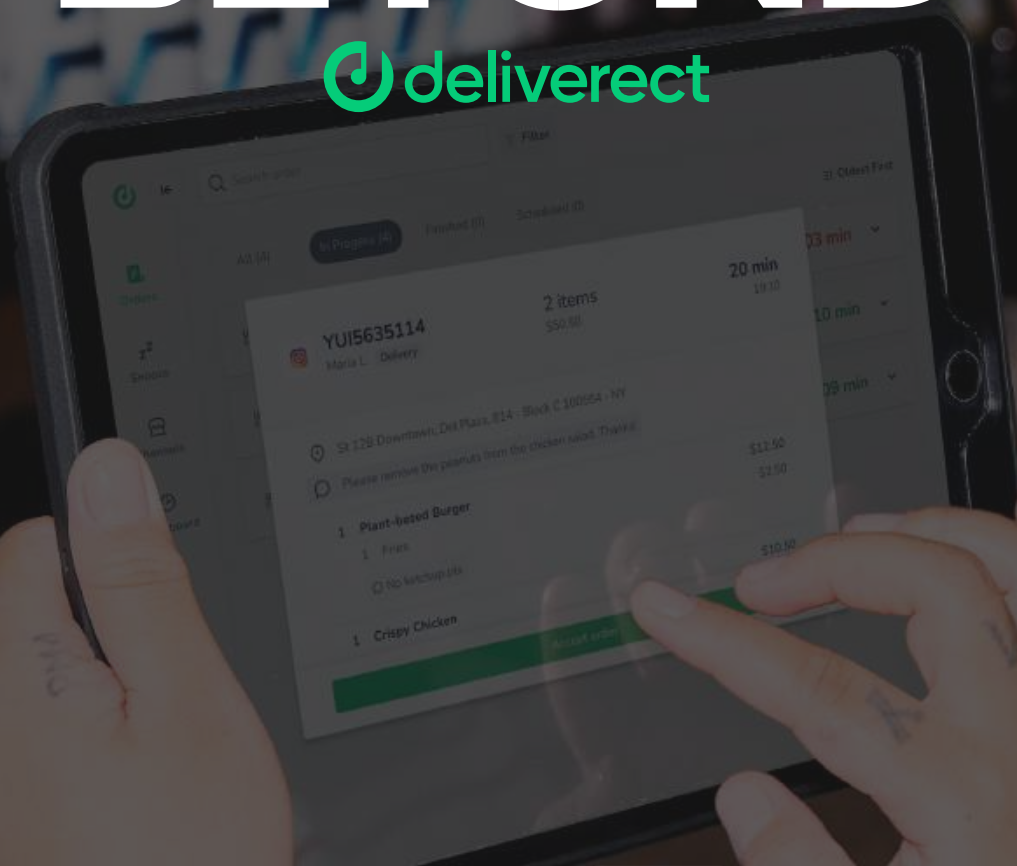


2025 AND BEYOND



**PRÉDICTIONS D'EXPERTS
POUR UN AVENIR EN PLEINE
TRANSFORMATION**



VERS UNE **NOUVELLE ÈRE** DE LA RESTAURATION



1

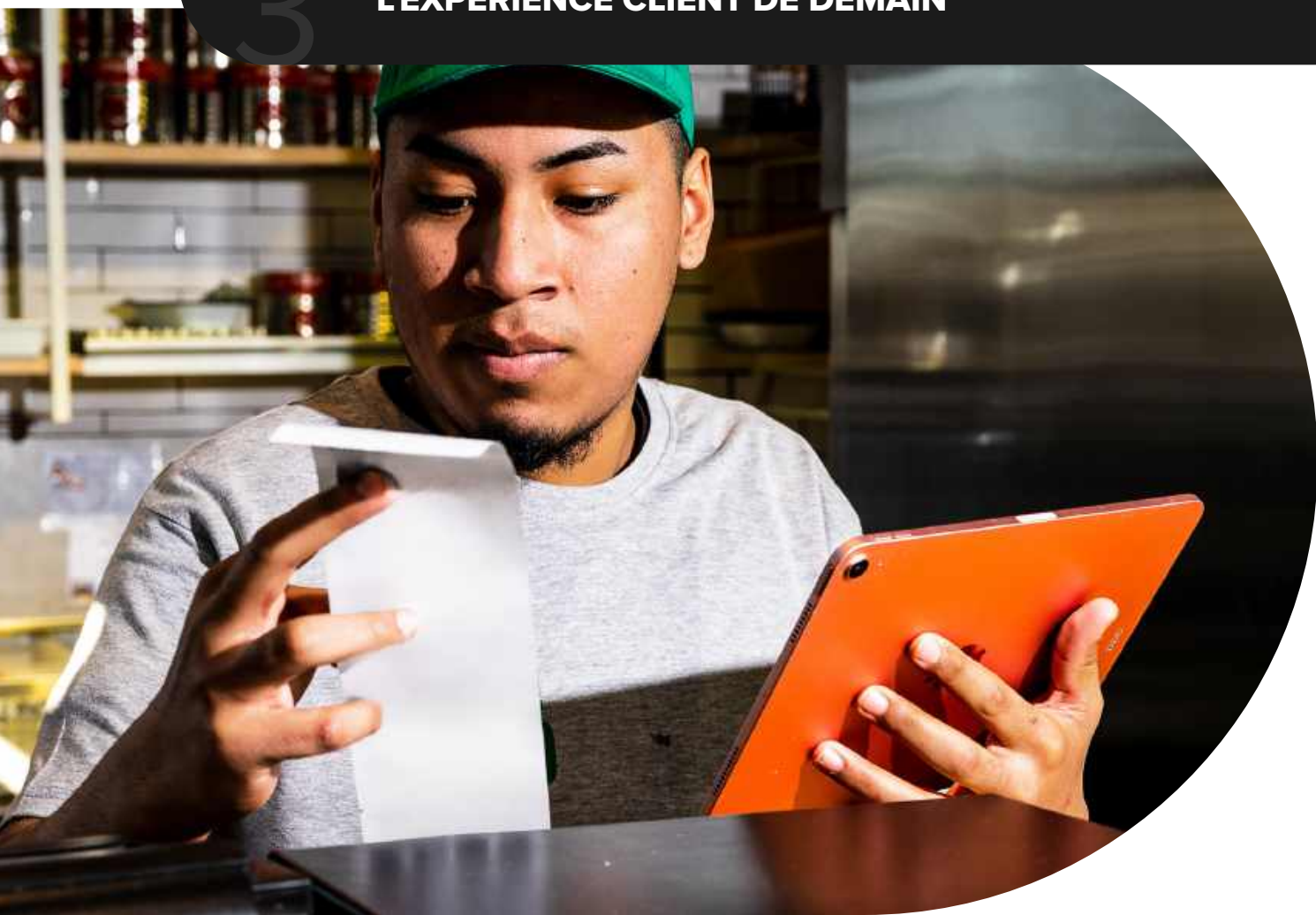
**NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES PROPULSÉS
PAR LA TECHNOLOGIE : OÙ SE DIRIGE L'INDUSTRIE ?**

2

**RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES
CONSUMMATEURS EN RECHERCHE DE
BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX**

3

**PERSONNALISATION ET IA : RÉINVENTER
L'EXPÉRIENCE CLIENT DE DEMAIN**





VERS UNE NOUVELLE ÈRE DE LA RESTAURATION

20
25

L'industrie de la restauration est en pleine mutation. Les avancées technologiques, les évolutions des habitudes de consommation et l'adoption massive des outils digitaux redéfinissent la façon dont les entreprises opèrent et interagissent avec leurs clients à travers le monde.

Ce rapport propose des insights indispensables sur l'évolution des commandes en ligne et de la gestion des restaurants pour les leaders visionnaires qui souhaitent anticiper ces changements.

La plupart des informations présentées dans ce rapport proviennent du Deliverect Digital Ordering Summit en septembre 2024. Lors de cet événement, plus de 50 leaders de grandes marques ont partagé leurs stratégies et leur vision de l'avenir.

PARMI LES GRANDES MARQUES PRÉSENTES AU DELIVERECT DIGITAL ORDERING SUMMIT :

