 Intermédiaire - Alors pour le moment on est plus sur du desktop, donc l'ordinateur parce qu'on ne communique pas forcément beaucoup sur les applications mobiles encore c'est quelque chose que l'on pourrait développer, c'est un outil supplémentaire que l'on offre aux étudiants. Qu'ils commandent par un moyen ou par l'autre peu importe en fait tant qu'ils passent commande sur les services, c'est juste offrir la possibilité de pouvoir commander plus facilement s'ils sont pas forcément chez eux ou pour ceux qui n'ont pas d'ordinateur, via leur tablettes ou téléphones ils vont pouvoir le faire. Après notre site est entièrement complet, car même s'ils n'ont pas l'application ils peuvent quand même commander sur le site.

475 Elève 1 - Et en termes de communication, alors nous à l'université on a vu que vous donniez quelques papiers mais après comment visez-vous les étudiants ?

Intermédiaire - Alors ce ne sont pas des papiers [Rires], ce sont des cartes de communications, elles sont comme ceci (il nous montre comment elles sont). Sur la communication, ce n'est pas des secrets de fabrication en soi mais moi je sors d'une école de commerce donc le marketing on a vu les grandes bases, c'était rigolo, mais après ce qu'il se passe dans la vraie vie c'est un peu différent. Donc après on avait essayé plusieurs trucs, tiens d'ailleurs je vais pouvoir vous faire partir avec plusieurs éléments comme ça je vais pouvoir vous montrer un petit peu comment évolue la communication.

(Il se lève et va chercher dans son placard...)

485 C'est bien parce que vous allez pouvoir me donner votre avis, je l'ai montré à mes stagiaires il n'y a pas longtemps et ils ont rigolé. Parce que la communication ça reste quand même quelque chose qui se travaille de longue haleine et on n'a pas forcément les bonnes techniques de travail dès le départ. Pour tout avouer, on teste des choses et même des très très très grosses marques comme Peugeot, peu importe la marque en fait mais toutes les grosses marques font des grosses bêtises sur des lancements produits etc.

(Il revient s'asseoir sur son bureau avec deux cartes de communication...)

490 Alors, ça c'était une de nos premières campagnes de communication qu'on avait réalisées, qui était très très très différente de ce qu'on fait actuellement. Cette campagne de communication n'a clairement pas marché pour la simple et bonne raison que on était trop décalé parce qu'on a toujours voulu avoir une ligne éditoriale, une ligne de communication, plutôt dans le fun et décalé. Pourquoi ? Parce que du fun et décalé on retient beaucoup mieux que si c'est des messages institutionnels. Donc là désormais "Te faire livrer tes repas préférés ne te coûteras plus un bras"...

495

Élève 1- Ah oui d'accord (nous venons de comprendre la campagne de communication)

500 **Intermédiaire** - Voilà donc clairement c'est bien parce que le message n'a pas du tout été compris...

Élève 2- Oui, moi je me suis demandé pourquoi il y avait un bras d'un handicapé...[Rires]

505 **Intermédiaire** - Voilà c'était clairement dans le décalé, moi j'avais trouvé ça très drôle, mais bon ça avait pas été extrêmement bien accueilli tout le monde pensé qu'on faisait des prothèses.

[Rires]

Élève 2- D'accord, c'est vrai que déjà cette carte a déjà beaucoup plus de d'esthétisme !

510 **Élève 1- Et la couleur aussi !**

Intermédiaire - Et ben voilà, c'est une couleur flashi, ça rend dingue et cette campagne marche très bien. Ça montre les spécialités autour, le mec est un peu fun, enfin bref il y a tout un tas d'éléments de communication qui font que la deuxième carte, qu'on a actuellement, marche beaucoup mieux.

515 Donc au niveau des actions, il va y avoir plusieurs choses, on va finir juste au niveau des gadgets, bon c'est des décapsuleurs basiques, l'idée c'est que celui-là est un peu nul pareil on avait trop les bons fournisseurs, la sérigraphie partait très rapidement, on en a d'autres des verts qui eux là sont gravés donc là en l'occurrence ça ne partira plus donc c'est beaucoup mieux ce sont des petites erreurs qu'on fait. On avait fait aussi des stylos destinés plutôt aux restaurateurs parce que les étudiants s'en foutent des stylos. Voilà on avait testé plusieurs objets de communication, on a des briquets aussi qui là par contre plaisent beaucoup, même si d'un point de vue éthique c'est pas vraiment ce qu'il y a de mieux parce que ce n'est pas bien de fumer ; derrière on sait qu'ils fument donc autant leurs fournir des outils qui peuvent leurs servir dans la vie.

520 Donc d'un point de vue communication, je repars là-dessus on est sur du fun et du décalé, on va se servir donc d'outils sous format de carte de visite parce que c'est quelque chose qui se garde beaucoup plus que si c'était du format A6. Le format A6 on ne le regarde même pas on le jette directe. Là y a très peu de gens qui les jettent dans les poubelles les cartes, donc on les met directement dans la poche, on les regarde plus tard. Ces cartes on les met en résidences ça marche très bien. On est très très content de ce format-là. Deuxième chose, qu'on va faire à part les actions marketing, c'est qu'on va être extrêmement présent sur les réseaux sociaux, je vous invite d'ailleurs à nous suivre sur Instagram et sur Facebook.

530

Élève 2- Sur Facebook, vous avez beaucoup d'actualités, vous actualisez beaucoup.

535 **Intermédiaire** - Et on en a encore plus sur Instagram, on poste six jours sur sept. Donc là par exemple donc hier, on a posté une publication « #JeudiC'estGrave » donc « #JeudiC'estGrave » c'est hashtag qui tourne beaucoup sur Toulouse, qui en gros l'idée de mettre en situation La Grave, donc l'Hôpital de La Grave qui est en face de Saint Pierre. Donc ça tous les jeudis on va poster une publication pour détourner un petit peu La

- Grave. Là par exemple hier, il y avait un petit canard en plastique et La Grave derrière et c'est vrai que voilà c'est rigolo parce que du coup on dirait qu'il flotte sur La Garonne [Rires].
Et une des publications qui a le mieux marché autour de La Grave c'est La Grave en mode Burger.
[Silence]
- 540 **Élève 2-** Ah...avec le dôme vous avez fait le pain ?!
- 545 **Intermédiaire -** Hé oui ! Donc là ça a été toute une histoire d'angle de vue, il y avait un photographe qui était avec nous, c'était dingue.
- Élève 2-** Et y a que vous qui faites La Grave ?
- 550 **Intermédiaire -** Ah non c'est un hashtag qui est...
- Élève 1-** Ah trop bien !
- Intermédiaire -** Donc ça c'est un de nos restaurants partenaires qui nous a fourni le burger.
- 555 **Élève 1-** Faut y penser !
- Intermédiaire -** Et après voilà, on l'a mis en situation, et là c'était ma main [Rires] Après des fois dès qu'on peut on va le faire avec...
- 560 **Élève 2-** ...Les Chevaliers du Fiel !
- Intermédiaire -** Oui les Chevaliers du Fiel ; Après je ne sais pas si vous connaissais TPMP ?
- 565 **Élève 2-** Oui oui !! Tous les jours ! [Rires]
- Intermédiaire -** Vous n'avez pas vécu dans une cave dernièrement...donc Camille Combal !
- Élève 1-** Ah trop bien !
- 570 **Intermédiaire -** Donc, ça c'est pour la communication sur les réseaux sociaux, sur Instagram on va avoir tendance à montrer la vidéo de l'entreprise, sur Facebook ça va être un peu plus institutionnelle et promotionnelle pour dire ce qui se passe de nouveaux sur le site Internet et pas dans la vie d'entreprise. Après sur Tweeter, on l'utilise surtout pour de l'évènementiel, on va faire pas mal de publications sponsorisées par exemple ce soir vous êtes peut-être au courant c'est Koh Lanta. Donc Koh Lanta on fait du lien sponso avec le public qui passe très bien qui est très sympa.
- 575 Et troisième point communication qu'on utilise, je vous cite les trois principaux parce qu'après le reste y a plein d'autres choses mais bon ce n'est pas très grave...ça va être les partenaires fait avec les BDE.
- 580 **Élève 1-** Ah d'accord...
- Intermédiaire -** Hé oui il y a des partenaires avec des BDE (en chuchotant)
- [Rires]
- 585 **Intermédiaire -** Donc on fait des partenariats avec des BDE toulousains, petits ou gros BDE on passe aussi bien sur de la très grosse école d'ingénieur que sur l'IUT Tech de Co de Toulouse. Ce qui est bien avec ces partenariats c'est qui vont relayer nos messages et les messages il va pas passer de l'entreprise à l'étudiant mais de l'étudiant vers un autre étudiant, ce qui fait que du coup la communication passe d'autant mieux. Donc ça c'est un point qui est super fort. Autre point qui est super fort qu'on fait avec les BDE c'est qu'on sponsorise leurs évènements en fruits, légumes ou sur autre chose par exemple y avait la personne de l'IAE de Toulouse, il m'avait dit "ouais on organise une soirée téquila paf, il nous faudrait des citrons t'as pas un bon plan ?". Du coup, je leur ai fourni je ne sais pas peut être 15 ou 20 kilos de citrons. Y avait un évènement à ICAM, on leur a fourni 70 kilos de bananes [Rires]. Voilà il y a des photos sur Instagram, si vous avez envie de rigoler, y a des trucs sympas qui sont postés. Ce ne sont que des évènements comme ça qui aide les étudiants. Autre chose,
- 595 c'est qu'on fait des repas de groupe aussi on a une partie qui est extérieure à *E-Food Student* qui s'appelle *E-Food Corporate* qui fait de la livraison en grosses quantités, on a livré cinquante repas pour une entreprise. On

a livré il n'y a pas longtemps au boulevard de la Marquette à l'Epitech une quarantaine de pizza. Voilà donc ça c'est assez fréquent, c'est un très bon relais pour nous en point de vue communication, ce sont des photos qui sont postées sur Instagram etc.

600

Élève 2- Vous êtes sur Snapchat aussi ?

Intermédiaire - Hé non... ! On est pas sur Snapchat parce qu'on passe déjà beaucoup de temps sur les réseaux qu'on a. Snapchat est quand même super éphémère, et puis on n'a pas que ça à faire de nos journées. [Rires] Il y a déjà les story sur Instagram où j'aimerais bien qu'on s'y mette un petit peu, mais bon c'est pareil ce sont des messages qui sont assez éphémères, c'est compliqué pour trouver... enfin mine de rien heu... je ne sais pas si vous avez déjà fait des stages dans la communication... mais ça prend beaucoup de temps, parce que l'idée quand on est stagiaire ou même quand on l'est plus c'est dans la communication c'est d'avoir la créativité, ce n'est pas poster la même chose que tout le monde. Parce que si on poste la même chose que tout le monde on s'en fout. Par contre si on commence à se démarquer avec La Grave... jusqu'à aujourd'hui on est les seuls à avoir fait La Grave sous forme de burgers comme ça. Il y a d'autres mise en situation de La Grave où on avait été les seuls à les faire... enfin faut la trouver cette idée, ça prend du temps, de la réflexion, etc. Donc à partir de là si on veut poster du contenu qui reste intéressant, il faut y consacrer du temps mais on a pas forcément le temps aujourd'hui pour développer un compte Snapchat ou même faire les Story sur Instagram. On a déjà pas le temps de s'occuper du Tweeter [Rires]

605

610

615

Élève 2- Et comme toutes entreprises, il y a des avantages et des inconvénients, quelles sont pour vous vos avantages et inconvénients d'avoir E-food Student ?

620

Intermédiaire - Pour le chef d'entreprise ou pour... ? [Rires]

Élève 2- Oui de votre point de vue !

