

Le plan d'E. Leclerc pour conquérir Paris

L'enseigne se donne trois ans pour investir les foyers parisiens au travers d'une nouvelle activité e-commerce. Le service « E. Leclerc chez moi » sera lancé en avril. LSA vous dévoile en détail le plan de l'offensive du distributeur.

LE SERVICE E. LECLERC CHEZ MOI

- **Lancement en avril 2018 pour la Scapnor**, un peu plus tard pour la Scadif.
- **Entre 4 000 et 6 000 commandes par jour** visées d'ici à trois ans.
- **9 500 puis 12 000 références** proposées sur le site.
- **2 entrepôts dédiés**, dont le premier à Pantin (93).

Source : LSA



Entre 4 000 et 6 000 livraisons par jour sous trois ans. L'équivalent d'un gros hypermarché, avec un chiffre d'affaires estimé entre 125 et 190 millions d'euros en 2021. Voici les objectifs que, selon nos informations, les centres E. Leclerc se sont fixés pour leur nouvelle activité e-commerce dédiée au marché parisien, qui devrait être lancée en avril. Ce service s'appuiera, selon Michel-Édouard Leclerc, le président de l'enseigne, sur des livraisons à domicile et des points de retraits physiques type drive piétons.

L'offensive partira de la Scapnor, la centrale d'achats qui regroupe une cinquantaine de magasins et de drives, ainsi qu'une trentaine d'adhérents, dans le nord de Paris. Mais elle devrait être très vite rejointe par la Scadif, son homologue qui couvre le sud et

l'ouest de l'Ile-de-France. La Scapnor a créé une filiale, Parisnordis, afin de chapeauter l'activité e-commerce pour la partie nord de l'Ile-de-France. La structure est présidée par Pascal Beaudoin et dirigée par Sébastien Macherey, le duo qui officie déjà à la tête de la centrale régionale. Parisnordis a investi dans un entrepôt à Pantin (93), structuré pour répondre aux besoins de l'e-commerce alimentaire et exploité par ID Logistics. Les quais ont été revus pour pouvoir accueillir les camions de livraison et, surtout, le bâtiment a été aménagé pour gérer trois niveaux de températures.

Dans un premier temps, l'offre du futur service d'E. Leclerc devrait porter sur 9 500 références, incluant des fruits et légumes, des produits frais, du surgelé et du sec. Mais la Scapnor a prévu de monter jusqu'à 12 000 réfé-

rences à terme. Soit un assortiment sensiblement supérieur à celui d'un drive moyen (entre 7 000 et 9 000 références chez E. Leclerc). Installé aux portes de Paris sur 6 000 m², le site de Pantin sera approvisionné par la nouvelle plate-forme automatisée de Bruyères-sur-Oise (95), qui dessert les magasins de la Scapnor et a nécessité un investissement de 60 millions d'euros.

L'entrepôt de Pantin servira uniquement les clients ayant commandé sur le site dédié Leclercchezmoi.com pour une livraison à leur domicile ou dans un drive piéton. Et même si c'est le volet du plan sur lequel les informations sont les plus parcellaires, ces points de retrait pourraient s'inspirer du drive piéton testé en centre-ville de Lille par Thomas Pocher. L'adhérent de Templeuve (59) annonce des résultats prometteurs : 1 000 commandes par semaine, 38 à 40 € de panier moyen pour un chiffre d'affaires annuel visé de plus de 1,5 million d'euros, le tout pour 50 000 € investis dans un local de 50 m² qui ne nécessite pas d'autorisation préalable... Rare en centre-ville !

Un montage original

La Scapnor cherche en tout cas des emplacements dans Paris pour positionner de façon stratégique ces futurs drives par rapport à sa zone de service et aux flux des clients. En effet, toujours selon nos informations, la centrale des adhérents du nord de l'Ile-de-France couvrira 11 arrondissements parisiens : les 1^{er}, 2^e, 3^e, 4^e, 9^e, 10^e, 11^e, 12^e, 18^e, 19^e et 20^e, soit une grosse moitié nord-est de la capitale.

L'autre moitié sera desservie par la Scadif qui met en place, au sud de Paris, une organisation similaire en s'appuyant sur une plate-forme dont on ne connaît pas encore la localisation. La répartition des arrondissements

s'est faite selon la densité, chacune des zones ayant un potentiel de 1,1 million d'habitants. Cette organisation soulève des questions. D'abord, la création de filiales commerciales collectives adossées à des centrales d'achats régionales n'est pas monnaie courante pour un groupement de commerçants ou l'indépendance des magasins et de leurs zones de chalandise est fondamentale. Ensuite, l'e-commerce alimentaire appuyé sur la seule livraison à domicile n'a toujours pas prouvé sa rentabilité après près de vingt ans d'expérimentations, empêtré dans les coûts incompressibles de la livraison sur le dernier kilomètre. Comment résoudre l'équation tout en garantissant « des prix E. Leclerc dans Paris, soit 15 % à 20 % moins chers », comme l'annonce Michel-

Édouard Leclerc? Des prix moins élevés que la moyenne parisienne, ou que les enseignes les plus chères? Cela reste flou.

La fin de la règle « 2+1 »

Certes, il y a une variable de plus dans l'équation parisienne: les drives piétons qui pourraient bien être la martingale du distributeur pour rentabiliser son service. Mais comment seront gérées ces unités? Dépendront-elles des magasins, comme à Lille, ou des deux centrales? Jusqu'ici, et c'est ce qui fait le succès des drives chez E. Leclerc (en hausse de 10,3 % en 2017, à 2,84 milliards d'euros), il y a toujours un adhérent pour les piloter en direct. Dans le schéma mis en place, ce sont visiblement les filiales de la Scapnor et de la Scadif qui seront aux commandes. Faisant voler en éclat,

LE DISTRIBUTEUR DIVISE LA CAPITALE EN DEUX

Répartition des approvisionnements d'E. Leclerc à Paris

Source: LSA

La centrale d'achats Scapnor couvrira 11 arrondissements: 1^{er}, 2^e, 3^e, 4^e, 9^e, 10^e, 11^e, 12^e, 18^e, 19^e et 20^e. L'autre moitié de la capitale sera desservie par la Scadif.



au passage, la règle du « 2 + 1 » qui veut qu'un adhérent ne puisse pas ouvrir plus de trois drives: deux unités accolées (pour ceux qui ont deux magasins) et un drive déporté. *Quid* des drives piétons « collectivisés » parisiens dans ce calcul? Mais Paris méritait sans doute des accommodements. ■ **CLOTILDE CHENEVOY, AVEC JÉRÔME PARIGI**