★ PRET ★

POPEYES
LOUISIANA KITCHEN

PAPA
JOHNS

 Little Caesars



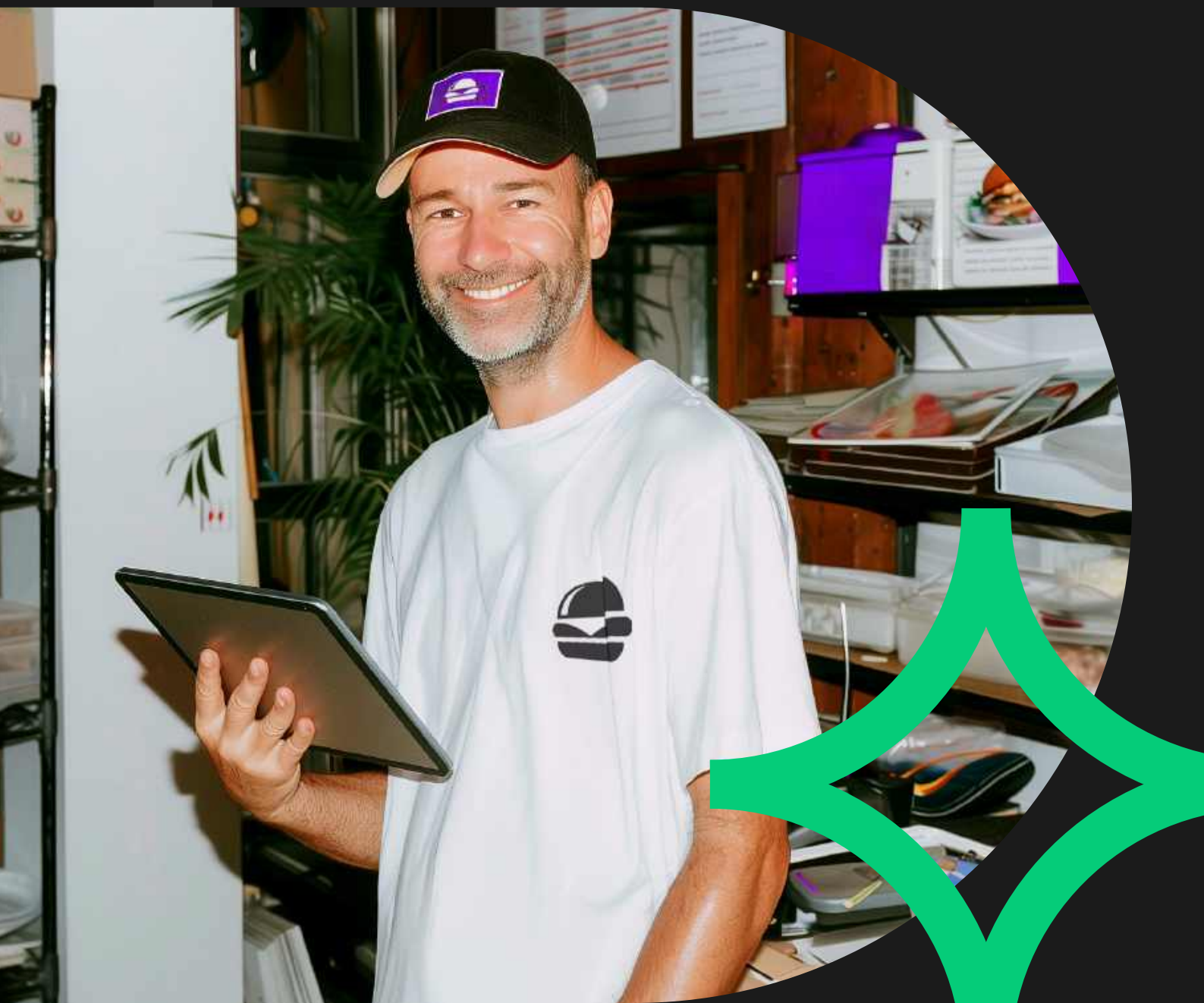
Ces marques de renom ne se contentent pas d'observer les tendances : elles les mettent en œuvre. Par exemple, les leaders du secteur peuvent s'inspirer du succès de Papa John's dans l'optimisation de ses opérations grâce aux solutions digitales.

Le rapport est également enrichi de données provenant d'organismes clés du secteur tels que la National Restaurant Association (NRA), le Modern Restaurant Magazine, FSTEC 2024, et d'autres, offrant ainsi une vision complète des perspectives de l'industrie.

Faites de ce rapport votre guide vers un avenir prometteur. Les insights et stratégies que vous y découvrirez vous aideront à relever les défis et à saisir les opportunités dans l'industrie de la restauration en 2025 et au-delà.



NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES PROPULSÉS PAR LA TECHNOLOGIE : OÙ SE DIRIGE L'INDUSTRIE ?





NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES PROPULSÉS PAR LA TECHNOLOGIE : OÙ SE DIRIGE L'INDUSTRIE ?

La technologie progresse à grande vitesse, transformant profondément l'industrie de la livraison. Des modèles économiques innovants, des expansions de franchises à un rythme effréné, et des collaborations entre secteurs redéfinissent la manière dont les marques se développent, opèrent et se connectent avec les consommateurs

Découvrons les principaux moteurs de cette évolution et les opportunités qui s'ouvrent pour les entreprises à travers le monde.

