

Entrée (froide) en bourse pour Deliveroo



Le modèle économique de Deliveroo

En mars 2021, L'entreprise britannique spécialisée dans la livraison de repas à domicile Deliveroo a fait son entrée à la Bourse de Londres mercredi dernier. Son modèle économique, reposant sur l'activité de livreurs indépendants, est contesté dans plusieurs pays.

L'actualité

L'entreprise britannique spécialisée dans la livraison de repas à domicile Deliveroo a fait son entrée à la Bourse de Londres mercredi dernier. Elle a fixé le prix de son introduction à 3,9 livres (4,6 euros), ce qui équivaut à une capitalisation boursière (la valeur actualisée de toutes ses actions cotées) de 8,9 milliards d'euros. L'action de Deliveroo a perdu 26 % lors de sa première séance. Mardi, le titre a clôturé à 2,8 livres (3,3 euros). Cette introduction en bourse a permis à l'entreprise britannique de lever 1,8 milliard d'euros.

Les jours précédant l'introduction en bourse, deux des plus importantes sociétés de gestion d'actifs britanniques ont annoncé ne pas vouloir investir dans Deliveroo en raison du **modèle économique de la plateforme**, reposant sur des livreurs indépendants. Elles pointent leur manque de protection sociale ou le risque que l'entreprise doive bouleverser son mode de fonctionnement à la suite de plusieurs décisions de justice.

Le groupe français de distribution Carrefour a par ailleurs annoncé mardi la signature d'un partenariat avec Deliveroo en France pour proposer à ses clients la livraison de courses à domicile. Ce type de service a déjà été déployé en Belgique, en Espagne et en Italie.

Un marché triface

Deliveroo met en relation trois types d'utilisateurs : les restaurateurs, les consommateurs et les livreurs. Via sa **plateforme**, l'entreprise britannique s'adresse ainsi à un marché triface. « Chaque face de la plateforme valorise d'autant plus le service qu'elle fournit que le nombre d'utilisateurs sur ses autres faces est important, augmentant d'autant les possibilités d'interactions et d'appariement », expliquent les économistes français Jean Beuve et Laurie Bréban, dans un article publié en 2017. Deliveroo prélève un pourcentage de la vente de chaque repas auprès des restaurateurs, ainsi qu'une commission auprès des consommateurs, afin de financer ses activités et de rémunérer ses livreurs.

Ce type de plateforme repose sur « l'effet réseau », un principe selon lequel l'utilité d'un service augmente avec le nombre d'utilisateurs. Dans le cas de Deliveroo et des autres plateformes de livraison de repas, cet effet doit être atteint pour les trois composantes de son modèle, notent les économistes français Anne Aguilera, Laetitia Dablanc, Alain Rallet, dans un article publié en 2018.

Le recours à des livreurs indépendants contesté

Les livreurs travaillant pour Deliveroo ne disposent pas de contrat de travail, la société les considérant comme des travailleurs indépendants. **Deliveroo peut ainsi ajuster à tout moment les moyens humains mobilisés à son niveau d'activité.**

En France, les livreurs ont généralement le statut de micro-entrepreneur (anciennement appelé auto-entrepreneur). Créé en 2008, **ce statut propose un régime simplifié de déclaration et de versement des cotisations sociales par un prélèvement proportionnel au chiffre d'affaires.** Contrairement au contrat de travail, il ne garantit pas de rémunération minimale à l'heure travaillée ou de congés payés. Le statut de livreur indépendant est contesté dans plusieurs pays.

Le Conseil de prud'hommes de Paris a condamné en février 2020 Deliveroo pour travail dissimulé après un recours déposé par l'un de ses livreurs qui réclamait la requalification du contrat de prestation de services qui le liait à l'entreprise en contrat de travail. Aux Pays-Bas, la justice a estimé à deux reprises que les livreurs de la plateforme n'étaient pas des travailleurs indépendants et qu'ils devaient disposer d'un contrat de travail.

Deliveroo affirmait le 8 mars [2021] dernier travailler avec plus de 100 000 livreurs, dont 14 000 en France, lui assurant une présence dans près de 800 villes dans le monde. En 2017, le nombre de livreurs travaillant pour Deliveroo était deux fois moins élevé.

D'importants investissements pour se développer

La stratégie de Deliveroo repose sur **des investissements massifs en marketing pour faire connaître sa plateforme et en développement pour toucher des nouveaux marchés dans plusieurs pays**. Cette stratégie donne lieu à des pertes importantes. En 2020, Deliveroo a enregistré des pertes de 263 millions d'euros, après 373 millions d'euros en 2019.

L'entreprise britannique finance ses investissements grâce à des levées de fonds. **Depuis sa création, Deliveroo a levé près de 1,7 milliard d'euros auprès d'investisseurs**, dont 421 millions d'euros auprès de l'entreprise américaine Amazon et de plusieurs fonds d'investissement en mai 2019. Le secteur de la livraison est un secteur en forte croissance qui se consolide autour de quelques acteurs, dont Deliveroo et Uber Eats, le service de livraison lancé par l'entreprise américaine de transports Uber.

La position défavorable des livreurs

« **La seule variable du modèle économique sur laquelle ce type de plateforme peut vraiment agir est la rémunération du livreur** », avancent Anne Aguilera, Laetitia Dabanc et Alain Rallet. En effet, « la valeur moyenne des repas ne dépend pas d'elle, mais du restaurant » et « le taux de prélèvement sur les restaurateurs ne peut être augmenté sous peine de voir ceux-ci désertier la plateforme dans un contexte de forte concurrence ». Deliveroo a modifié le mode de rémunération des livreurs à plusieurs reprises depuis sa création.

L'économiste français Emmanuel Combe estime, dans un article publié en 2019, que Deliveroo dispose d'une capacité à baisser les rémunérations des livreurs, car il est, avec les autres plateformes, **dans une situation d'oligopsonie, c'est-à-dire un marché caractérisé par un petit nombre d'acheteurs (les plateformes) face à un grand nombre de vendeurs qui se font concurrence (les livreurs)**.

Pour aller plus loin

CONSOLIDATION

Dans un article publié dans Le Monde, la journaliste Laurence Girard explique pourquoi le rachat de l'entreprise britannique de livraisons de repas Just Eat par le néerlandais Takeaway.com **témoigne de la consolidation du secteur** et de l'intensité de la concurrence.

→ Lire l'article.

CAMERA EMBARQUEE

Dans une vidéo publiée en janvier, le livreur Deliveroo et YouTubeur sous le pseudo Gyraroo **filme l'une de ses sorties à vélo à Nantes**. Il affiche à chaque livraison les kilomètres à parcourir, l'argent qu'il va toucher en effectuant la livraison et le temps d'attente pour récupérer chaque repas.

→ Voir la vidéo.

Source : <https://www.brief.eco/>