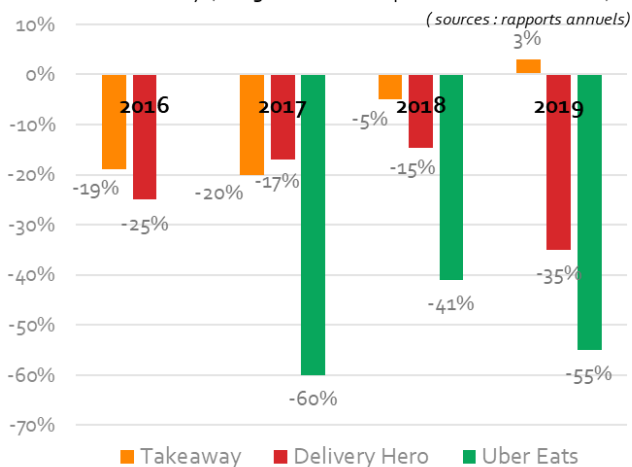


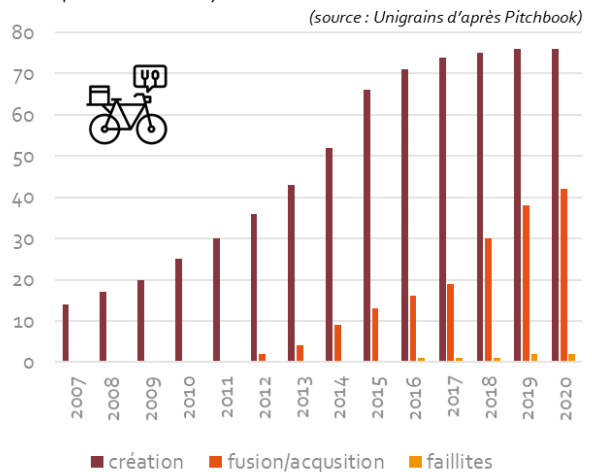
Les Instantanés d'Unigrains

Le *delivery* se concentre et cherche sa rentabilité

Graphique 1 : évolution de la rentabilité de 3 principaux acteurs du *delivery* (marge d'EBITDA exprimée en % du revenu)



Graphique 2 : dynamique de création, fusion et faillites des entreprises du *delivery* dans le monde



L'activité de livraison de repas à domicile était déjà en forte croissance avec un rythme moyen de **+20% par an**, mais le confinement lui a donné un véritable coup d'accélérateur. En France selon IRI 360, le *delivery* a observé un pic à **+60% au mois de mai 2020** par rapport à mai 2019. Cette tendance est confirmée par les annonces des leaders du secteur avec pour le premier semestre 2020 avec un doublement de l'activité de *Uber Eats* ou *Delivery Hero* à l'échelle mondiale. Malgré une activité boostée par le maintien à domicile des consommateurs pendant le confinement, les acteurs du *delivery* ne parviennent pas à relever le défi structurel de la rentabilité (cf. graphique 1) et conservent **des marges négatives** sur la période.

L'année 2020 est également témoin d'une consolidation du secteur qui s'accélère. Le levier de la concentration est mobilisé depuis quelques années par les acteurs pour atteindre la rentabilité. Ils visent ainsi à amortir leurs coûts fixes de développement informatique ou marketing sur un plus grand nombre de commandes. Alors que le nombre de création d'entreprises dans le secteur stagne depuis 2017, les fusions/acquisitions sont en croissance (cf. graphique 2) et font émerger des acteurs de rang régional voire mondial. Différentes opérations marquantes ayant eu lieu en 2020 témoignent de la concentration en cours :

- **Takeaway** a fait l'acquisition en juin de *Grubhub* (#1 aux USA)
- **Delivery Hero** a fait l'acquisition en septembre des activités de *Glovo* en Amérique Latine, en avril de *Woowa Brothers* (Corée du Sud), s'est lancé sur le marché japonais et s'est retiré du marché canadien.
- **Uber Eats** s'est retiré du marché indien et a fait l'acquisition en juillet de *Postmates* (#3 aux USA).

Dans un contexte de future crise économique et de **pouvoir d'achat contraint des consommateurs** ; le surcoût lié à la livraison de repas constituera un frein au développement du *delivery*. Cette situation rend la résolution du problème de rentabilité encore plus urgente pour les acteurs du secteur.

Cet instantané est extrait d'une étude d'Etienne Jobard présentée aux Rencontres d'Unigrains du 8 octobre 2020. L'étude complète est disponible en accès limité sur notre site internet.

Auteur : Etienne JOBARD – tél. : 01 44 31 16 35 – ejobard@unigrains.fr – Date de Publication : Octobre 2020

* Note : Ce sujet a été traité lors des Rencontres Unigrains du 8 octobre 2020

Avertissement : La présente note a été réalisée par la Direction des Études Économiques d'UNIGRAINS à partir de données publiques. La société UNIGRAINS ne saurait être en aucun cas tenue responsable d'éventuelles erreurs, inexactitudes, et de toutes leurs conséquences directes et indirectes.

Copyright : Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans la permission écrite d'UNIGRAINS.
© UNIGRAINS – 23 AVENUE DE NEUILLY, 75116 PARIS – WWW.UNIGRAINS.FR