ACCÉLÉRER LA CROISSANCE DES FRANCHISES GRÂCE À LA TECHNOLOGIE

L'expansion internationale des franchises s'accélère grâce à la technologie, qui aide à garantir la cohérence de la marque tout en s'adaptant aux marchés locaux. Des outils digitaux comme les systèmes de caisse, bornes en libre-service et plateformes de livraison y contribuent fortement.

Le Sommet Global de la Commande Digitale a souligné que l'usage stratégique de la technologie permet aux franchises d'optimiser leurs opérations, de maintenir des standards élevés et de personnaliser l'expérience client par établissement.



“Avec toutes ces nouvelles technologies — plateformes de commande, agrégateurs de livraison, commandes en ligne, bornes interactives, et bien plus encore, il nous faut une plateforme unique pour intégrer toutes ces solutions au même endroit.”

FIVE GUYS

MOHAMMAD SAMHA

CHIEF TECHNOLOGY OFFICER
FIVE GUYS



COLLABORATIONS ENTRE SECTEURS : UNE NOUVELLE DONNE

Les frontières entre retail, épicerie et restauration s'effacent, ouvrant la voie à de nouvelles sources de revenus et d'innovation. Les plateformes de livraison élargissent leur champ d'action vers le commerce de détail et l'épicerie, permettant aux marques d'atteindre de nouveaux clients et d'explorer de nouveaux relais de croissance.

Les chaînes de restauration rapide, par exemple, saisissent l'opportunité de s'associer avec des marques de retail pour lancer des promotions croisées, attirant ainsi plus de clients et renforçant leur fidélité. Ces collaborations révolutionnent l'expérience client, en offrant un accès simplifié à une vaste gamme de produits et services sur une seule plateforme.



UNE CONCURRENCE ACCRUE PORTÉE PAR LA TECHNOLOGIE DANS LES SECTEURS DE L'ÉPICERIE ET DES REPAS PRÊTS À CONSOMMER

Les distributeurs investissent massivement dans la technologie pour entrer sur le marché de la livraison alimentaire, posant à la fois des défis et des opportunités pour les chaînes de restauration rapide QSR.

Les repas prêts à consommer (RTE) se développent rapidement, avec supermarchés et marques de proximité s'associant aux plateformes de livraison pour offrir des options rapides et de qualité.



Au Royaume-Uni et aux États-Unis, les grandes chaînes de supermarchés se lancent dans la vente de kits repas et plats prêts à consommer via des plateformes de livraison pour conquérir ce marché.

Face à cette concurrence, les restaurants traditionnels doivent innover, améliorer la commodité, et explorer de nouveaux canaux pour répondre aux attentes changeantes des consommateurs.



CONQUÉRIR LE MONDE TOUT EN RESPECTANT LES SPÉCIFICITÉS LOCALES

Les marques mondiales doivent offrir une expérience cohérente tout en s'adaptant aux spécificités locales. Grâce aux écosystèmes technologiques avancés, les franchises peuvent maintenir leurs standards tout en personnalisant les services selon les préférences régionales.

La technologie fournit des données en temps réel pour aligner les pratiques locales avec les valeurs globales de la marque. À l'avenir, la croissance sera portée par la technologie, des partenariats intersectoriels et des modèles de franchise agiles. Les marques qui adopteront ces innovations répondront mieux à la demande croissante de commodité, personnalisation et qualité.



RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EN RECHERCHE DE BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX





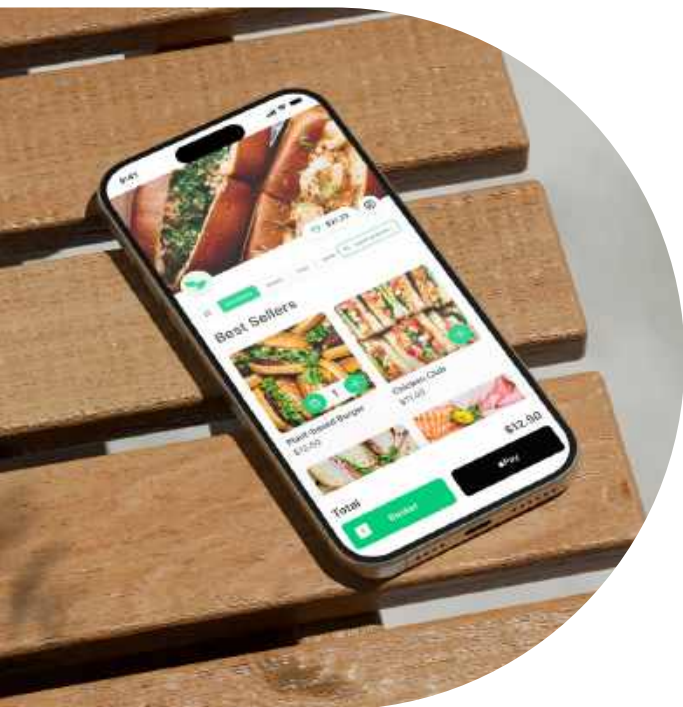
RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Les marques les plus malines répondent aux attentes changeantes des consommateurs soucieux de leur budget et en quête d'expériences. Voici les principales tendances qui redéfinissent l'industrie.