Intermédiaire - J'essaie de structurer mes idées en fait pour essayer de vous répondre au mieux [Rires]. Dans les points positifs en soi, ce que j'adore dans la vie de chef d'entreprise c'est que j'apprends tous les jours, tous les jours j'apprends plein de nouvelles choses et ça c'est super sympa, le monde de la restauration maintenant c'est quand même un milieu que je connais assez bien même si je ne suis jamais passé derrière les fourneaux je sais comment ça se passe d'un point de vue marge et j'en apprend tous les jours. Deuxième point qui est intéressant, c'est que tous les jours sont différents, c'est-à-dire que ce matin en arrivant au bureau je savais pas ce qu'il allait se passer quoi, bon à part le rendez-vous qu'on avait à 10h mais sinon après sur le reste je sais pas trop comment ma journée va être construite, j'ai des choses c'est sûr, y a tout le temps quelqu'un qui va t'appeler pour te dire "y a si, y a ça", "tiens j'ai entendu parler d'un événement ça peut peut-être intéresser", "j'ai un concours d'entrepreneur, est-ce que ça peut te chauffer pour te donner de la visibilité ?"... c'est là où je vous parlais du réseau aussi, je fais le lien, clairement le réseau quand on est entrepreneur c'est ce qui est pratiquement le plus important parce que c'est grâce au réseau qu'on va pouvoir se développer et avoir les bons contacts, connaître les bonnes personnes pour développer notre entreprise plus sereinement.

625

630

635

Élève 2- C'est peut-être plus compliqué ça, non ? A se faire connaître...

640

Intermédiaire - Cela prend du temps, c'est comme tout, c'est-à-dire qu'aujourd'hui j'ai que 25 ans mais je commence à parler comme un vieux [Rires] C'est-à-dire aujourd'hui y a beaucoup de jeunes ou même de moins de jeunes, je dis les jeunes mais c'est vrai que les moins jeunes sont un peu pareils, c'est-à-dire ils veulent tout tout de suite sans attendre. Le problème c'est comme pour tout il faut laisser le temps au temps de se développer son réseau, de développer son entreprise, etc. Moi aujourd'hui, ça va faire deux ans qu'on est vraiment lancé, deux ans au mois de janvier. Voilà on commence à sortir quelques chiffres qui sont intéressants mais nous aura fallu deux ans. Les choses ne se font pas en une semaine, les buzz à la Mark Zuckerberg avec Facebook ou avec Snapchat ou avec Tinder, ou un tas d'autres sociétés qui ont eu un succès fou et un développement exponentiel, voilà ça se produit un cas sur un million de start-up. Donc voilà donc comme toute start-up, soit vous prenez le temps, soit ça se crashe, voilà.

645

650

Après pour les points négatifs, en soi, je n'en vois pas forcément... en tant que chef d'entreprise on a pas spécialement d'horaire, c'est-à-dire que moi je fais au moins dix heures de boulot par jour, c'est un minimum. Voilà après le truc c'est qu'on travaille pas de la même façon, après c'est sûr que des fois pour la copine, la famille c'est pas forcément ce qu'il y a de plus simple. Après ce qu'il faut se dire c'est peut-être temporaire, peut-être avec un peu de chance, la société va être emmenée à beaucoup se développer, que derrière on aura peut-être un emploi du temps un peu plus soft... je doute [Rires]

655

Mais voilà c'est moi le premier, c'est que je travaille beaucoup et que ben des fois j'ai des amis ou la famille qui me dit "ben tu pourrais relâcher un p'tit peu pour qu'on puisse se voir un peu plus". Après à part ça je vois pas d'autres inconvénients. J'adore ma vie d'entrepreneur.

660 **Élève 2-** D'accord, c'est bien déjà de ressentir sa méthode de travail.

Intermédiaire - Oui voilà, après chacun voit midi à sa porte. Pour moi comment j'ai été éduqué faut travailler donc faut travailler.

665 **Élève 1-** Et est-ce que vous avez déjà reçu des critiques sur la livraison ?

Intermédiaire - Ah ben oui...si je n'en avais pas ça serait pas drôle...

[Rires]

670

Intermédiaire - J'en ai reçu une ce matin, c'est pour ça je vous ai dit qu'il y avait eu un problème hier. Donc là quand je suis sorti tout à l'heure, c'était parce que j'étais en contact avec un restaurant pour voir exactement ce qui c'était passé et voir ce que je pouvais faire ! Ça c'est un aspect important qu'on n'a pas encore évoqué mais qu'il fait absolument souligné : aujourd'hui la relation client c'est ce qui fait qu'un client va revenir chez vous. Donc c'est vraiment un aspect primordial à prendre en compte quand on communique. Là vous pourrez voir sur Facebook, toutes les semaines on va essayer de publier un avis qu'on a reçu sur le site, un vrai avis qu'on a eu sur nos restaurants pour montrer à nos clients que la relation clients on est là, les messages qu'ils laissent sur les restaurants on les voit et mettre un petit peu en valeur le client et le remercier pour ses avis, c'est important.

675

680

Pour les avis négatifs, faut les traiter encore mieux que les avis positifs, pour la simple et bonne raison qu'un client insatisfait c'est un client qui va en parler onze autour de lui, un client qui est satisfait va en parler à quatre autour de lui. Ça montre que les clients insatisfaits faut les traiter deux fois mieux que les clients satisfaits. Voilà, c'est quelque chose qui est vraiment vraiment important, trouver toujours une solution pour savoir ce qui s'est passé, voir avec le restaurant si on peut trouver une solution, moi j'essaie de former le restaurateur à ce niveau-là parce qu'eux ne le comprennent pas très bien...enfin pas tous en tout cas. Le fait qu'un client n'est pas content "ben c'est pas grave y en a d'autres", non c'est pas comme ça que ça se passe donc je leur explique et maintenant ils l'ont compris. Au départ, ils n'étaient pas très contents que je leur facture des bons d'achats parce que c'était du fait qu'ils avaient livrés la commande en retard ou manque d'un produit mais après ils ont compris que c'était pour leur bien, pour que le client puisse revenir et qu'ils puissent développer leur clientèle.

685

690

Après c'est pas quelque chose qui va être systématique, ça va être au cas par cas, faut vraiment qu'il y est un gros problème dessus, après voilà. C'est une autre façon d'agir, on agit un peu à l'américaine, c'est-à-dire que le client est roi, c'est le plus important pour nous, et c'est comme ça qu'on a des taux de croissance énorme et des taux d'acquisition client qui sont intéressants et heu...aussi des coûts d'acquisition clients qui sont très faibles. Aujourd'hui, ramener un client sur une plateforme, ça coûte vraiment pas cher comparé au reste du marché.

695

Pour un ordre d'idée, le coût d'acquisition de *Deliveroo* ça doit être 10 euros donc bon...[Rires]

Élève 2- Vous nous aviez dit que vous avez deux établissements Bordeaux et Toulouse, dont vous êtes le président et le cofondateur est-ce aussi le cas pour Bordeaux ? où avez-vous un responsable pour Bordeaux ?

700

Intermédiaire - Non je suis président de la structure intégrale, donc on ne se développe pas en franchise nous, tous se développe en marque propre donc l'antenne toulousaine qui a été s'ouvrir à Bordeaux. Et ça va être comme ça au niveau national on fera pas de franchise sinon ce ne serait pas rentable pour nous. Après je ne me suis pas présenté sur ce que je faisais directement dans la boîte mais je m'occupe avant tout du commercial heu... donc aller démarcher les restaurants, démarcher les BDE etc... C'est quelque chose que j'ai fait

705

démarcher les restaurants après maintenant c'est eux qui viennent vers moi mais ça a un peu changé sur les démarches des BDE on va passer un coup de fil y a des BDE qui nous démarchent aussi pendant les campagnes etc... c'est plutôt sympa. Après mon ancien associé est parti il n'y a pas longtemps s'occupait de toute la partie marketing donc j'ai repris aussi du coup cette partie marketing que j'ai confié à deux autres personnes qui sont rentrées dans l'entreprise pour remplacer et après j'ai une autre personne dans l'entreprise et quelqu'un qui s'occupe de tout financer. Il faut savoir bien s'entourer quand on crée, il faut vraiment savoir s'entourer, je ne sais pas si c'est pas un des aspects les plus importants, vraiment. Quand j'ai eu la chance de donner des cours sur l'entrepreneuriat et c'est vrai que dans l'entrepreneuriat il y a trois cercles à prendre en compte : son entourage proche qui est sa famille plus ou moins donc il faut que la famille te soutienne dans ton entreprise parce que c'est déjà assez dur comme ça et si derrière il n'y a personne qui te soutient ça peut être compliqué ta femme

710

etc... deuxième entourage ça va être avec l'entourage proche mais plutôt niveau professionnel donc son

715

720 avocat, son comptable, tous les collaborateurs donc pour nous ça va être les restaurants eux aussi faut qu'ils soient là-derrrière toi à pouvoir t'aider et troisième cercle c'est le réseau qui va graviter autour donc les gens qui vont potentiellement un jour te filer un coup de main ou toi tu leur files un coup de main et t'attends un retour un jour ou l'autre etc. C'est vraiment trois cercles qui faut garder à l'esprit parce que c'est ça qui va faire le succès ou au contraire crasher une entreprise. C'est mon avis encore une fois.

Élève 2- Et si demain, on vous dit que vous deviez exploiter une autre ville laquelle choisiriez-vous ?

725 **Intermédiaire -** Oh put*** y en a plusieurs [Rires] Ça dépend le budget que tu me donnes ! [Rires]

Élève 1- Alors laquelle, selon vous, est la plus importante à exploiter ?

730 **Intermédiaire -** Après en soi, tout est une question de stratégie, ça dépendra de la stratégie. Après moi, j'ai prévu d'en développer cinq autres dans les années à venir. Donc après il y en a pas une qui est plus importante qu'une autre. Tout va dépendre de savoir comment on va les développer et dans quels ordres. Ça c'est vraiment important, après d'un point de vue stratégique, je vais rester un petit peu vague là-dessus. Parce que là on a déjà le plan de bataille.

735 **Élève 2-** Et vous allez rester sur la cible étudiante ?

740 **Intermédiaire -** Oui, c'est prévu mais il y a d'autres branches qui se développent en ce moment. Ça je peux en parler par contre, donc c'est la partie *EFoodCorporate* que j'ai brièvement parlé tout à l'heure. Donc la partie livraison pour les BDE, mais il y a aussi toute une branche qui s'est créée sur le Corporate donc les bureaux, parce qu'en fait ce qu'il se passe c'est que nous on doit avoir entre 90 et 95 % de nos commandes qui sont passées le soir donc on a un gros déficit sur le midi donc à partir de là on s'est dit qu'est-ce qui pourrait avoir besoin de livraison le midi et toujours en restant sur un marché de niche. Là en l'occurrence les entreprises, il y a un gros besoin, on a besoin de dépoussiérer un petit peu le concept parce que c'est vrai les traiteurs font souvent la même chose, avec ce que j'ai pu voir, donc là ce que je leur emmène c'est différentes spécialités sur un plateau avec une carte où ils pourront savoir s'ils veulent manger chinois, japonais, indien, et ça aucun traiteur ne peut le faire c'est pas possible. Donc là on innove, et c'est un marché qui est rentable.

745 **Élève 2-** Et vous allez rester sur le marché du kébab, hamburger et autres ou vous avez prévu de vous ouvrir sur les restaurants de type traditionnels ?

750 **Intermédiaire -** Alors si on veut rester coller aux attentes de nos possibles, je ne suis pas sûr qu'il faille démarcher auprès des restaurants traditionnels parce que ça va être un peu plus cher déjà et ça empêchera une partie de nos consommateurs étudiants de pouvoir commander parce que c'est vrai qu'il y en a qui sont un peu plus aisés que d'autres et notre idée et que tout le monde puisse commander.

755 **Élève 2-** Et pourquoi pas avoir créé une chaîne YouTube ?

760 **Intermédiaire -** Alors là sur ça, je ne vois pas trop l'intérêt, alors on a déjà une chaîne YouTube pour juste montrer comment fonctionne le site. Après, il faudrait trouver un axe genre quel type de contenu on peut poster. Là tout à l'heure je vous ai expliqué ce qu'on a posté sur Facebook et Instagram, mais là faudrait trouver un axe.

Élève 2- Par exemple, pourquoi pas nous faire vivre les expériences avec les partenaires, vos événements ?

765 **Intermédiaire -** Ouais ça serait une sorte de web-série mais bon... déjà pour ça il nous faudrait beaucoup de temps, pour le moment le temps on l'a pas, on court après le temps constamment, parce qu'il y a plein de choses qui se font en même temps, et qu'au final ça ramène quelques clients mais ce n'est pas ça qui fait acheter. C'est pas parce que les clients vont regarder la web-série et qui vont passer commande par la suite. Mais c'est vrai que *Deliveroo* le fait...

