

De nouveaux outils pour de nouveaux drives

Afin d'améliorer sa rentabilité, le circuit rationalise son fonctionnement. Il mutualise les outils et les équipes de préparation pour livrer plus de commandes dans de nouvelles zones de retrait, qui répondent mieux aux attentes des clients.

4835

drives en France à fin avril 2018, dont

487

drives solo

3173

drives accolés

1175

points de retrait (y compris 21 drives piéton)

Source: LSA expert

Dès 2000 avec Auchan Express à Leers (59), puis en solo début 2004 avec le premier Chronodrive, le concept de drive a connu depuis une formidable expansion en adoptant, selon les enseignes, deux grandes typologies de process : la création d'un entrepôt dédié afin de préparer les commandes livrées sur le site même et/ou dans des zones de retrait déportées, ou la préparation en prélevant les articles directement dans les linéaires du magasin pour un retrait opéré généralement sur son parking. Entre les deux solutions, il existe une différence significative en termes d'investissement : plusieurs centaines de milliers d'euros pour la première, entre 20000 et 50000 € pour le picking. Elles se distinguent aussi par des performances horaires de préparation très différentes, une dizaine de minutes pour l'entrepôt contre vingt à trente minutes en magasin. Au-delà, les outils technologiques utilisés par les préparateurs ont relativement peu évolué : le PDA (ordinateur de poche) et, plus récemment, le smartphone.

Des smartphones au bras pour scanner

« Cette année, nous allons abandonner les PDA qui sont devenus un peu trop figés. Nous allons équiper nos préparateurs de smartphones accrochés au bras et dotés de bagues pour scanner les produits, et qui tourneront sur l'app Picker, l'application que nous



© LAETITIA DUARTE

► Le potentiel des containers

Apparus récemment, les containers à température dirigée (pour le frais et le surgelé) se développent, notamment dans les entreprises. L'intérêt est d'étendre les plages horaires de retrait des commandes, de les automatiser et de dégager ainsi du temps pour les préparateurs.

- **Surface occupée au sol** : de 7,8 à 10,8 m² pour une capacité de stockage de 26 à 37,8 m³
- **Moins de 2 min de délai pour le retrait** de la commande
- **Accolé à un drive existant**, le container permet de gagner de la surface en supprimant les chambres froides et la zone de rétention des commandes
- **Réduction de 50%** du coût d'exploitation par rapport à un drive pour un service équivalent
- **Investissement nul** dans le cadre d'une location en full service

avons développée en interne. Le but est d'optimiser la préparation et de gagner du temps », reconnaît Gaëtan de La Brosse, adhérent d'un Intermarché Super de 2500 m², à Ennezat (63), et directeur du digital au sein d'ITM. De son côté, Auchan Retail France s'apprête d'ici à fin juin à tester son nouveau prototype de drive avec, à la clé, un changement d'enseigne progressif de ses 61 Chronodrive et 97 Auchandrive. « Nous allons déployer une nouvelle identité visuelle d'Auchandrive, une nouvelle offre

DRIVE 24/24
 INTERMARCHÉ proche de vous, à toute heure



Les containers permettent une grande amplitude des horaires de retrait pour un investissement quasi nul.



© SYLVIE HUMBERT

« Le drive classique est difficile à rentabiliser, notamment à cause des coûts de main-d'œuvre. L'avenir de l'e-commerce alimentaire passera par des centres automatisés régionaux de préparation de commandes pour livrer des containers. »

Gérard Crébier,
 président fondateur de Proxidrive

commerciale avec un enrichissement des références de produits frais, bio, pour l'enfant et le nouveau-né, et aussi un nouveau site internet en version responsive », affirme Jean-Charles Falh, chargé des activités drive au Codir d'Auchan Retail France.

Un parcours en U selon les rotations

La préparation des commandes en entrepôt et, à plus forte raison, en magasin reste, pour l'instant, essentiellement manuelle. « *Ce qui prime, c'est l'organisation interne de l'entrepôt et la répartition des articles selon leurs fréquences de rotation. C'est un parcours en U avec trois grandes zones par branche, définies en fonction des rotations. Le but étant de limiter le plus possible le déplacement des préparateurs qui évoluent principalement au centre du U* », explique Thomas Pocher, adhérent E. Leclerc exploitant deux hypermarchés à Templeuve et à Wattlelos, dans la métropole lilloise. Il a aussi créé deux entrepôts pour le drive à Fretin et à Croix, dès 2012-2013, qui livrent six points de retrait intégrés ou déportés. Cette activité mobilise aujourd'hui 120 salariés et représente 25 % de ses ventes cumulées. Pionnier convaincu, Thomas Pocher a innové en ■■■■

ouvrant, en avril 2017, son premier drive piéton dans le Vieux-Lille suivi, un an après, d'un second dans le quartier de la gare Lille-Flandres (*lire l'enquête dans le hors-série Proxi diffusé avec ce numéro*). « Ces deux activités sont complémentaires d'un point de vue industriel et ne diffèrent en rien en termes de préparation des commandes. Le drive piéton répond à une attente de clients plus jeunes et urbains qui ne fréquentent pas ou très peu les grandes surfaces », observe l'adhérent. Il permet aussi et surtout de rationaliser l'activité des entrepôts en dégageant de nouvelles ventes avec un investissement limité à