REDÉFINIR LE BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX

Dans le contexte économique actuel, la notion de valeur a évolué. Plutôt que de chercher la solution la moins chère, les consommateurs recherchent une valeur qui combine qualité et expérience à un prix juste.

Cela marque un éloignement d'une logique de baisse des prix à tout prix. Il s'agit d'une prise de conscience généralisée dans l'industrie : maintenir un avantage concurrentiel nécessite bien plus que des réductions de prix.



RÉPONDRE À DES ATTENTES PLUS ÉLEVÉES AVEC DES MENUS AXÉS SUR LE BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX

En dépit de l'inflation élevée, les consommateurs restent exigeants en matière de qualité et de service exceptionnel. Les restaurateurs doivent innover en proposant des menus qui allient abordabilité et qualité.

Le défi réside dans la création d'offres qui répondent au désir de valeur des clients sans compromettre la qualité ou l'attrait de l'expérience culinaire.



“
L’année prochaine, la concurrence sera féroce. Les clients attendront plus, même si leur budget est serré. Ils exigeront des expériences de qualité, un service irréprochable et une livraison rapide.
”



PETER PORLING

HEAD OF DIGITAL GUEST EXPERIENCE
MAX BURGERS



Cela met en lumière une tendance plus large : les restaurants se battent désormais sur deux fronts, le prix et l’expérience client.

LA DEMANDE CROISSANTE POUR LES COMMANDES EN ENTREPRISE

Avec le retour des employés au bureau après la pandémie, la demande de solutions de repas pratiques pendant les heures de travail a explosé. Le rapport 2024 “Feeding the Workplace” de la [National Restaurant Show](#) révèle une augmentation de 32 % des programmes de repas pour les employés, en comparaison à l’année précédente.

Cette tendance représente une opportunité cruciale pour les opérateurs de la restauration : capter le public des bureaux signifie davantage de commandes et un trafic plus régulier à l’heure du déjeuner. Les commandes au bureau ne se limitent pas à la livraison de repas : il s’agit de devenir un élément clé de l’expérience au travail, en offrant fiabilité, variété et simplicité.





“ Nous constatons une forte augmentation des commandes pour les déjeuners en entreprise. Ce n’est pas simplement une question de nourrir les équipes. Il s’agit de proposer des repas pratiques, rapides et agréables. ”

**PIZZA
PILGRIMS**

TOM SMITH

OPERATIONS DIRECTOR
PIZZA PILGRIMS UK

“ Les grandes commandes pour les entreprises et les solutions de livraison en marque blanche seront l’avenir pour nous. Ces commandes sont plus volumineuses, avec une valeur moyenne plus élevée, et elles sont plus rentables. ”