770 **Élève 2-** C'est pour cela que je vous pose la question !

Intermédiaire - [Rires] Je n'avais pas tilté de suite mais oui c'est vrai que *Deliveroo* le fait mais on n'a pas le même budget encore une fois, on est une petite équipe. On est que cinq, c'est très très peu par rapport au chiffre d'affaires généré et par rapport au nombre de restaurants qu'on a etc. Donc bon, pour le moment non, c'est pas prévu.

775

Élève 1- Vous êtes cinq mais combien vous avez de livreurs ?

Intermédiaire - J'ai un livreur sur Toulouse !

780 **Élève 2-** Et sur Bordeaux ?

Intermédiaire - Sur Bordeaux, on doit être à cinq ou six mais ça passe par un sous-traitant.

785 **Élève 2-** Vous n'avez qu'un livreur sur Toulouse ?!

Intermédiaire - Oui mais on a que deux restaurants en sous-traitance pour l'instant, ça va être amené à grossir mais pour le moment vu qu'on a que deux restaurants ça suffit largement.

790 **Élève 1-** Et si un jour *Deliveroo* ou *Allo Resto* vous contacte pour le rachat de votre start-up, cela vous intéresse-t-il ?

795 **Intermédiaire -** Après tout, cela dépend de ce qu'on m'offre [Rires] Ça dépendra tout s'étudie au cas par cas. Aujourd'hui c'est pas du tout dans mon objectif. Je préférerais qu'il investisse dans l'entreprise pour faire exploser le projet, moi je préférerais dans ce sens. Après voilà, moi je reste businessman avant tout, ça dépend ce qu'on m'offre. Hier je parlé de Snapchat, et on voit que Facebook avait proposé 3 milliards ou quelque chose comme ça, je m'en rappelle plus hier. Tout ça pour dire, que s'il y a une grosse grosse offre, voilà on y réfléchira.

Élève 1- Et ça marche par levée de fond ?

800 **Intermédiaire -** Alors deux choses, parce-que s'ils rachètent la boîte ils rachètent toute l'entreprise et ce n'est pas une levée de fond, s'ils investissent dans mon entreprise là c'est une levée de fonds. Donc là en l'occurrence, moi, je cherche des fonds pour développer l'entreprise donc on va voir comment ça va se passer.

805 **Élève 2-** Et vous êtes une SARL ?

Intermédiaire - Ça les statuts ça ne sera pas à grand-chose, [Rires] Vous pouvez le voir, je suis une SAS. En fait la différence entre une SARL et SAS, principalement avec une SAS on est beaucoup plus libre au niveau juridique.

810 **Élève 2-** Et si nous devons monter un concept de restauration, qu'est-ce que vous nous conseilleriez ? Investir dans un restaurant ? Être un intermédiaire ? Vu que la livraison est en plein boom, qu'est-ce que vous conseilleriez ?

815 **Intermédiaire -** Oh c'est compliqué comme question ça, je ne sais pas après. Avant de vouloir se lancer dans la restauration, faut faire quelque chose que vous aimez avant tout. Ça c'est une histoire que j'ai personnellement, c'est-à-dire qu'en gros quand on arrive à 21 ans et qu'on dit à ses parents "oui je vais monter ma boîte", ces parents ne sont pas forcément d'accord. Moi, on m'avait dit, "va bosser ailleurs dans une grosse boîte et après tu verras pour créer ton entreprise" mais moi ce que je leur ai répondu et au final les a conforté dans l'idée qu'il faut qu'ils me suivent et qu'ils se mettent derrière moi c'est le fait que je leur ai dit "j'ai 21 ans, je suis encore un peu jeune pour que j'aie me faire chi** dans une entreprise, c'est maintenant ou jamais qui faut que je teste quelque chose et que je vois si ça peut marcher" et là c'est en train de se concrétiser au fur et à mesure. Ça montre que je n'avais pas spécialement tort. La route est encore longue, j'ai encore tellement de choses à accomplir, là pour le moment c'est que le début, c'est comme si on prend comme métaphore une course, là ce sont les qualifications. [Rires]

825 **Élève 2-** Vous gagnez du terrain sur Toulouse de toute façon...

Intermédiaire - Oui bien sûr, j'ai des taux de croissance qui sont fort, ça se développe très bien, je suis content. Maintenant, il faut que je fasse les qualif' et que j'accède à la course.

830 **Élève 2-** Vous vous fixez combien d'année pour être vraiment dans la course comme vous dites ?

Intermédiaire - Là ça fait déjà deux ans que j'y suis, ben j'aimerais bien là dans les six prochains mois à bouger vraiment, que je commence à faire beaucoup plus d'opérationnel, beaucoup moins de terrain, beaucoup plus de

835 stratégies, voir comment ça peut se dérouler quand on est sur sept villes en même temps, parce que là du coup tout est différent, ça sera du management beaucoup, du suivi, beaucoup plus structurer la société.

Élève 2- Ça va demander du coup beaucoup plus de travail...

840 **Intermédiaire** - Beaucoup plus de travail ouais je n'en suis pas si sûr, ça sera travailler différemment parce que je pense qu'on va avoir du mal à travailler plus de douze heures par jour. Après faut se laisser aussi un peu de temps, aussi ce qui est à prendre en compte c'est que les chefs d'entreprise... faut aussi s'accorder du temps pour soi, on part très vite en burnout et c'est compliqué. Donc voilà, il faut savoir s'accorder un peu de temps, chose que je fais avec le sport.

845

Élève 1- Et l'été, comment ça se passe parce qu'il n'y a pas beaucoup d'étudiants sur Toulouse, alors comment vous arrivez à combler ce manque ?

Intermédiaire - On ne comble pas [Rires]

850

Élève 2- Ah c'est votre basse saison l'été alors !

Intermédiaire - Ben, voilà j'ai une saisonnalité [Rires] Ce qui se passe c'est qu'en juillet-août le site reste ouvert parce qu'il y a quand même des étudiants qui sont sur Toulouse. Bon ça je peux vous le dire, je perds en gros 50 % de mon chiffre d'affaires qui est quand même plutôt énorme. Après en soi, j'ai quand même réussi à faire une progression par rapport à l'année dernière donc je suis content. Après voilà, c'est la saisonnalité, mais ce qu'il faut se dire c'est la période qui permet de préparer ma rentrée, où je peux aller voir les restaurateurs, établir de nouvelles cartes, de nouvelles offres, c'est une période en soi où je perds pas de temps. Tout moment dans l'année a ses avantages et ses inconvénients, quand c'est le jus t'as du mal à aller voir les restaurants, donc c'est une période pour faire d'autres choses.

860

Élève 1- Donc, pour vous, la livraison de repas à domicile, ce n'est pas une mode, c'est vraiment un marché d'avenir ?

865 **Intermédiaire** - Ah mais ce n'est même pas un marché d'avenir, c'est un marché déjà à part entière et ça va être un marché qui va être amené à beaucoup beaucoup beaucoup se développer, clairement ! Ça j'en suis convaincu. Quand t'as des gros acteurs qui s'y mettent, ils n'y vont pas comme ça aux hasards même si *Amazon* c'est vrai que des fois tente des trucs... Mais là en l'occurrence, c'est un vrai marché, une vraie tendance qui va être amenée à se développer.

870

Élève 1- Et vous pensez que plus tard, un restaurant qui ouvre sans faire de la livraison à domicile ne fonctionnera pas ?

Intermédiaire - Alors non, ce n'est pas ce que j'ai dit ! [Rires] La restauration traditionnelle restera parce que les gens quoi qu'il arrive aime bien aller au restaurant et quand on est avec sa copine on veut pas forcément se faire livrer à la maison. Alors la restauration traditionnelle restera. Après la restauration livrée va se développer, ça veut pas dire que tous les restaurants vont se mettre à la livraison sinon après ça serait comme els stages de récupération de points, il y aurait trop d'offres du coup il y en aurait beaucoup qui mangerait peu, c'est-à-dire que plus y a d'offres moins la part du gâteau est grosse. Donc là il restera quand même une partie de la restauration traditionnelle sans système de livraison.

880

Élève 1- Donc pour vous le restaurateur n'est pas du tout impacté par la livraison de repas à domicile ?

Intermédiaire - Non pas forcément après il y en a beaucoup qui faisait de la restauration traditionnelle qui se sont mis sur de la livraison. On prend le *J'Go*, lui, s'est mis en livraison avec *Deliveroo* qui pour moi est une bonne opportunité pour eux de faire connaître leur produit et de développer leur clientèle. Voilà et pourtant le *J'Go*, est un restaurant plutôt haut de gamme, ils s'en sortent plutôt bien mais on est toujours à la recherche de moyens pour trouver la clientèle mais après ça peut être l'un des moyens. C'est pour ça que la restauration traditionnelle dans le futur, potentiellement, fonctionneront avec des plateformes où ils n'auront rien à faire, ils reçoivent les commandes, ils la préparent et après il y a quelqu'un d'autre qui va la livrer. En soi, c'est pas trop impactant pour le restaurateur quand il reçoit des commandes comme ça, la plateforme leur fournit l'imprimante ils n'ont rien à faire, parce que le système comme ça fonctionne clairement. Ça leur coûte des centaines de milliers d'euros... enfin bref.

890

895 **Élève 1-** Entre toutes les personnes qu'il y a dans le restaurant et les commandes de livraisons, le restaurateur n'est-il pas...

Intermédiaire - Tout est une question d'organisation, il faut être organisé quand on est dans le monde de la restauration sinon on ne s'en sort pas on est très vite débordé et voilà il faut vraiment bien s'organiser.

900

Élève 2- Et bien merci beaucoup d'avoir participé à cette interview et à avoir répondu à nos questions.

Intermédiaire - Merci à vous.

Annexe M : Entretien Toulouse A Domicile

Date de l'entretien : Le 7 mars 2017

Durée : 43 minutes et 35 secondes

5

Elève 1 – Pourquoi avoir créé une entreprise proposant de la livraison à domicile ?

Intermédiaire – Alors, en fait, *La Dépêche*, il lance pleins de nouveaux projets. Le papier perd à peu près 5% par an donc du coup ils se sont dit ben qu'est-ce qu'on pourrait lancer comme activités pour profiter de notre notoriété etc donc ils ont lancé plusieurs projets qui s'appellent « des pétales ». En gros le cœur de la marguerite ils appellent ça *LaDépêche.fr* tous les nouveaux projets c'est les pétales. Du coup *Toulouse A Domicile* fait parti, on a une force de communication heu il y a un marché à prendre là-dessus, on connaît les adresses etc on est un site local donc autant en profiter. Ils se sont donc positionnés sur ce créneau voilà. Donc c'est vraiment pour diversifier leurs activités et avoir de nouvelles opportunités voilà, en jouant sur leur force de communication.

10
15

Elève 2 – Mais c'est *La Dépêche* qui a créé *Toulouse A Domicile* ou c'est vous une filiale ?

Intermédiaire – C'est vraiment *La Dépêche*, en fait ça ne se voit pas pour l'instant mais c'est vraiment *La Dépêche* qui a créé *Toulouse A Domicile*. Il y a à peu près 1 an et demi. On s'adapte au marché on est encore des bébés par rapport à *Deliveroo*, *Allo Resto*, *Take eat easy* anciennement.

20

Elève 2 - Comment vous faites pour collaborer avec vos restaurants ?

Intermédiaire – Alors ça c'est moi (rires), alors moi j'ai commencé par prospectrice. Vraiment prospectrice, je partais le matin jusqu'au soir dans les rues de Toulouse de 9h00 à 19h00 c'était un peu ingrat comme travail et je faisais du porte à porte. J'ai commencé par ça pendant plusieurs mois, sur un modèle économique qui n'était pas encore définit, c'était dur. Maintenant ça va beaucoup mieux même si on est pas trop connu en fait les restaurants ils viennent vers nous donc j'ai une alternante qui fait la prospection elle doit passer je sais pas quoi 5 appels de prospections par semaine c'est tout. Alors qu'au début je faisais ça toute la journée.

25
30

Elève 2 – Ça marche maintenant ?

Intermédiaire - Ça va maintenant oui, oui. Le site il est un peu connu même si on n'a pas la notoriété des autres c'est beaucoup, beaucoup plus facile. Donc aujourd'hui nous travaillons avec une quarantaine de restaurants. Ils ne sont pas tous ouverts sur le site pour des raisons X ou Y mais on a une quarantaine de restaurants voilà.

