éditions DAUVERS

35 insights + 7 FOCUS

L'ESSENTIEL DRIVE

& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Édition 2023



ÉDITO

éditions DAUVERS

Après la ruée des Français vers le e-commerce en 2020, le taux de pénétration du circuit drive est certes redescendu progressivement ces deux dernières années, mais il reste à un niveau encore largement supérieur à 2019 (32,7 % vs 25,5 %). Si beaucoup de Français sont retournés en magasins faire leurs courses alimentaires, une part des "e-shoppers Covid" ont conservé leurs habitudes en ligne. Que ce soit pour un retrait des commandes en drive ou une livraison à domicile. Côté drive, le parc continue de progresser grâce à un déploiement désormais axé sur les supermarchés et les magasins de proximité, avec un accent mis sur le retrait "piéton". Quant aux drives affichant les plus gros CA, particulièrement ceux du leader Leclerc Drive, l'heure est aux premiers tests d'automatisation des process pour pallier le phénomène de saturation des pistes de retrait au moment des pics. En matière de LAD, l'euphorie de ces dernières années est retombée avec notamment une franche concentration du quick-commerce autour de deux acteurs (Getir et Flink) et le départ de "l'Instacart européen" Everli.

Pour la troisième année consécutive, L'ESSENTIEL DRIVE & E-COMMERCE ALIMENTAIRE entend apporter sa contribution aux réflexions des enseignes comme des industriels, tout autant impliqués, autour des questions de commerce online.

Forte de 75 pages, 35 insights et 7 focus, cette publication a plus que jamais l'ambition de vous aider à tout savoir et tout comprendre de ce circuit.

Bonne lecture.

Jean-Philippe GALLET

Depuis 2010, les éditions DAUVERS ont développé une expertise inégalée en matière de drive et de e-commerce alimentaire. Ce qui s'illustre par :

- Le blog olivierdauvers.fr, reconnu 1ère ressource éditoriale du drive,
- Une connaissance fine des concepts grâce à de nombreux reportages "embedded" en magasins et entrepôts,
- L'étude DRIVE INSIGHTS, coéditée avec A3 Distrib,
- L'indice prix DISTRI PRIX coédité avec A3 Distrib,
- La co-organisation, avec Linéaires, des Ateliers du Drive et du e-commerce, journée référence du circuit depuis 12 ans (RDV le 26 septembre prochain à Paris).



Ils ont permis la réalisation de cet "Essentiel" :

ACTEMIUM p. 63	AutoStore p. 61	bascule p. 24	carapax p. 31	Drive to Home p. 9, 15, 45	InStoreSolution GROUPE INTERWAY p. 37
jow p. 77	kbrw p. 21	KNAPP p. 65	MATCHA p. 50	miam p. 12, 75	ses imagotag VUSION p. 57
Shopopop la livraison qui a du sens p. 67	TAUREAU AILÉ p. 42	Texabri p. 6	Tut Tut p. 69	wanzl p. 34	yper p. 18, 71

Pour mieux les connaître, n'hésitez pas à cliquer sur les logos.

De même, au fil des pages, suivez les flèches pour découvrir leurs offres et solutions (au sein des annonces).

SOMMAIRE

35 Insights

> **I.** **Chiffre d'affaires** - Insights 1 à 14..... **5**

> **II.** **Parc** - Insights 15 à 21..... **28**

> **III.** **Assortiment** - Insights 22 à 26..... **39**

> **IV.** **Prix** - Insights 27 à 31..... **47**

> **V.** **Clients** - Insight 32 à 35 ..... **54**

7 FOCUS..... **60**

édition 2023
L'ESSENTIEL
DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

I. CHIFFRE D'AFFAIRES

#1 Part du e-commerce dans le commerce de détail

#2 Décomposition du chiffre d'affaires e-commerce

#3 Que pèse le e-commerce sur l'activité GSA ?

#4 Évolution du CA drive depuis 2013

#5 Dynamique du drive depuis 1 an

#6 Ventes drive : volume vs valeur

#7 Dynamique de la LAD GSA depuis 1 an

#8 MDD vs marques nationales en drive + LAD

#9 Part de marché des MDD en drive + LAD

#10 Dynamique du bio en drive + LAD vs tous circuits

#11 Poids des enseignes drive

#12 Que pèse le e-commerce dans l'activité des enseignes ?