une centaine de milliers d'euros en incluant la location du local de retrait (75 à 100 m²), les charges salariales des deux équivalents à temps plein plus les deux à trois temps partiel d'appoint (dix à quinze heures par semaine), sans oublier le binôme de chauffeurs qui assurent six livraisons quotidiennes depuis l'entrepôt. Pour l'instant, ces deux drives piéton représentent 1 200 commandes supplémentaires par semaine pour l'entrepôt de Croix sur un volume total de 5 000. Sur un exercice plein, Thomas Pocher pense réaliser 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires par drive piéton, une belle performance vu l'investissement initial.



© FRANCK CRISIAUX/REA

Les clients du drive piéton sont surtout des jeunes urbains qui fréquentent peu les grandes surfaces.

► L'avenir du drive piéton

Perfectionné en avril 2017 à Lille par Thomas Pocher, adhérent E. Leclerc qui en compte deux désormais, le concept de drive piéton est perçu comme le nouvel investissement stratégique pour les distributeurs. Tous y pensent et les projets se multiplient.

- **Surface du point de retrait :** entre 75 et 100 m²
- **Investissement** de l'ordre de 100 000 € (location du local incluse)
- **Montant du panier moyen :** 35 à 40 €
- **Effectif :** 2 personnes aux retraits, 2 livreurs pour les rotations depuis l'entrepôt, plus 2 à 3 contrats d'appoint à temps partiel
- **CA potentiel :** 1,5 M€ par implantation

Réduire les charges salariales

Même s'il n'a pas atteint sa complète saturation, le parc de drives classiques (entrepôt et picking en magasin) ne fera plus l'objet de nombreuses créations. La diversification dans le drive piéton s'annonce donc comme un nouveau potentiel de prises de part de marché que tous les distributeurs vont vite investir. « C'est logique dans le sens où l'activité du drive classique n'est pas rentable et qu'il est indispensable de faire monter les capacités de préparation de commandes des entrepôts existants pour rationaliser les coûts, dont le principal poste reste les charges salariales », analyse Gérard Crébier, président fondateur de Proxidrive, société spécialisée dans la conception et la location de containers à température dirigée. Parallèlement à la création, en mai, de containers pour Carrefour Belgique à Waterloo, Proxidrive teste depuis janvier un équipement sur le site logistique de Carrefour à Salon-de-Provence (13), ouvert aux 200 salariés qui y travaillent. Les commandes sont préparées dans le drive Carrefour de Miramas, situé à 20 km, et sont livrées à Salon deux fois par jour, cinq jours sur sept, dans des containers bitempératures. « À date, nous réalisons 250 commandes mensuelles pour un panier moyen de 115 € avec un taux de fidélisation proche de 100 % », assure Gérard Crébier. Pour Carrefour, il s'agit d'un test pour peaufiner l'outil industriel de préparation automatisée de commandes que l'enseigne a lancé récemment dans deux grandes plates-formes de plus de 20 000 m² chacune, à Saint-Quentin-Fallavier (38) et en région parisienne. « Avec une amplitude horaire accrue, les containers permettent la rapidité de retrait des commandes et une surface d'implantation limitée, pour un investissement quasi nul car il s'agit de location. Cette solution industrielle doit réduire considérablement le temps de préparation de commandes, à quelques minutes à peine, et alléger les coûts de fonctionnement grâce à la réduction de la masse salariale des préparateurs. C'est l'avenir du drive », conclut Gérard Crébier. ■

FRANÇOIS LECOQC

► Le drive historique croît toujours

Né en 2000 avec Auchan Express à Leers (59), puis avec Chronodrive, en 2004, le concept s'est beaucoup développé depuis. En adoptant, selon les enseignes, deux solutions : des drives dotés d'entrepôt ou des préparations de commandes réalisées par picking en magasin.

Pour les drives avec entrepôt :

- **Surface** : de 1 000 à plus de 4 500 m²
- **3 sacs en moyenne** par commande
- **De 40 à 80 personnes** par entrepôt
- **Selon les entrepôts**, entre 1 000 à 1 500 commandes préparées par jour
- **Chaque préparateur** est équipé d'un PDA, plus des pistolets plus légers pour les points de retrait

© LAETTIA DUARTE



La préparation de commandes en entrepôt et en magasin reste essentiellement manuelle, avec peu d'automatisation.

« Nos préparateurs vont abandonner, le PDA qui est arrivé au terme de son usage après plusieurs années de service. Ils vont être équipés de smartphones avec bague dont l'efficacité doit leur permettre d'optimiser la préparation. »

Gaëtan de La Brosse, adhérent Intermarché à Ennezat (Puy-de-Dôme) et directeur chargé du digital au sein d'ITM