NATALIA SALGADO

HEAD OF DELIVERY
JOE & THE JUICE



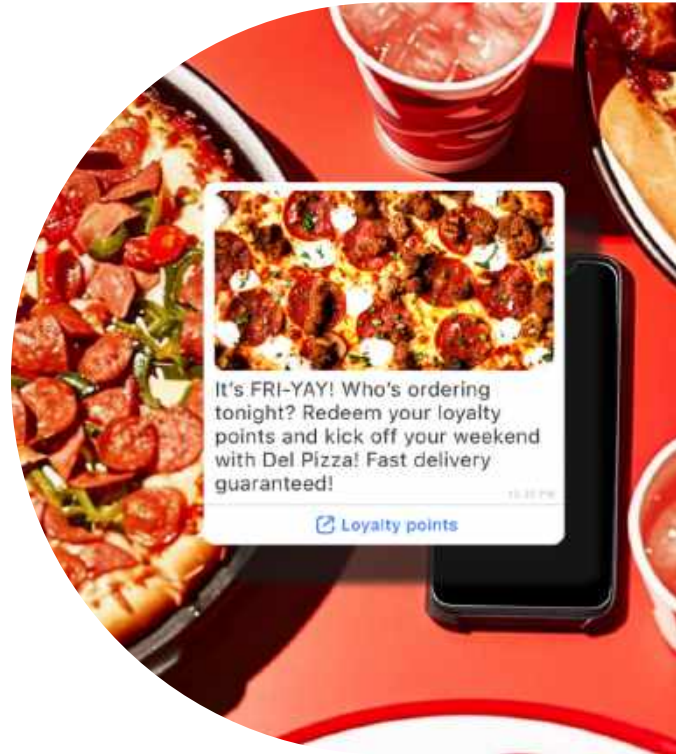


LA FIDÉLITÉ AVEC DES AVANTAGES : UNE NOUVELLE ÈRE DE RÉENGAGEMENT

Le concept des programmes de fidélité a évolué. Fini le temps où l'on se contentait de cumuler des points. Aujourd'hui, les consommateurs attendent des bénéfices concrets, comme des réductions, des articles exclusifs ou des surprises.

Cette évolution des attentes a propulsé le succès des programmes de fidélité gratuits, comme ceux de McDonald's et Starbucks, où les récompenses sont immédiates.

Selon [Modern Restaurant Magazine](#) : « Le client fidèle est l'âme de tout restaurant, et les programmes d'adhésion peuvent surpasser les programmes de fidélité traditionnels pour encourager ces retours. »



Les restaurateurs doivent donc repenser leur approche de la fidélité, en créant des interactions qui encouragent les clients à revenir non seulement pour la qualité de la nourriture, mais aussi pour l'expérience et les avantages qu'ils en retirent.



L'EXIGENCE CROISSANTE POUR DES EXPÉRIENCES QSR DE QUALITÉ

Sous l'effet de la pression économique et de l'évolution des préférences, de nombreux consommateurs se tournent désormais vers les restaurants à service rapide (QSR) plutôt que vers les établissements traditionnels. Mais cette tendance n'implique pas de baisse des attentes.

Les consommateurs exigent toujours de la qualité, un service rapide et une expérience agréable, même dans un environnement à rythme soutenu. Les QSR doivent donc élever leur niveau pour répondre à ces nouvelles exigences sans

PERSONNALISATION ET IA : RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT DE DEMAIN





PERSONNALISATION ET IA : RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT DE DEMAIN

La rapidité et la commodité sont des attentes de base pour les consommateurs d'aujourd'hui, mais pour vraiment se différencier, les restaurants doivent transformer chaque interaction en une expérience personnalisée et significative. Dans un marché de plus en plus concurrentiel, l'hyper-personnalisation, soutenue par les données et l'IA, devient le nouveau standard pour fidéliser les clients. **L'enjeu n'est plus seulement d'adopter l'IA, mais de l'exploiter pour créer des interactions plus profondes et pertinentes, bien au-delà d'une simple personnalisation superficielle.**



L'HYPER-PERSONNALISATION GRÂCE AUX DONNÉES

Les consommateurs attendent désormais des expériences sur mesure, où leurs préférences sont anticipées. En utilisant les données et l'analyse prédictive, les restaurants peuvent deviner les désirs de leurs clients avant même qu'ils ne les expriment.

Cela pourrait se traduire par la suggestion d'articles en fonction des achats précédents, des promotions personnalisées, ou encore des ajustements en temps réel de l'expérience en fonction des données recueillies.



“ Les clients attendent davantage de fidélité, des réductions, des avantages, et des nouveautés au menu. Ils veulent plus de nous sans nécessairement vouloir payer plus. ”