#13 Leclerc drive, un leader incontesté

#14 Le e-commerce de Leclerc en détail



Texabri







L'abri

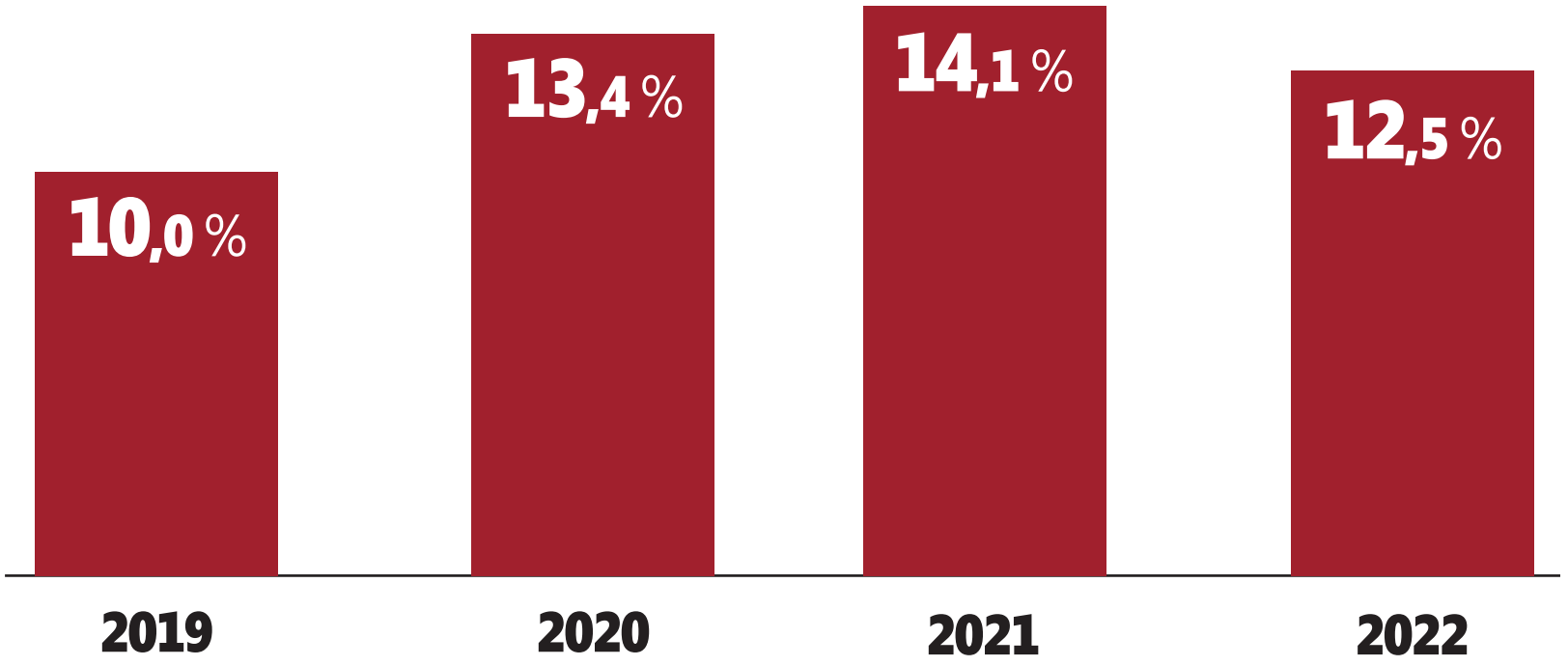
au cœur de vos **aménagements**

MADE IN FRANCE FABRIQUÉ EN FRANCE

GARANTIE 10 ANS DÉCENNALE

04 74 78 03 87 texabri.com

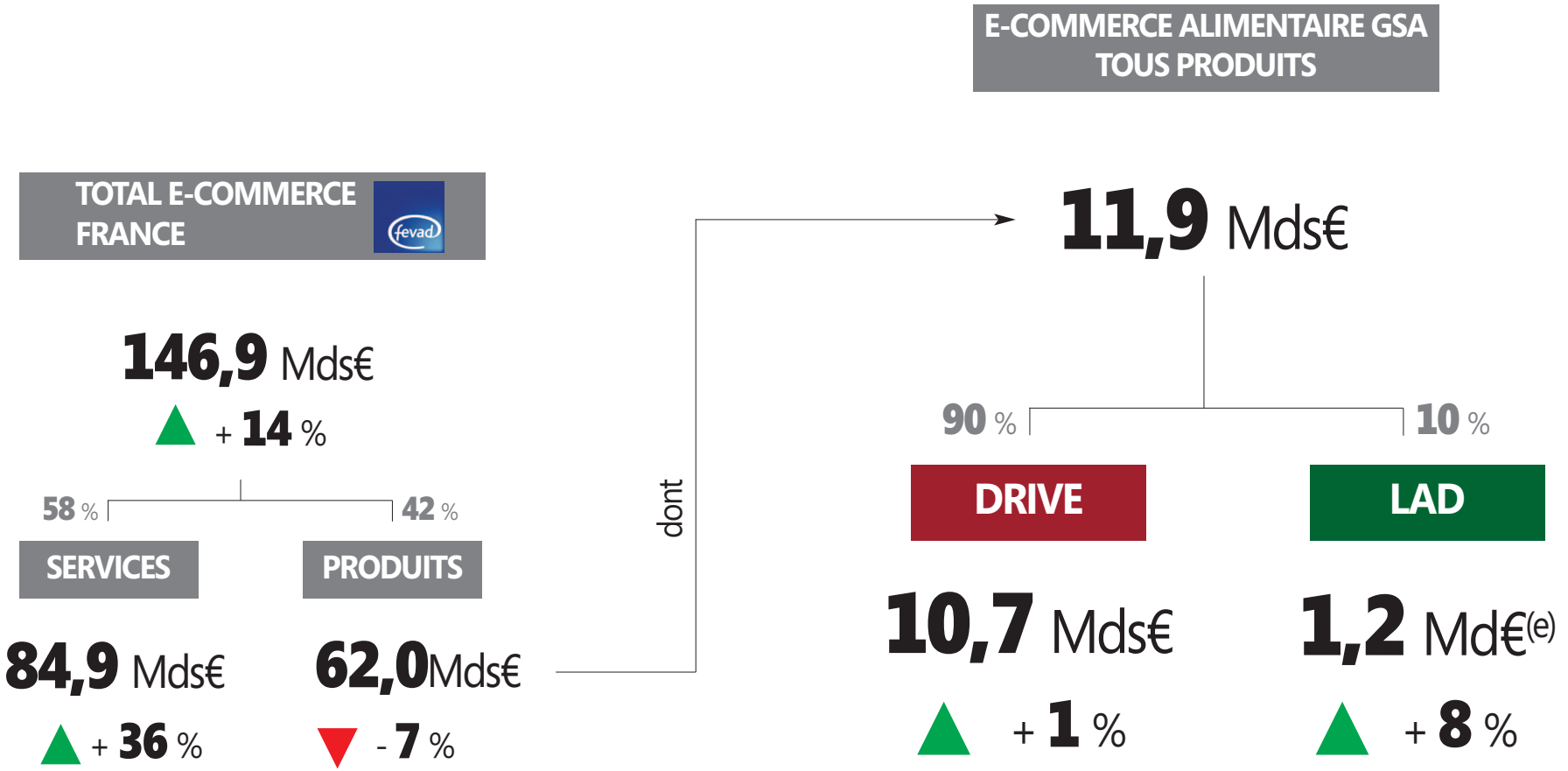
PART DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL



Après le boom de la séquence Covid, les Français ont conservé certaines habitudes digitales. Notamment en matière de courses alimentaires. Avec 12,5 % du commerce de détail, le poids du e-commerce dans l'Hexagone est encore loin de celui du Royaume Uni : 19 %.

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

En 2022 - évolution sur 1 an



Source : Editions Dauvers

147 Mds€ en 2022 pour le e-commerce, c'est 4 fois le niveau de 2011 et 2 fois celui de 2016 ! Particularité de ce millésime : 100 % de la croissance provient des services. Une situation liée à un effet de base post-Covid. Les Français sont revenus faire leurs courses en magasins et ont repris leurs dépenses on-line en matière de tourisme et de loisirs. Dans ce contexte, le drive est quasi à l'arrêt et la LAD en a fini avec ses progressions à deux chiffres.

Drive to Home

Expert de la livraison professionnelle sous température dirigée



Développez votre business et optimisez vos flux de livraison avec Drive to Home.