35

Elève 1 – Combien de thèmes de type de cuisines répertoriez-vous sur le site ?

40

Intermédiaire – Alors beaucoup d'Indien je sais pas pourquoi, tous les Indiens ils veulent travailler avec notre site, on a Colombien, Argentin, Italien, Africain, Français traditionnel. On a pas de crêpes encore, on a très peu de restaurants sur le segment burger, il faut qu'on développe, il y a des segments qui nous manquent.

Elève 2 – Vous pensez que ce service répond à une question de praticité pour le client ?

Intermédiaire – Oui, alors heu nous tous nos clients ils ont moins de 35 ans, on est sur un panier moyen élevé à 32€. On fonctionne à 90 % le soir, heu 95 % même et nous je pense qu'on s'adresse à une clientèle de jeunes actifs qui ont à priori pas beaucoup de temps et qui ont un certain pouvoir d'achat malgré tout, on ne s'adresse pas forcément aux étudiants comme *Allo Resto*. Je pense que c'est surtout la réduction du temps, que les gens ont de moins en moins de temps pour manger. Surtout sur Paris... où ça marche encore mieux mais dans des villes où certains mettent deux heures aller-retour pour aller au boulot ben quand ils rentrent le soir à 20h.

50

Elève 2 – Du coup pour avoir un ticket moyen de 32 euros est-ce que cela signifie que vous travaillez avec des restaurants traditionnels, gastronomiques ?

55

Intermédiaire – Alors c'est vrai qu'on a un restaurant ****... c'est une pizzeria italienne qui cartonne mais leurs pizzas sont chères c'est 20€ minimum. Après c'est des longues pizzas comme ça, c'est pour plusieurs

60 personnes c'est vrai qu'on a pas beaucoup de snacking là on va rentrer *Subway* mais on a pas beaucoup de ce type de restaurants je pense que c'est pas rapport au positionnement. On est vraiment sur du positionnement plus restaurant que snacking.

Elève 1 – Du coup c'est la pizza votre produit phare ?

65 **Intermédiaire** – Oui

Elève 2 – Parce que après vous ne restez pas majoritairement sur la street food du coup ?

70 **Intermédiaire** – Non, par contre j'aimerais bien qu'on s'y positionne, pour viser les étudiants.

Elève 1 – Le périmètre de livraison s'étend jusqu'où ?

75 **Intermédiaire** – C'est assez grand on va jusqu'à Saint Agne en bas, on va jusqu'à rue Henri Desbals pour l'ouest, à l'est on va au-dessus de Jolimont et au nord on va limite Borderouge. On a un secteur qui est plus grand qu'*Allo Resto*.

Elève 1 – Vous utilisez quel mode de livraison ?

80 **Intermédiaire** – Nous utilisons le scooter électrique, nous par contre c'est des salariés contrairement à *Deliveroo* ou aux autres qui sont auto-entrepreneurs. C'est quand même une certaine sécurité d'emploi.

Elève 2 – Vous pensez que c'est les intermédiaires qui ont facilité la diffusion de la livraison de repas à domicile ?

85 **Intermédiaire** – Je pense que oui, *Allo Resto* ils ont démarré en 1998, je pense qu'ils ont pas mal dégrossi au début ils sont restés sur un segment très fast food après je pense vraiment que c'est l'arrivée de *Deliveroo* et *Take eat easy* qui a diffusé la livraison à domicile. *Allo Resto* il reste sur un segment image un peu bas de gamme je sais pas si vous êtes d'accord. *Deliveroo* est basé sur le modèle un peu plus haut de gamme. Je pense que oui ils ont complètement démocratisé la livraison à domicile avec des images sympas, leur site est vraiment sexy, moi je suis cliente de *Deliveroo* aussi je les adore.

90

Elève 2 – Du coup c'est un apporteur de chiffre d'affaires pour les restaurateurs ?

95 **Intermédiaire** – Oui, cela peut aller jusqu'à 5000€ par mois avec nous avec une commission entre 25 et 30 %. Après ça dépend un restaurant qui va avoir des charges de personnels en salle, qui va faire de la livraison au final il va payer 25 % de commission mais c'est des charges de service qu'il n'a pas. Quelqu'un qui fait que de l'emporter ça va lui écraser un peu son modèle parce qu'il a pas de charges de perso du coup ça va lui empiéter ses marges. Je pense vraiment qu'il y a moyen de se faire des sous mais il faut bien calculer ses marges. Ça dépend vraiment de chacun.

100

Elève 2 – Vous pensez que les intermédiaires sont le lien entre les restaurateurs et les clients ?

Intermédiaire – Silence... (5secs)

105

D'un côté j'espère pas parce que ça serait triste que d'un côté il n'y est que de la livraison par la suite même si je trouve ça très pratique. Moi je sais que j'ai des restaurants qui m'ont dit qu'on leur a amené des clients au final sur place.

Oui, c'est un moyen de communiquer sur eux après tout ceux qui ont pignon sur rues on est un plus pour eux. C'est difficile de dire, je ne sais pas exactement.

110

Elève 1 – Il y a des restaurants qui ont moins de clients en salle qu'en livraisons ?

Intermédiaire – Les restaurants ne se confient pas trop sur cela. Je pense que non, nous leur apportons des clients en plus. Je pense que ça ne leur soustrait pas une clientèle.

115

Après ce n'est que des suppositions. Après il y a des restaurants en perdutions du coup ils multiplient tous les intermédiaires, je pense qu'ils se font bouffer.

Elève 1 – Au point de vue du marketing comment vous fonctionnez ?

- 120 **Intermédiaire** – C’est une grande question. A *La Dépêche* on a un groupe marketing mais qui ne s’occupe pas du site tout est géré en interne on fait un peu avec les moyens du bord. Ça reste un peu sur le modèle d’une start-up moi je ne suis pas spécialiste en communication mais tout le monde met la main à la pâte. On a deux alternantes qui font de la créa elles sont chapeautéées à mi-chemin par l’assistante de direction et à mi-chemin par moi et par le chef de projet. Donc c’est un peu à la débrouille et on cherche notre modèle petit à petit. On regarde beaucoup ce que font les concurrents.
- 125 **Elève 2** – Vous avez dit que votre principale cible c’était les jeunes actifs, est-ce que vous pensez qu’il y a un type de consommateur pour la livraison de repas à domicile ?
- 130 **Intermédiaire** – Je pense que étant donné que l’on est sur de la commande en ligne oui du coup c’est forcément plus des jeunes. Je dirai jusqu’à 40 ans voilà avec un certain pouvoir d’achat ça coûte moins cher de se faire un steak purée que se faire livrer un repas malgré tout. Déjà il faut être deux par rapport au montant minimum. Ça coûte au moins 8 €.
- 135 **Elève 1** – Est-ce que vous avez constaté une hausse de la livraison à domicile ces derniers temps ?
- 140 **Intermédiaire** – Nous oui après on est en plein développement donc après heureusement donc c’est qu’on est en train de monter crescendo mais je sais que oui ça cartonne. Je sais que Bordeaux c’est une des villes qui marche le mieux bon Paris aussi évidemment mais je sais que ça cartonne. Moi *Deliveroo* j’y vais tout le temps dessus.
- 145 **Elève 2** – Donc vous pensez que ce n’est pas une mode temporaire c’est vraiment à perdurer ?
- Intermédiaire** – Je pense que ça va perdurer. Peut-être que ça va s’estomper peut-être je pense que ça va rester c’est vrai que quand on prend l’habitude c’est quand même pratique quoi mais je pense que ça va rester. C’est difficile à dire quand même.
- Elève 2** – Avec la guerre des Food-Tech qu’il y a qu’est-ce que vous en pensez ?
- 150 **Intermédiaire** – Il va y avoir des gagnants et il y aura des perdants, *Take eat easy* c’est déjà un des grands perdants. *Deliveroo* sur le modèle de l’auto-entrepreneur ça pose de réelles questions aussi est ce qu’ils vont réussir à tenir je sais qu’il y a des problèmes par rapport au nombre de statuts qui se multiplient, c’est un statut précaire, si un jour ils disent ok c’est fini ce modèle au niveau de la Loi, ils meurent. Ça peut très vite sombrer. *Take eat easy* du jour au lendemain on était tous hyper surpris quoi.
- 155 **Elève 2** – Donc vous pensez qu’une petite start-up comme vous peut arriver sur le marché et gagner cette « guerre » ?
- 160 **Intermédiaire** – Nous on va rester sur Toulouse si on peut être un acteur plus ou moins important parmi les autres c’est bien mais on est pas assez spécialisé, on est pas aussi fort qu’eux et on ne le sera pas. On veut juste se tailler une part du marché mais on aspire pas à être le Leader mais on ne le sera pas de toute façon. On a des ambitions mais on ne sera pas Leader.
- Elève 1** – Selon vous, vous pouvez être le leader de Toulouse ?
- 165 **Intermédiaire** – On aimerait bien mais on essaie d’être réaliste pour l’instant si déjà on a une bonne part c’est déjà pas mal.
Là nous développons une application pour se faire encore plus connaître.
- 170 **Elève 2** - Donc vous affirmez qu’il y a une réelle concurrence sur ce marché ?
- Intermédiaire** – Oui tout à fait
- Elève 1** – Qui sont vos principaux concurrents ?
- 175 **Intermédiaire** – Nous nos réels concurrents c’est *Deliveroo* et *Allo Resto*.
- Elève 1** – Vous livrez en combien de temps ?

- 180 **Intermédiaire** – Nous on a un quart d’heure de livraison donc en principe c’est tout le temps comme ça, plus le restaurateur à un temps de préparation de 15 minutes qui peut ajuster s’il met 25 minutes cela peut aller jusqu’à 45 minutes. C’est entre ½ heure, on n’a pas la promesse de *Deliveroo* de 20/25 minutes sur certains restaurants et ça peut aller jusqu’à une heure mais c’est rare.
- 185 **Elève 2** – Si vous ne réalisez pas ces temps-là il y a un dédommagement ?
- Intermédiaire** – Oui complètement, nous un quart d’heure c’est 5€ de réduction sur la prochaine commande une demie heure c’est 10€ et 45 minutes et au-delà c’est 15€ ce qui est très rare. Mais nous revoyons ce modèle économique car il coûte très cher.
- 190 **Elève 2** – Pour le paiement comment ça se passe ?
- Intermédiaire**- C’est par carte bancaire uniquement et paiement sur le site. Nous devons intégrer le système Pay Pall.
- 195 **Elève 1** - Pour les températures comment cela se passe ?
- Intermédiaire** – Oui sur 15 minutes de temps de livraison le produit reste chaud. Il y a des sacs isothermes plus les restaurateurs ils en empaquettent donc il n’y a pas de problème.
- 200 **Elève 1** - Vous fournissez quel matériel au restaurateur ?
- Intermédiaire** – Nous fournissons les tablettes et les sacs comme *Deliveroo*.
- 205 **Elève 1** – Vous essayez vraiment de fonctionner comme *Deliveroo* pour lui faire vraiment face en fait ?
- Intermédiaire** – On s’en inspire c’est vrai ils sont bon et en plus on est tous clients *Deliveroo* les avantages qu’on a on veut les retrouver sur *Toulouse A Domicile* après il ne faut pas qu’on soit trop copier-coller quoi.
- 210 **Elève 2** – Vous pensez que vous pouvez mettre en place un modèle économique comme *Allo Resto* ? C'est-à-dire que vous mettez en relation les clients et les restaurateurs uniquement sans en assurer la livraison.
- Intermédiaire** – Alors *Allo Resto* ils font les deux modèles maintenant. Mais nous on en a par exemple Eat Sushi ce n’est pas nous qui livrons, on fonctionne sur les deux modèles on livre la plupart des restos mais certains ont leurs propres services de livraison. La communication et la commission sont moins importantes pour les restaurants qui assurent eux-mêmes la livraison.
- 215 **Elève 1** – Vous pensez que la hausse des célibataires a favorisé la livraison de repas à domicile ?
- Intermédiaire** - D’un côté il faut commander pour deux repas du coup c’est ça le problème. Il vaut mieux être deux par rapport au montant minimum, je vois sur les commandes, les gens ils sont deux. Après c’est vrai que quand on est seul on a moins envie de se faire à manger que quand on est deux, je pense.
- Elève 2** – Vous pensez qu’il y a un « boom économique » de la livraison de repas à domicile ?
- 225 **Intermédiaire** – Oui, je pense que ça va s’accélérer encore plus.
- Elève 2** – Et vous pensez qu’il va quand en rester un ou deux sur le marché ?
- Intermédiaire** – Je pense que *Deliveroo* dans un ou deux ans mais je ne sais même pas s’ils sont rentables pour l’instant. Dans un ou deux ans on saura, ils ont des investisseurs derrière ils ne peuvent fonctionner sans avoir de retour éternellement.
- 230 **Elève 1** – Vous fonctionnez comme eux avec des levées de fonds ?
- 235 **Intermédiaire** – Non c’est que La Dépêche qui investit.
- Elève 2** – Du coup vous pensez quoi du nouvel arrivant *UberEats* ?