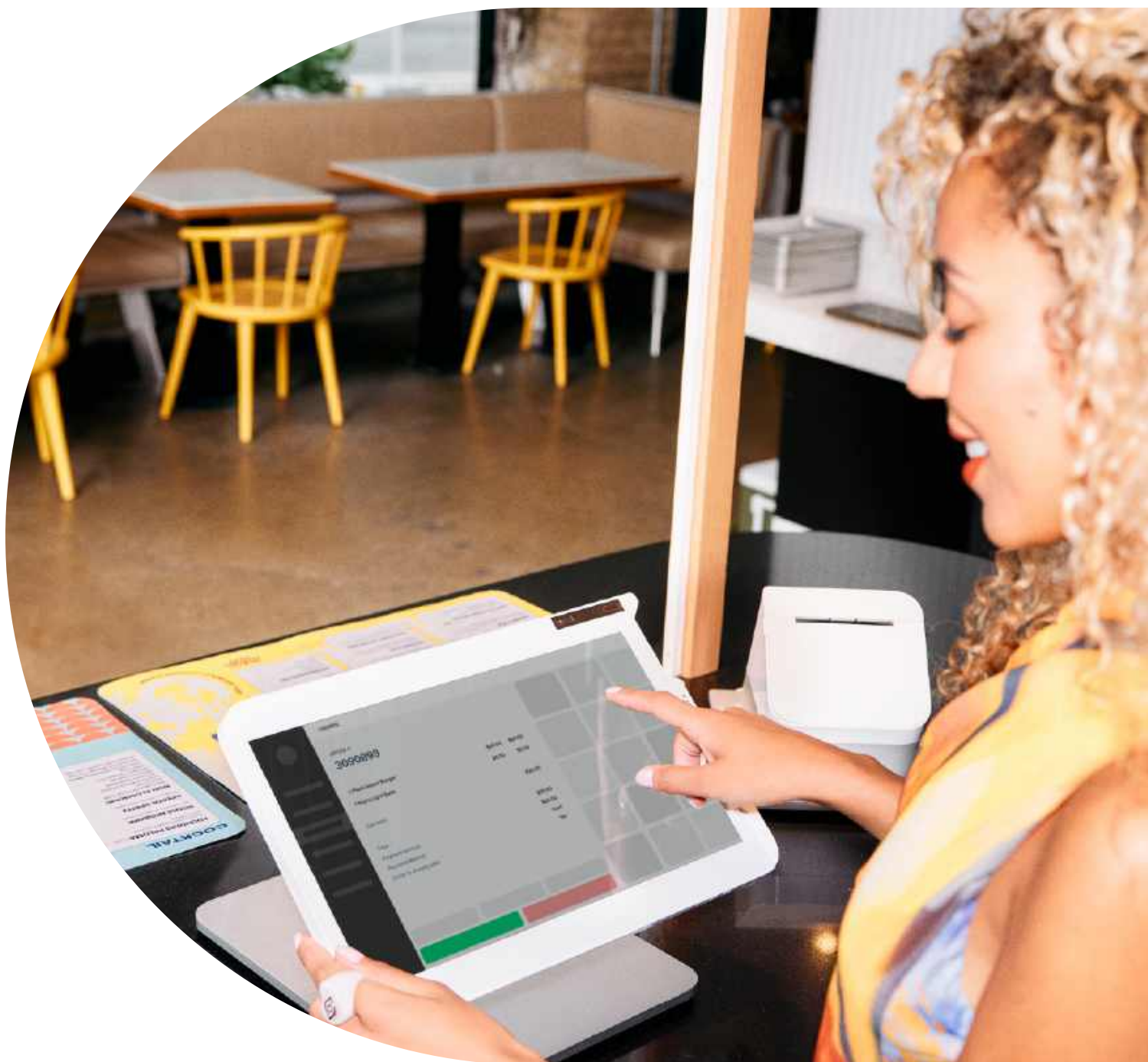
DANIEL SOILE

HEAD OF DELIVERY
BOPARAN RESTAURANT GROUP

DES EXPÉRIENCES OMNICANAL FLUIDES

Une approche omnicanal garantit que chaque interaction avec la marque, que ce soit via une application, un kiosque ou en personne, soit fluide et cohérente. Cela permet de maintenir une expérience client forte et homogène.

Que ce soit en commandant depuis un téléphone ou en interagissant avec un chatbot, la qualité du service et la personnalisation doivent être les mêmes. **Les dernières solutions logicielles pour la gestion des restaurants et les outils d'IA permettent de proposer des expériences omnicanal véritablement intégrées à grande échelle, tout en maîtrisant les coûts.**



L'IA DANS L'INDUSTRIE DE LA RESTAURATION : TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT





20
25

L'IA DANS L'INDUSTRIE DE LA RESTAURATION : TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'industrie de la restauration est sur le point de connaître une révolution, propulsée par des outils d'IA de plus en plus sophistiqués. De la personnalisation de l'expérience culinaire aux interactions prédictives, l'IA est prête à redéfinir la manière dont les restaurants interagissent avec leurs clients.