- **Livraison de courses aux domiciles des particuliers**
- **Logistique inter drive**
- **Lâcher de caddies**

ISO 9001 ISO 22000

1ère entreprise française du Last Mile alimentaire certifiée des normes ISO 9001 et 22000*



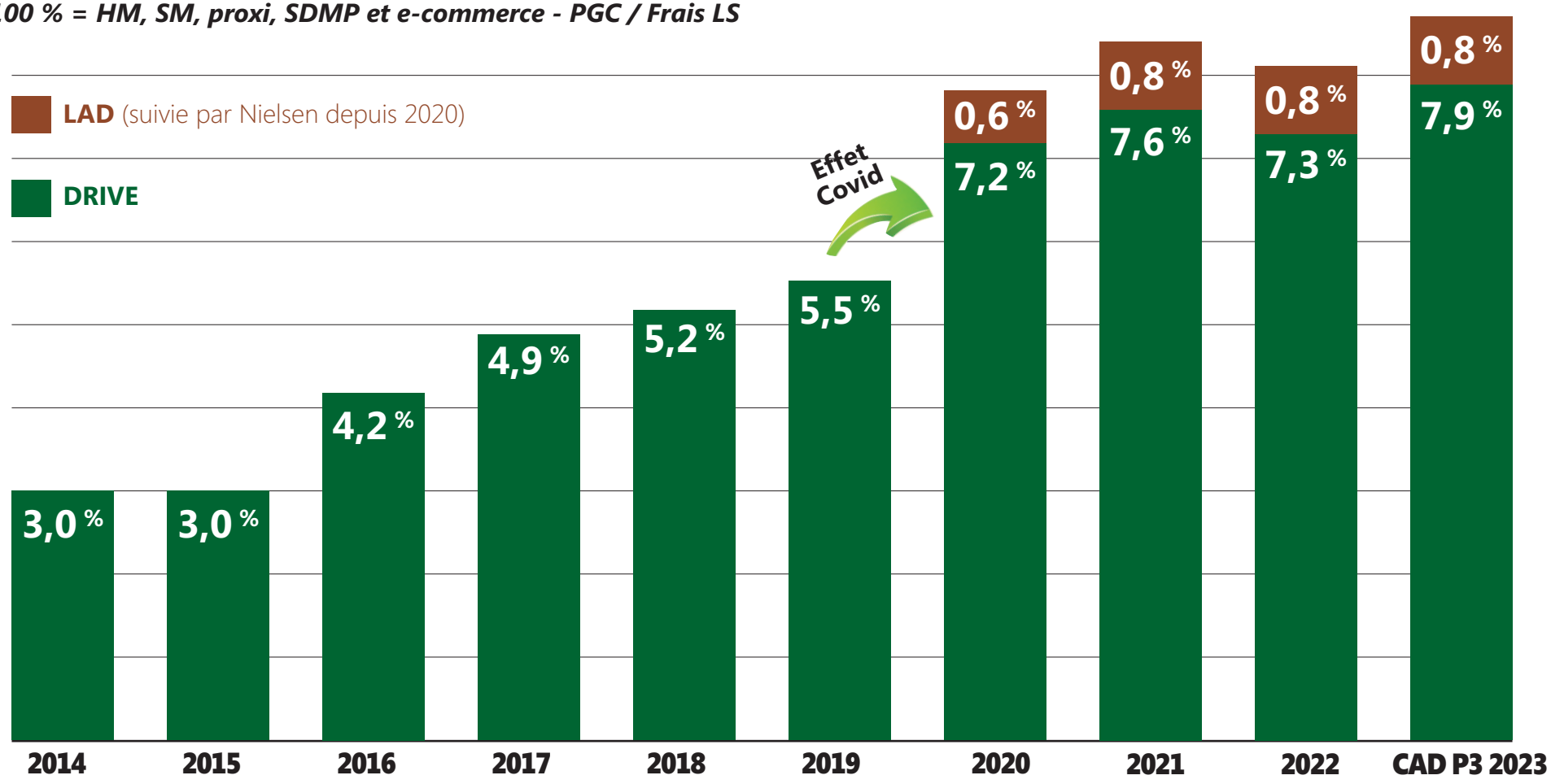
www.drivetohome.fr

*Certification delivrée par DNV

QUE PÈSE LE E-COMMERCE SUR L'ACTIVITÉ GSA ?