- 240 **Intermédiaire** – J'ai pas du tout regardé comment il fonctionnait, ils me font peur aussi comme *Foodora* qui va bientôt arriver mais on ne sait pas la date. Mais j'aurai l'occasion de les connaître prochainement.
- Elève 2** – Selon vous y a-t-il un mot qui peut résumer la livraison de repas à domicile ?
- 245 **Intermédiaire** – En un mot, pratique.
- Elève 1** – Vous approuvez donc la notion « click and eat » ?
- Intermédiaire** – Oui.
- 250 **Elève 2** – Et vous ne pensez pas qu'un autre journal peut s'inspirer de vous et créer eux-mêmes leur propre plateforme de livraison ?
- 255 **Intermédiaire** – Après malgré tout, même dans la démarchage des restaurants, c'était parce qu'on venait de *La Dépêche*, du coup il y a cette crédibilité, cette confiance. Tout le monde connaît *La Dépêche* en bien ou en mal peu importe mais tout le monde connaît.
- Elève 2** – Et si par exemple *Le Figaro* ou *Le Monde* décide de monter leur intermédiaire, n'avez-vous pas peur ?
- 260 **Intermédiaire** – Non, on a assez peur de ceux qui existent déjà ! Et ça mobilise toute notre attention, on vérifiait tout le temps les nouveaux restaurants sur *Deliveroo*, ça nous bouffe c'est dingue. Mais après on se met sur une autre chose aussi en fait on a fait une opération Saint Valentin avec *Gimm Traiteur* et on va faire les repas de chef. Et on a fait cette opération en partenariat en mode test. Plus ou moins au dernier moment, on a réussi à faire 260 repas pour le jour j et on s'est rendu compte qu'il y avait un créneau là-dessus mais un
- 265 créneau avec des personnes plus âgées. Parce qu'on était sur la commande en ligne et au dernier moment on s'est dit qu'on allait mettre le numéro de téléphone et en fait on a eu plein de personnages plus ou moins âgés qui nous appelées. Ils ne connaissaient pas et ils disaient : "alors je veux deux menus Saint Valentin..." mais c'est pas comme ça que ça fonctionne et du coup il y a un marché à prendre là-dessus. Mais comment le prendre c'est compliqué.
- 270 **Elève 1** – Comment ils ont su qu'il y avait... ?
- Intermédiaire** – Alors on l'a mise dans *La Dépêche Print*, dans la radio, du flyer, sur *LaDépêche.fr*, on ne pouvait pas lire un article sans nous voir. Donc on a communiqué à fond et du coup ça a très bien marché, les
- 275 gens étaient vraiment intéressés pour faire des repas de chef, payer pour avoir des menus d'exception à la maison, et souvent des personnes plus âgées.
- Elève 1** – Comme ça, cela cible une autre clientèle...
- 280 **Intermédiaire** – Oui voilà tout à fait ! En plus, ils ont un pouvoir d'achat, ils ont cette envie de bien manger à la maison. C'est un modèle différent et qu'on envisage.
- Elève 2** – Et du coup, avez-vous gardé cette clientèle actuellement ?
- 285 **Intermédiaire** – Alors, on va fonctionner, ce n'est pas encore officiel, avec *Gimm Traiteur* on va faire trois repas de chef par an. Donc le but c'est de faire un partenariat avec les restaurants étoilés. Donc par exemple, Michel Sarran qui signe la recette, *Gimm Traiteur* qui la réalise et nous qui la livrons. Donc trois par an c'est pas mal, c'est lourd à organiser donc il y a un marché là-dessus, sur de l'évènementiel.
- 290 **Elève 2** – Et pourquoi pas aller démarcher des restaurants gastronomiques pour en proposer sur votre site ?
- Intermédiaire** – Alors, *Deliveroo* ils ont le *Bibent*. Moi de ce que je vois en ville, je n'ai pas l'impression que c'est ce qui fonctionne le plus. Et en plus, la présentation du plat n'est pas assurée. Parce qu'on paie pour un service qui n'existe pas en fin de compte : le dressage de l'assiette. Alors que c'est le même prix qu'aux
- 295 restaurants. Après pourquoi pas mais... il faudrait en avoir un ou deux pour l'image de marque mais bon... Par exemple, un concept innovant, c'est *MoiChef*, on se fait livrer le repas en kit. A se positionner sur le concept gastro c'est intéressant mais après se faire livrer une espèce de salade César et rassembler les morceaux c'est pas... après c'est personnel mais bon...

- 300 **Elève 2** – Et du coup, avec les nouvelles prestations comme se faire livrer des repas gastronomiques, que pensez-vous du petit-déjeuner, le tea-time... ?
- Intermédiaire** – J'aimerais bien le proposer. Alors vu que nous nous ne sommes pas sur un modèle d'auto-entrepreneurs, c'est-à-dire qu'il faut ouvrir des plages horaires avec des salariés et un volume suffisant pour les ouvrir.
- 305 **Elève 2** - Vous êtes ouvert de quelle heure à quelle heure ?
- Intermédiaire** – Comme *Allo Resto*, me semble-t-il, de 12 heures à 14 h 15 et de 19 heures à 22 h 30.
- 310 **Elève 2** – Donc ça ne cible pas du tout ces prestations.
- Intermédiaire** – Oui mais après faudra l'envisager... Donc si on n'évolue pas comme les autres on va mourir...
- 315 **Elève 1** - Vous avez combien de salariés ?
- Intermédiaire** – Sur *Toulouse A Domicile*, pas beaucoup. Alors il y a moi, une alternante commerciale aussi, il y a le chef de projet...le PDG de la boîte qui ne me challenge pas mal et d'autres mais bon...
- 320 **Elève 1** – Et en livreurs ?
- Intermédiaire** – On a six livreurs à temps complet et ensuite ponctuellement on peut faire appel à des auto-entrepreneurs pour aider.
- 325 **Elève 2** – Vous n'est pas contre en demander alors ?
- Intermédiaire** – En fait, on n'assure pas un volume comme *Allo Resto* et du coup ils font comme ils veulent, ils viennent à la carte.
- 330 **Elève 2** – Et ils partent tous de votre boîte ou ils sont répartis partout dans Toulouse ?
- Intermédiaire** – Oui, ils sont répartis niveau centre-ville mais ils ne passent pas par ici, ...si juste pour prendre le journal parce que à chaque commande on livre le journal. Et un petit plus, c'est qu'on a l'ancien manager d'*Allo Resto* ce qui nous permet d'avoir une bonne relation avec les restaurants.
- 335 **Elève 2** – Et vous allez développer plus de service dans l'application ?
- Intermédiaire** – Alors, ils ont de grandes ambitions sur le fait de développer de multiples prestations comme le drive ou autres mais bon...Encore caviste je pense que ça peut marcher, autant fromager je pense que ça peut marcher...après partir sur d'autres trucs je sais pas.
- 340 **Elève 2** – Et qu'est-ce que vous pensez de la nouvelle tendance à venir, les drones ?
- Intermédiaire** – C'est vrai qu'*Amazon* font déjà la livraison avec les drones. Après c'est du n'importe quoi, on arrivera à tout mais...
- 345 [Rires]
- Intermédiaire** - Je trouve que ça déshumanise totalement le service, même la livraison de repas c'est trop simple il n'y a plus de contact humain. On est chez soi, tout est trop facile, après c'est personnel. Je réagis peut-être comme une vieille mais bon. Après je me dis que c'est impossible, sinon il va y avoir des trucs dans tous les sens parce qu'ils ne pourront pas gérer au niveau de la sécurité. C'est n'importe quoi, je veux dire comment est-ce qu'on peut contrôler tout ça ? Je pense que pour des raisons de sécurités à un moment donné on va pas faire n'importe quoi. Les gens vont penser au terrorisme etc...
- 350 **Elève 2** – Déjà *La Poste* utilise ce moyen pour livrer certains colis dans les grandes villes en France et comme ils possèdent *Resto-in*...
- 355

- 360 **Intermédiaire** – Mais je ne sais pas, après pas de suite je ne pense pas...peut-être dans 10 ans. Après c'est soumis à une réglementation donc bon...mais je n'ai pas réfléchi jusque-là encore...
[Rires]
- Elève 1** – Et vous pensez que c'est la génération Z qui a fait développer la livraison de repas à domicile ?
- 365 **Intermédiaire** – Je pense oui, ma génération aussi. On est quand même sur un marché de jeunes actifs ou du coup votre génération n'y est pas encore. Donc je pense que ma génération n'est pas mal friande de ce genre de service. Par exemple, ceux qui commandent le plus ici, ils ont entre 24 et 30 ans.
- Elève 2** – Et vous pensez que ça vient de quelles envies pour avoir recours à la livraison de repas à domicile ?
- 370 **Intermédiaire** – Par exemple, nous ici, il n'y a rien autour, pour manger il n'y a rien. Donc si on a envie d'un peu bien manger, on n'a pas le temps de se faire de gamelle ben on commande quoi.
- Elève 2** – Donc on revient sur la notion de "praticité" ?
- 375 **Intermédiaire** – Oui tout à fait mais pas que c'est aussi de bien manger. Après, moi je sais que moi je me fais livrer parce que j'aime bien bien manger et qu'autant nous que *Deliveroo* on a une bonne sélection de restaurants. Je ne me ferais pas livrer une pizza *Domino's* par exemple mais heu...c'est surtout ça parce que si on veut on a les sandwiches à la station essence mais c'est pas bon.
- 380 **Elève 1** – Pourquoi préférez-vous vous faire livrer que d'aller au restaurant le soir ?
- 385 **Intermédiaire** – Alors, déjà je pense qu'il y a la flemme parce que toute la communication joue sur la flemme, le confort et out ce genre de trucs. Les gens sortent beaucoup sur Toulouse mais il y en a aussi ils sont casaniers et même avec ce sentiment d'insécurité avec les attentats les gens préfèrent rester chez eux. Le climat d'insécurité fait qu'on doit rester chez soi et après il y a le manque de temps. Il y a des gens qui arrivent chez eux à 21 heures et là c'est normal ils n'ont pas envie de se faire à manger. Après ça dépend si les gens habitent en ville et ceux qui n'habitent pas en ville. Ceux qui sont en plein centre, ils sortent faire leur achat mais ceux qui sont un peu plus éloignés et peu de temps ben du coup la livraison devient pratique.
- 390 **Elève 2**- Et bien merci beaucoup d'avoir participé à cette interview et à avoir répondu à nos questions.
- Intermédiaire**- Merci à vous.

Entretiens quantitatifs

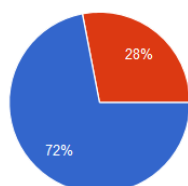
Annexe N : Questionnaire clients

La livraison de repas à domicile

Merci de consacrer quelques instants, pour répondre à ce petit questionnaire organisé par les élèves de Licence Professionnelle Hôtellerie-Restauration de l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration (ISTHIA) de Toulouse.

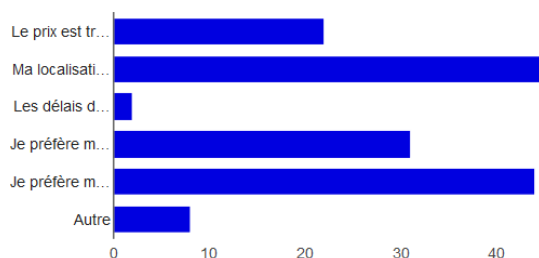
Vos réponses sont précieuses car elles nous aideront sur la réflexion de notre thème qui est "La livraison de repas à domicile".