D'après [le dernier rapport de Gartner](#), « D'ici 2025, l'IA prendra en charge 50 % des interactions clients dans les restaurants, améliorant la rapidité du service et la satisfaction client. »

Le potentiel est évident : l'IA va non seulement améliorer le service, mais aussi optimiser les opérations et enrichir

RÉVOLUTIONNER LES INTERACTIONS CLIENTS GRÂCE À L'IA



UNE EXPÉRIENCE CLIENT AMÉLIORÉE

Avec des menus pilotés par l'IA, des recommandations personnalisées et des prix dynamiques, le parcours client devient véritablement sur mesure. Imaginez des menus qui s'adaptent en fonction des préférences personnelles et des commandes passées, créant une expérience culinaire pensée spécifiquement pour chaque invité.



RECOMMANDATIONS EN TEMPS RÉEL

En exploitant les données clients, l'IA peut suggérer des plats en fonction de l'humeur, de l'heure de la journée ou même de la météo, rendant les recommandations plus pertinentes et engageantes.



CHATBOTS ALIMENTÉS PAR L'IA

Les chatbots IA offrent un support instantané et disponible 24/7, répondant aux questions et gérant les commandes de manière efficace, même pendant les heures de pointe.



L'AVENIR DE L'IA DANS LA RESTAURATION



EXPÉRIENCES PRÉDICTIVES

L'IA pourrait bientôt prédire les préférences des clients, offrant des suggestions personnalisées et opportunes. Par exemple, un système pourrait suggérer des plats réconfortants lors d'une journée pluvieuse ou des options faibles en calories pour les clients soucieux de leur santé.



RECOMMANDATIONS NUTRITIONNELLES ET DIÉTÉTIQUES PERSONNALISÉES

L'IA pourrait analyser les données de santé et les préférences alimentaires, en adaptant les suggestions de menus aux besoins nutritionnels ou aux choix de mode de vie.



TRANSPARENCE DANS LES PRATIQUES DE SOURCING DURABLE

L'IA permettra aux clients de faire des choix éclairés en fournissant des données en temps réel sur la provenance des ingrédients, leur transformation et les pratiques éthiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Les clients pourront ainsi choisir leurs repas en fonction de leurs valeurs, contribuant à une meilleure transparence et durabilité.





SE PRÉPARER POUR 2025 ET AU-DELÀ

L'industrie de la restauration se trouve à un tournant décisif, propulsée par les avancées technologiques et l'évolution des attentes des consommateurs.



LES TENDANCES CLÉS ABORDÉES DANS CE RAPPORT



1 EXPANSION GLOBALE AVEC UNE PERTINENCE LOCALE

À mesure que les franchises s'étendent dans de nouvelles régions, la technologie leur permet de répondre aux goûts et attentes locaux tout en maintenant une qualité mondiale constante.

2 COLLABORATIONS INTERSECTORIELLES

Les restaurants trouvent de nouvelles opportunités de croissance dans les secteurs de l'épicerie et du commerce de détail, en exploitant des solutions prêtes à consommer.

3 DES OFFRES AXÉES SUR LE BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX

Le bon rapport qualité/prix reste une priorité pour les consommateurs, qui cherchent au-delà du prix des éléments comme la qualité, la commodité, les avantages de fidélité tangibles, et une expérience client enrichie.

4 HYPER-PERSONNALISATION ET TRANSFORMATION PAR L'IA

Des menus dynamiques à la personnalisation prédictive en passant par des expériences omnicanal fluides, l'IA ne fait que commencer à révolutionner les interactions avec les clients.



SE PRÉPARER POUR 2025 ET AU-DELÀ

2025

À l'approche de 2025, les entreprises doivent rester agiles et visionnaires. Adopter les dernières technologies, explorer de nouveaux modèles commerciaux et favoriser les collaborations intersectorielles sont des stratégies essentielles pour rester compétitif dans une industrie en pleine évolution.



“ L'année 2024 a marqué un tournant pour la technologie dans l'industrie de la restauration, ouvrant la voie à une transformation rapide. Les opérateurs adoptent désormais la technologie comme base pour un succès immédiat et durable. À l'horizon 2025, l'enjeu sera d'intégrer ces innovations en systèmes cohérents et efficaces. Chez Deliverect, nous nous engageons à être le partenaire de confiance, aidant les opérateurs à naviguer parmi les solutions technologiques, à simplifier leur adoption et à maximiser leur potentiel. ”



ZHONG XU

CEO & CO FOUNDER
DELIVERECT



Rejoignez-nous et découvrez les tendances de la commande digitale et de la gestion de la restauration en 2025.

ABONNEZ-VOUS À NOTRE NEWSLETTER POUR SUIVRE LES TENDANCES DE L'INDUSTRIE