Vous êtes-vous déjà fait livrer un repas chez vous ?



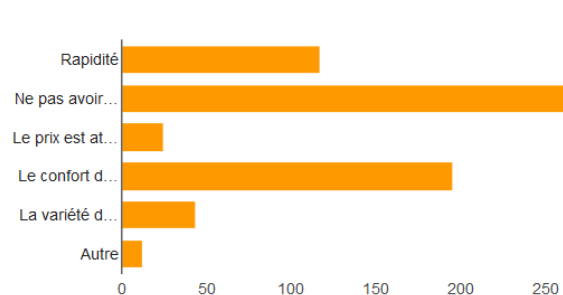
Oui **290** 72 %
Non **113** 28 %

Si non, pourquoi ?



Le prix est trop élevé **22** 18.8 %
Ma localisation ne me permet pas de me faire livrer **45** 38.5 %
Les délais de livraison sont trop long **2** 1.7 %
Je préfère manger au restaurant **31** 26.5 %
Je préfère me faire à manger **44** 37.6 %
Autre **8** 6.8 %

Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à commander ?



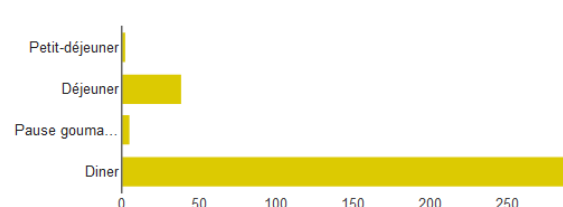
Rapidité	117	39.5 %
Ne pas avoir à faire à manger	263	88.9 %
Le prix est attractif	25	8.4 %
Le confort de la maison	195	65.9 %
La variété des produits	44	14.9 %
Autre	12	4.1 %

Quand préférez-vous vous faire livrer ?



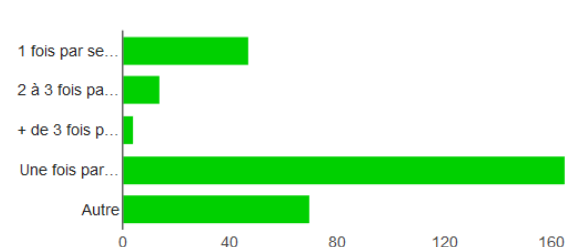
Du lundi au jeudi	131	44.7 %
Du vendredi au dimanche	211	72 %

Quand commandez-vous ?



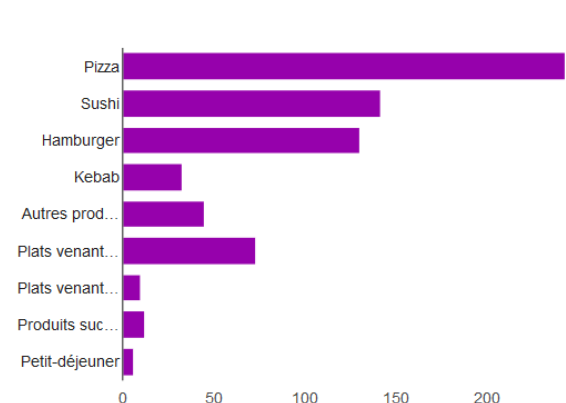
Petit-déjeuner	3	1 %
Déjeuner	39	13.1 %
Pause goumande (goûter)	5	1.7 %
Diner	289	97.3 %

A quelle fréquence commandez-vous ?



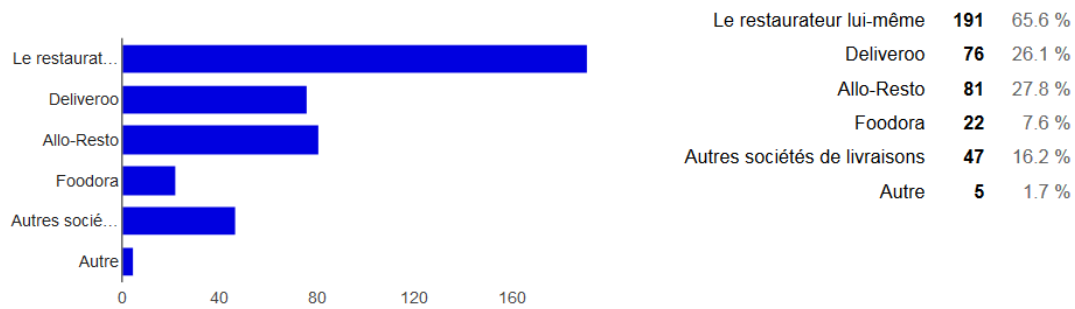
1 fois par semaine	47	16 %
2 à 3 fois par semaine	14	4.8 %
+ de 3 fois par semaine	4	1.4 %
Une fois par mois	165	56.3 %
Autre	70	23.9 %

Quels produits vous faites vous livrer ?



Pizza	243	82.1 %
Sushi	142	48 %
Hamburger	130	43.9 %
Kebab	33	11.1 %
Autres produits de fast food	45	15.2 %
Plats venant de restaurant traditionnel	73	24.7 %
Plats venant de restaurant gastronomique	10	3.4 %
Produits sucrés	12	4.1 %
Petit-déjeuner	6	2 %

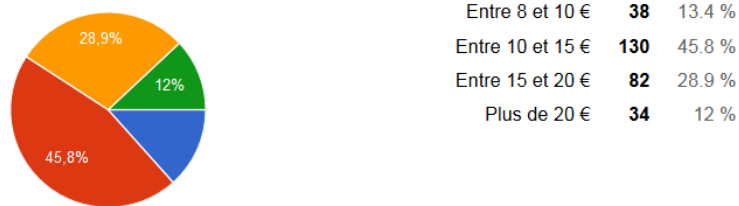
Qui vous a livré ?



Utilisez-vous des applications afin de vous faire livrer ?



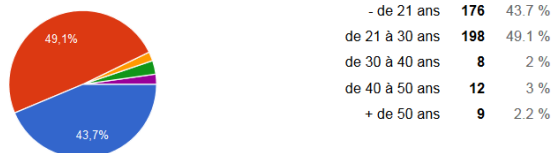
Combien d'argent dépensez-vous dans une livraison de repas ?



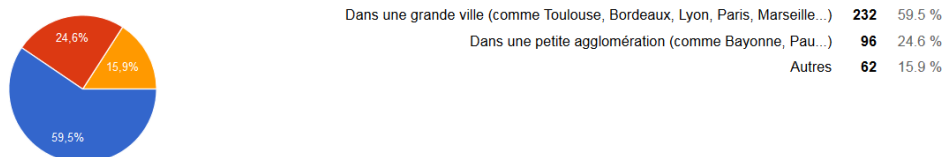
Etes-vous ?



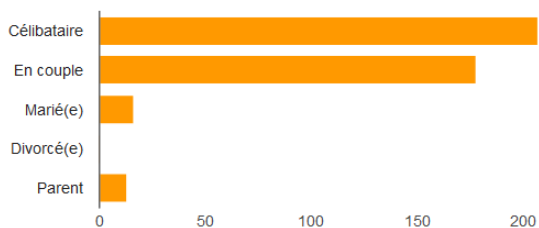
Pouvez-vous préciser votre tranche d'âge :



Habitez-vous :

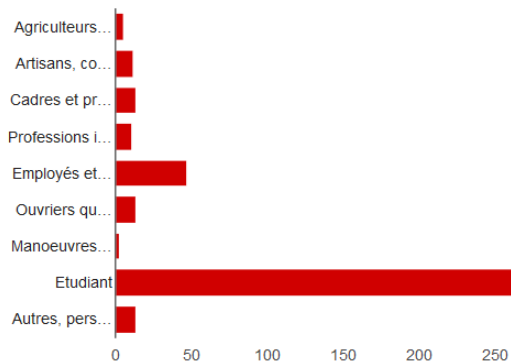


Etes-vous ?



Célibataire	207	51.4 %
En couple	178	44.2 %
Marié(e)	16	4 %
Divorcé(e)	0	0 %
Parent	13	3.2 %

Pouvez-vous préciser votre profession :



Agriculteurs exploitants	5	1.2 %
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	12	3 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	14	3.5 %
Professions intermédiaires (cadres moyens)	11	2.7 %
Employés et personnel de service	47	11.7 %
Ouvriers qualifiés	14	3.5 %
Manoeuvres et ouvriers spécialisés	3	0.7 %
Etudiant	289	71.7 %
Autres, personnes sans activité professionnelle	14	3.5 %

Remerciements

Nous vous remercions pour le temps consacré à notre sondage, nous vous adressons nos meilleures salutations.

Annexe O : Tableau de confrontation des entretiens et des hypothèses

(Pages suivantes)

	Qu'est-ce que la livraison de repas à domicile ?	Hypothèse Restaurateur : La livraison à domicile est un apporteur de chiffre d'affaires.	Hypothèse Intermédiaire : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile.	Hypothèse client : La livraison répond à une question de praticité.	La livraison de repas à domicile a-t-elle un avenir dans la restauration ?
<i>Duck Me</i>	<p><u>lignes 336 à 338</u> : « Il me l'emène. Ils ont ramené un service à la personne et une facilité de service à domicile qui est, avec un modèle, avec une barrière à l'entrée qui est nul, la seule barrière qui venait avant c'était le prix. »</p>	<p><u>lignes 73 à 74</u>: « C'était l'idée d'aller chercher plus de chiffre et du chiffre qu'on a pas en restaurant. »</p> <p><u>lignes 210 à 213</u> : « Vous êtes doublement perdant c'est à dire que vous faites baisser votre fréquentation en restaurant, vous avez fait un transfert de clientèle de votre restaurant vers la plateforme <i>Deliveroo</i> et vous avez perdu près de 25 % de votre chiffre. En fait, vous augmentez le chiffre mais vous perdez un certain pourcentage de marge. »</p> <p><u>lignes 269 à 273</u> : « ça représente en part de mon chiffre d'affaires par mois et c'est gros (...) Ça peut aller jusqu'à 30 % par mois donc c'est énorme et c'est pas en plus du coup ! C'est là où, sur les 30 % il y en a peut-être 10 qui sont en plus, qu'on aurait pas fait et 20 ce sont des mecs qui ont la flemme et qui seraient venus et du coup se font livrer. »</p> <p><u>lignes 527 à 528</u> : « c'est 30 % de mon chiffre donc sur un mois, je fais quoi ? 380 000 € à l'année donc des mois à 32 000 ou 33 000 € »</p>	<p><u>lignes 93 à 100</u> : « On ne faisait pas de service livraison pour des raisons économiques et des raisons organoleptiques aussi, de la tenue du produit. Et, c'est un sujet à part entière la livraison, c'est vraiment un autre métier (...) ils ont un peu révolutionné le marché, (...) ils sont arrivés, ils proposaient déjà une technologie différente, un service, une notion de service différente (...) le côté rapidité du service c'est à dire qu'ils s'engagent à vraiment livrer rapidement, (...) ils débloquent quelques freins en fait à ce qu'on avait nous à la livraison.</p>	<p><u>lignes 344 à 346</u> : « Ils ont ramené un service à la personne et une facilité de service à domicile qui est, avec un modèle, avec une barrière à l'entrée qui est nul, la seule barrière qui venait avant c'était le prix. »</p>	<p><u>ligne 407</u> : « Je pense pas que c'est un phénomène de mode »</p> <p><u>lignes 413 à 414</u> : « Ça va pas être un phénomène de mode mais ça va être juste tellement pratique et ça vous rend la vie tellement plus facile que ça va devenir un mode de vie, un mode de consommation chez vous. »</p>

<p>La Villa Tropézienne</p>	<p><u>ligne 69</u> : « Quelque chose de simple »</p> <p><u>ligne 76</u> : « C'est incontournable »</p>	<p><u>lignes 333 à 334</u> : « Si mon CA pouvait se cantonner à faire que de la livraison, ça serait plus rentable de faire que de la livraison, ce qui est logique ! »</p> <p><u>lignes 435 à 436</u> : « 30 couverts livrés pour 200 en salle, c'est énorme et des fois on fait plus !! mais bon en moyenne c'est ça 25/30. C'est énorme, c'est 10 % du CA »</p> <p><u>lignes 476</u> : « Si les gens étaient venus au restaurant ? Eh ben j'aurai gagné déjà 20 % de plus puisque les marges de Deliveroo c'est ça »</p> <p><u>lignes 483 à 484</u> : « on a des fois des clients qui nous commandent 400 – 500 € avec des bouteilles de Champagne à 250 € »</p>		<p><u>lignes 173 à 174</u> : « j'aime bien tester c'était pas mal, c'était bien, en plus l'avantage qu'il y a c'est que vous payez directement par le site, pas le souci de sortir d'espèce, de préparer et tout ça »</p>	<p><u>ligne 361</u> : « C'est obligé que la livraison continue comme ça plus tard »</p> <p><u>ligne 371</u> : « Chez nous ça va exploser »</p>
<p>Le J'Go</p>	<p><u>lignes 59 à 60</u> : « La livraison à domicile pour nous tel qu'on la conçoit, c'est du tout cousu main, c'est que la personne n'a rien à faire, même pas à réchauffer. »</p>	<p><u>ligne 140</u> : « si on doit donner un pourcentage c'est 1 % et 99 % . »</p> <p><u>lignes 594 à 595</u> : « Oui il est à peu près à ça, je voulais le remonter un peu mais non, il sera pas plus haut pour nous, car dans d'autre secteur cela monte à 30 % »</p> <p><u>lignes 641 à 642</u> : « Le chiffre il est pas assez conséquent, pour nous, il est pas assez évolué pour pouvoir assumer quelque chose comme ça. »</p>	<p><u>lignes 64 à 66</u> : « Les gens d'aujourd'hui, de toute façon ne veulent plus cuisinier, plus rien faire, ne pas faire de vaisselle, pas faire réchauffer, il faut que tous soit du tout cuit, les pieds sous la table et voilà. On va vers cette tendance-là. »</p>		<p><u>lignes 770 à 771</u> : « je pense que ça va continuer à progresser différemment parce qu'ils vont rencontrer des soucis. »</p> <p><u>lignes 784 à 787</u> : « ils se feront rattraper. Ça sera à eux de trouver les solutions, car des problèmes ils en auront même s'ils ont tout évacué en faisant des auto-entrepreneurs avec les vélos, que si il y a un accident c'est pour eux, c'est son assurance, ils se sont couverts sur tout, si demain y a plus personne pour aller pédaler, le truc il s'écroule. »</p>

<p>Le Bibent</p>	<p><u>ligne 149 à 150</u> : « La livraison à domicile en un mot, quand ça m'arrive même si je ne suis pas un grand consommateur, le but premier c'est la praticité. C'est-à-dire qu'on fait pas à manger, on passe un coût de téléphone et c'est livré. »</p>	<p><u>lignes 32 à 34</u> : « Actuellement c'est un faible pourcentage (...) mais c'est toujours un petit plus. »</p> <p><u>lignes 125 à 126</u> : « A un moment donné quand il faut aller chercher du chiffre d'affaires là où on en fait pas ben faut tester ce genre de concept là. »</p>	<p><u>ligne 95</u> : « Un maillon oui, déjà faut y adhérer, faut adhérer au concept »</p> <p><u>lignes 103 à 104</u> : « Donc oui c'est un maillon, parce que je vois mal des types de restaurants comme le nôtre se dire je vais me lancer dans la livraison et puis employer quelqu'un, un scooter, machin et l'envoyer à droite à gauche. »</p>	<p><u>lignes 69 à 70</u> : « Moi, je pense que ça répond à une demande et ça va créer une demande qui petit à petit va se développer. »</p>	<p><u>lignes 126 à 127</u> : « Je pense qu'il peut y avoir un avenir après ça dépend de l'âge vu que c'est beaucoup avec un appli, souvent c'est une clientèle jusqu'à cinquante ans. »</p> <p><u>lignes 131 à 133</u> : « Je pense que ça peut pas mal se développer parce que les gens vont prendre de plus en plus l'habitude. Parce que c'est de mieux en mieux fait maintenant il faut que ce soit simple rapide. »</p>
<p>E-Food Student</p>		<p><u>lignes 320 à 323</u> : « Oui c'est clair (...) sur nos contrats et nos conditions générales de vente il est bien spécifié nous sommes uniquement apporteurs d'affaires nous ne touchons en rien les repas qui sont livrés. »</p>	<p><u>lignes 254 à 256</u> : On est là aussi pour aider les restaurateurs qui ont peut-être un peu moins d'expérience sur le marché des étudiants à trouver la bonne offre l'élément qui va faire que l'étudiant va faire qu'il va consommer dans cette pizzeria plutôt qu'une autre ou se restaurant burger plutôt.</p>	<p><u>lignes 386 à 388</u> : Parce que les gens ont de moins en moins le temps de manger, ça c'est le premier aspect, je pense que le deuxième aspect qu'il y a à prendre en compte c'est qu'il y a de plus en plus d'étudiants qui ont la flemme de se faire à manger, des grosses flemmes.</p>	<p><u>lignes 863 à 867</u> : « Ah mais ce n'est même pas un marché d'avenir, c'est un marché déjà à part entière et ça va être un marché qui va être amené à beaucoup se développer, clairement ! Ça j'en suis convaincu. Quand t'as des gros acteurs qui s'y mettent, ils n'y vont pas comme ça aux hasards même si Amazon c'est vrai que des fois tente des trucs... Mais là en l'occurrence, c'est un vrai marché, une vraie tendance qui va être amenée à se développer. »</p> <p><u>ligne 362</u> : « ça montre un réel engouement »</p>

<p>Toulouse A Domicile</p>	<p><u>ligne 243</u> : « En un mot, pratique »</p> <p><u>ligne 245</u> : « Click and eat »</p>	<p><u>ligne 92</u> : « Oui, cela peut aller jusqu'à 5000€ par mois avec nous avec une commission entre 25 et 30 % . »</p>	<p><u>lignes 102 à 105</u> : « Ça serait triste que d'un côté il n'y est que de la livraison par la suite même si je trouve ça très pratique. Je sais que j'ai des restaurants qui m'ont dit qu'on leur a amené des clients sur place. Oui, c'est un moyen de communiquer sur eux après tout ce qui ont pignon sur rues on est un plus pour eux »</p> <p><u>lignes 83 à 88</u> : « Je pense que oui, les intermédiaires ont facilité la diffusion de la livraison à domicile (...) c'est l'arrivée de <i>Deliveroo</i> et <i>Take Eat Easy</i> qui a diffusé la livraison à domicile. (...) Ils ont complètement démocratisé la livraison à domicile avec des images sympas, leurs sites est vraiment sexy, je suis cliente de <i>Deliveroo</i> aussi je les adore. »</p> <p><u>lignes 344 à 345</u> : « Je trouve que ça déshumanise totalement le service, même la livraison de repas c'est trop simple il n'y a plus de contact humain. On est chez soi, tout est trop facile »</p>	<p><u>lignes 47 à 50</u> : « Je pense qu'on s'adresse à une clientèle de jeunes actifs qui ont à priori pas beaucoup de temps et qui ont un certain pouvoir d'achat malgré tout (...). Je pense que c'est surtout la réduction du temps, que les gens ont de moins en moins de temps pour manger.</p> <p><u>lignes 377 à 381</u> : « Alors, déjà je pense qu'il y a la flemme parce que toute la communication joue sur la flemme, le confort et tout ce genre de trucs. Les gens sortent beaucoup sur Toulouse mais il y en a aussi ils sont casaniers et même avec ce sentiment d'insécurité avec les attentats les gens préfèrent rester chez eux. Le climat d'insécurité fait qu'on doit rester chez soi et après il y a le manque de temps. Il y a des gens qui arrivent chez eux à 21 heures et là c'est normal ils n'ont pas envie de se faire à manger. »</p>	<p><u>lignes 141 à 143</u> : « Je pense que ça va perdurer. Peut-être que ça va s'estomper peut-être je pense que ça va rester c'est vrai que quand on prend l'habitude c'est quand même pratique quoi mais je pense que ça va rester. C'est difficile à dire quand même. »</p>
--	---	---	--	---	---

<p><i>Sondage clients : 403 réponses</i></p>			<p>Pour 72 % des répondants, ils se font livrer du vendredi au dimanche et à 97,3 % pour le dîner. Pour 89 % des individus utilisateurs cela correspond à des raisons de praticités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rapidité - Ne pas avoir à faire à manger - Le confort de la maison <p>54 % des clients consommateurs ce font livrer via des intermédiaires de la livraison de repas à domicile tel que <i>Deliveroo, Foodora, Allo Resto...</i></p>	
--	--	--	---	--

Annexe P : Exemple de repas livré par Deliveroo : contenant et présentation

Poke bowl saumon avocat



GLOSSAIRE

Click and Eat : La population de plus en plus connectée grâce aux smartphones, internet et applications commandent en un clic et se font livrer chez eux.

FoodTech : C'est le fait de commander son mets, son repas, sur la plateforme numérique de l'intermédiaire de la livraison à domicile.

Plateforme numérique : C'est un service occupant une fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations, contenus services ou biens édités ou fournis par des tiers. Ici, dans notre projet, c'est un service qui permet de faire le lien avec le restaurateur afin de commander.

Application : Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et exécutable à partir du système d'exploitation d'un smartphone ou d'une tablette.

Praticité : C'est le fait d'être commode

Synergie : Association de plusieurs organes pour l'accomplissement d'une fonction physiologique. Mise en commun de plusieurs actions concourant à un effet unique et aboutissant à une économie de moyens. Pour la livraison de repas à domicile par intermédiaire, il est nécessaire de trouver une synergie des trois acteurs de cette livraison.

Apporteur de chiffre d'affaires : Qui permet de réaliser du chiffre d'affaires

Intermédiaire : Toute personne physique ou morale qui intervient entre deux autres pour leur servir de lien, pour les mettre en rapport.

BIBLIOGRAPHIE

- **BECKER** Howard S. *Les Mondes de l'art*, **1990**
- **COLLECTIF**. *La livraison de repas à domicile*, Législation et réglementation guides de bonnes pratiques d'hygiène **2012**
- **DE SARDAN** Jean Pierre Olivier. *Anthropologie et développement*, **1995**, p 77
- **GRONOV** Yucca. *L'encyclopédie méthodique*, **XVIII^o siècle**

SITOGRAPHIE

- **ALBERT** Éric. *Vent de révolte contre les Start up au Royaume Uni*. Le monde, 9 Janvier **2017**. Disponible sur : <http://www.lemonde.fr>
- **ANDRE** Pierre. *4 leçons sur la fin de Take Eat Easy*. Frenchweb, 22 Août **2016**. Disponible sur : <http://www.frenchweb.fr>
- **BIANCHI** Frédéric. *La livraison de repas à domicile passe à la vitesse supérieure*. BFM Business, 13 Août **2015**. Disponible sur : <http://bfmbusiness.bfmtv.com>
- **BRISSART** Violaine. *Faut-il avoir peur de l'ubérisation ?* Journal L'Hôtellerie Restauration, 4 Janvier **2016**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- **BRISSART** Violaine. *Domino's mise sur les drones*. Journal L'Hôtellerie Restauration, 3 Octobre **2016**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- **DELENEUVILLE** Matthieu. *La livraison à la carte, la future recette du succès*. JDN, 27 Septembre **2015**. Disponible sur : <http://www.journaldunet.com>
- **DESCHAMPS** François. *En plein ébullition, le marché de la livraison de repas aiguise les appétits*. LSA, 18 Décembre **2015**. Disponible sur : <http://www.lsa-conso.fr>
- **FAUCONNIER** Flore. *Qui ressortira vainqueur de la bataille de la livraison de repas à domicile ?* JDN, 28 Août **2015**. Disponible sur : <http://www.journaldunet.com>
- **FONTAINE** Gilles. *Rocket Internet, l'usine à Start-up allemande qui fait des miracles*. Challenges, 25 Juin **2015**. Disponible sur : <https://www.challenges.fr>
- **FRETAUD** Sylvia. *Les drones : l'avenir de la livraison à domicile ?* Resto connection, 15 Décembre **2016**. Disponible sur : <http://www.restoconnection.fr>
- **GUERRIER BUISINE** Vanessa. *Amazon nouvel acteur de la restauration à domicile*. Journal L'Hôtellerie Restauration, 11 Septembre **2015**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- **LECOMTE** Sophie. *L'entrée des géants du web dans la restauration*. Resto connection, 22 Décembre **2015**. Disponible sur : <http://www.restoconnection.fr>

- **LECOMTE** Sophie. *Le marché de la restauration livrée en France*. Resto connection, 29 Mars **2016**. Disponible sur : <http://www.restoconnection.fr>
- **LEMOINE** Nadine. *Par ce que les clients comptent*. Journal L'Hôtellerie Restauration, 20 Avril **2016**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- **LONGEAU** Thierry. *Web to store : D'internet au point de vente*. Journal L'Hôtellerie Restauration, 29 Juillet **2016**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- **LUTAUD** Lena. *Le meilleur de la restauration livré à la maison*. Le figaro, 26 Septembre **2015**. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/gastronomie>
- **LY** Anaïs. *Les start-ups de livraison à domicile : L'analyse d'un business model réussi*. Mti review, 14 Mars **2016**. Disponible sur : <http://mti-review.com>
- **MACE** Gérald. *La méthode Nomeac : détecter les besoins*. Dynamique Mag, 16 Mai **2013**. Disponible sur : <http://www.dynamique-mag.com>
- **MACE** Gérald. *Comment évaluer le marché potentiel de votre produit ou service ?* Dynamique Mag, 19 Juillet **2013**. Disponible sur : <http://www.dynamique-mag.com>
- **MALET** Géraldine. *Quand la restauration se met en ligne avec LivePepper*. Resto connection, 9 Novembre **2015**. Disponible sur : <http://www.restoconnection.fr>
- **MENANTEAU** Christian. *Le marché de la livraison de repas est en plein boom*. RTL, 14 Octobre **2015**. Disponible sur : <http://www.rtl.fr>
- **UDOL** Sandrine. *Le marché de la livraison à domicile en plein essor*. Cotraitance, 8 Février **2014**. Disponible sur : <http://blog.cotraitance.com>
- **PINAY-RABAROUST** Franck. *La livraison de repas à domicile en France : un marché hautement convoité*. Atabula, 6 Avril **2016**. Disponible sur : <http://www.atabula.com>
- **RAULINE** Nicolas. *Livraison de repas à domicile une ruée vers l'or des investisseurs*. Les Echos, 13 Septembre **2015**. Disponible sur : <https://www.lesechos.fr>
- **RAYNAL** Adeline. *Livraison alimentaire : Delivery Hero met la main sur le leader turc pour 589 millions de dollars*. Frenchweb, 5 Mai **2015**. Disponible sur : <http://www.frenchweb.fr>
- **RIOUX** Philippe. *Le boom de la livraison de repas à domicile*. La DEPECHE, 8 Septembre **2016**. Disponible sur : <http://www.ladepeche.fr>

- **VITAUD** Laetitia. *La guerre des FoodTech : bonne nouvelle pour les restaurants ?* Will be group, 18 Avril **2016**. Disponible sur : <http://www.willbegroup.com>
- **VISSEYRIAS** Mathilde. *Livraison de repas à domicile : une opportunité de croissance pour les restaurateurs.* Le figaro, 20 Mai **2016**. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr>
- *Deliveroo lève 248 Millions d'euros.* Journal L'Hôtellerie Restauration, 9 Août **2016**. Disponible sur : <http://www.lhotellerie-restauration.fr>
- *A Melbourne, des sandwiches livrés par parachutes.* Pages jaunes, 18 Mars **2015**. Disponible sur : <https://businesscenter.pagesjaunes.fr>
- *Google : Le géant américain se lance dans la livraison de repas à domicile.* 20 minutes, 11 Mai **2015**. Disponible sur : <http://www.20minutes.fr>
- *3 avantages de la livraison de repas à domicile.* Blog resto malin, 14 Août **2016**. Disponible sur : <http://restomalin.com>
- *Un marché à surveiller : la livraison de repas à domicile.* Dynamique mag, 23 Août **2015**. Disponible sur : <http://www.dynamique-mag.com>
- *Livraison à domicile.* E-Commerce mag, 2 Mai **2016**. Disponible sur : <http://www.ecommercemag.fr>
- *La restauration full stack : l'autre facette de la delivery ?* Le web c'est food, 29 Novembre **2016**. Disponible sur : <http://lewebcestfood.fr>

VIDEOGRAPHIE

- **CHASSE** Céline. *Allo j'ai faim ! Repas à domicile*. You Tube, 2 Mars **2015**.
Disponible sur : <https://www.youtube.com>
- **COUASNON** Sébastien. *Qu'est ce qui explique le boom de la livraison de repas à domicile ?* BFM vidéo, 10 Novembre **2015**. Disponible sur :
<http://bfmbusiness.bfmtv.com>
- **HONRADO** Christine. *Ubérisation de l'économie, comment fonctionnent ces nouveaux jobs ?* You Tube, 11 Avril **2016**. Disponible sur :
<https://www.youtube.com>
- **MOLLO** Pascale. *Le Boom de la livraison de repas à domicile*. Xerfi, 3 Mars **2016**. Disponible sur : <http://www.xerfi-precepta-strategiques-tv.com>
- **TARDIEU** Axel. *Deliveroo, Foodora, qui survivra ?* Arte, 24 Janvier **2017**.
Disponible sur : <http://info.arte.tv>

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Evolution du marché de la livraison à domicile	16
Figure 2 : Répartition économique d'une commande sur la base du modèle « semi-intégré »	21
Figure 3 : Triangle de la qualité de la livraison de mets	71
Figure 4 : Synergie de la livraison de repas à domicile par intermédiaire	72
Figure 5 : Représentation des trois acteurs indispensables de la livraison de repas à domicile par intermédiaire	77

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Caractéristiques des intermédiaires utilisant le « modèle semi-intégré »	20
Tableau 2 : Caractéristiques des intermédiaires utilisant le « modèle historique »	23

TABLE DES ANNEXES

Annexe A : Infographie « La livraison de repas qui fait gagner aux restaurants" », CHD Expert	80
Annexe B : Victime de leur succès, refus de livraison	81
Annexe C : Publicité Allo Resto avec comme slogan « La cuisine d'un restaurant, le confort de la maison »	82
Annexe D : Exemples de coupons distribués dans les centres villes en France	83
Annexe E : Entretien Pimp My Burger	85
Annexe F : Entretien avec un livreur de Deliveroo	107
Annexe G : Entretien avec un cabinet de consultant	115
Annexe H : Entretien Duck Me	117
Annexe I : Entretien J'Go	133
Annexe J : Entretien La Villa Tropézienne	147
Annexe K : Entretien Le Bibent	157
Annexe L : Entretien E-Food Student	160
Annexe M : Entretien Toulouse A Domicile	176
Annexe N : Questionnaire clients	183
Annexe O : Tableau de confrontation des entretiens et des hypothèses	187
Annexe P : Exemple de repas livré par Deliveroo : contenant et présentation	193

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	6
SOMMAIRE	7
INTRODUCTION	8
PARTIE 1 – L’engouement du phénomène de la restauration livrée	11
<i>Chapitre 1 - La genèse de la livraison de repas à domicile</i>	12
<i>Chapitre 2 - Les modèles économiques</i>	16
1. La livraison par ses propres moyens	17
2. Le modèle « semi-intégré »	18
3. Un système de relation, le modèle « historique »	22
<i>Chapitre 3 - Hygiène et sécurité alimentaire</i>	24
<i>Chapitre 4 - Un marché convoité</i>	25
1. Une guerre des FoodTech	25
2. Un premier échec	29
<i>Chapitre 5 - Les nouvelles technologies au service de la livraison de repas à domicile</i> .	30
1. L’arrivée des drones	30
2. La mode des applications mobiles	31
3. L’arrivée de nouveaux services	34
<i>Chapitre 6 - Le profil du consommateur, une sociologie complexe</i>	36
PARTIE 2 – Procédures et méthodologie du projet	40
<i>Chapitre 1 - Etudes préliminaires</i>	41
1. Le choix du thème	41
2. L’élaboration de la problématique	44
2.1. Une demande apte	45
2.2. La dynamique du marché	45
2.3. Un tissu économique nécessaire au développement	45
<i>Chapitre 2 - La conception de nos hypothèses</i>	46
<i>Chapitre 3 - Les outils requis</i>	51
1. Les entretiens exploratoires	51
2. Les entretiens qualitatifs	51
2.1. Entretiens des restaurateurs	51

2.2. Entretiens des intermédiaires	54
3. Les entretiens quantitatifs	56
PARTIE 3 – Analyse des études réalisées.....	60
<i>Chapitre 1</i> - Tableau de confrontation des entretiens et hypothèses	62
<i>Chapitre 2</i> - Analyse horizontale des entretiens	63
1. <i>Duck Me</i> , restaurant fast-casual.....	63
2. <i>J’Go</i> , restaurant traditionnel	64
3. <i>La Villa Tropézienne</i> , restaurant traditionnel méditerranéen	64
4. <i>Le Bibent</i> , restaurant bistronomique orienté gastronomique	65
5. <i>Toulouse A Domicile</i> , intermédiaire de la livraison de repas à domicile.....	65
6. <i>E-Food Student</i> , intermédiaire de la livraison de repas à domicile pour étudiants	67
7. Les clients, acteurs essentiels	68
<i>Chapitre 3</i> - Analyse verticale	68
1. Définition de la livraison de repas à domicile	68
2. L’avenir du marché de la restauration	68
<i>Chapitre 4</i> - Réponses aux hypothèses.....	69
1. Hypothèse Restaurateur : La livraison à domicile est un apporteur de chiffre d’affaires.....	69
2. Hypothèse Intermédiaire : Les intermédiaires sont le maillon de la synergie de la livraison de repas à domicile	70
3. Hypothèse Client : La livraison de repas à domicile répond à une question de praticité.....	71
<i>Chapitre 5</i> - Les préconisations	73
CONCLUSION.....	76
ANNEXES.....	79
GLOSSAIRE	194
BIBLIOGRAPHIE	195
SITOGRAPHIE	196
VIDEOGRAPHIE.....	199
TABLE DES FIGURES	200
TABLE DES TABLEAUX.....	200
TABLE DES ANNEXES.....	201
TABLE DES MATIERES	202

RESUME

La livraison de repas à domicile est un phénomène grandissant en France, nous sommes de plus en plus nombreux à consommer ce service. De nombreux intermédiaires sont sur le marché et ne cessent d'essayer d'en prendre la première place. Il est possible que dans quelques années, il n'en reste plus qu'un.

Le fait de consommer ce service de livraison de repas amène à la notion de praticité. Le consommateur cherche donc à s'alimenter de produits de bonne qualité tout en ayant le confort de la maison. Celui-ci est au centre de la synergie de la livraison de repas à domicile avec deux autres acteurs, qui sont le restaurateur et l'intermédiaire. Ce développement rapide de ces start-ups est justifié par un énorme travail de marketing, de communication, et une praticité pour le client avec une simplicité de fonctionnement des applications et sites très intuitifs.

D'abord utilisés par quelques restaurants, il est aujourd'hui présent dans de nombreux établissements de restauration de toutes catégories confondues : de la street food au gastronomique. Cette augmentation du nombre de restaurants partenaires est justifiée par l'apport de chiffre d'affaires pour les restaurateurs.

Dans ce projet, nous avons interprété la construction de la diffusion de la livraison à domicile par intermédiaire en France.

ABSTRACT

The delivery of meal at home is a phenomenon growing in France, we are more and more numerous to consume this service. Numerous intermediaries are on the market and don't stop trying to take the first place. It is possible that in a few years, only one remains.

The fact of consuming this delivery's service of meal brings to the notion of practicality. The consumer thus tries to feed with products of good quality while having the comfort of house. This one is in the center of the synergy of the delivery of meal at home with two other actors, who are the restaurant owner and the intermediary. This fast development of these start-ups is justified by an enormous work of marketing, communication, and a practicality for the customer with a simplicity of functioning applications and very intuitive sites.

At first used by some restaurants, it is present in numerous establishments of catering today across all categories, from the street food to the gastronomic. This increase of the number of restaurant's partners is justified by the contribution of sales for the restaurant owners.

In this project, we interpreted the construction of the distribution of the home delivery by intermediary in France.