NielsenIQ

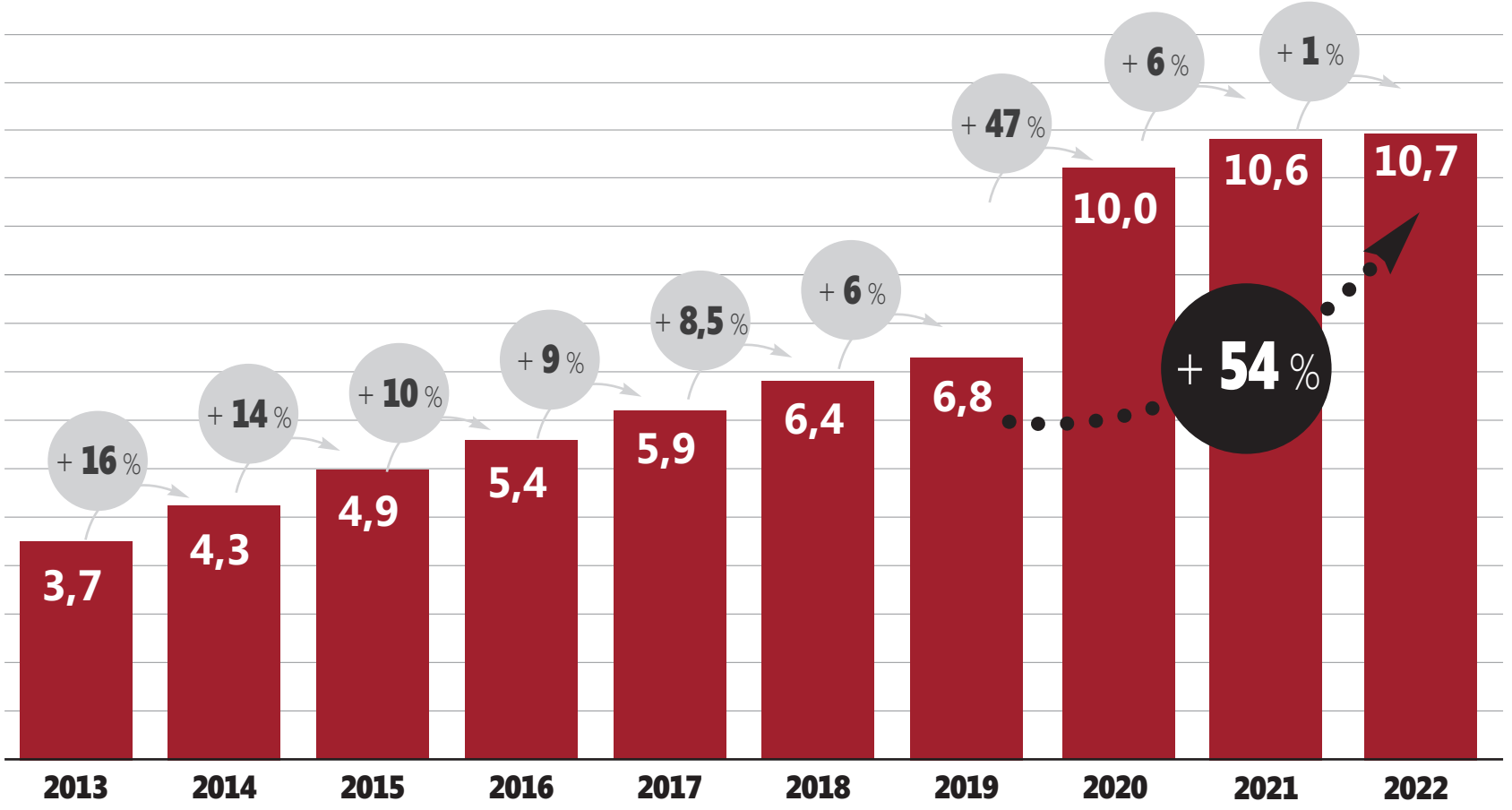
Total 100 % = HM, SM, proxi, SDMP et e-commerce - PGC / Frais LS



Le drive fait preuve d'une certaine résilience. Malgré un léger repli l'an dernier, sa part de marché sur le total GSA demeure au delà des 7 %, seuil qui avait été franchi d'un bond (+ 1,7 point) à la faveur de la crise sanitaire.

ÉVOLUTION DU CA DRIVE DEPUIS 2013

Chiffre d'affaires tous produits du drive en milliards d'euros



Source : Editions Dauvers

Le circuit drive a conforté le passage de la barre des 10 milliards en 2022 avec une légère progression de 1 % à 10,7 milliards. Un chiffre qui intègre l'ensemble du périmètre produits (PGC/Frais LS, Frais trad et non-al) et les différents circuits qui sont branchés aux drives : les retraits voiture, piétons et la livraison à domicile au départ d'un drive, notamment les solutions collaboratives (Shopopop, Tut Tut, Yper).

Les clients des 900 drives de Système U ont adopté les idées repas Miam

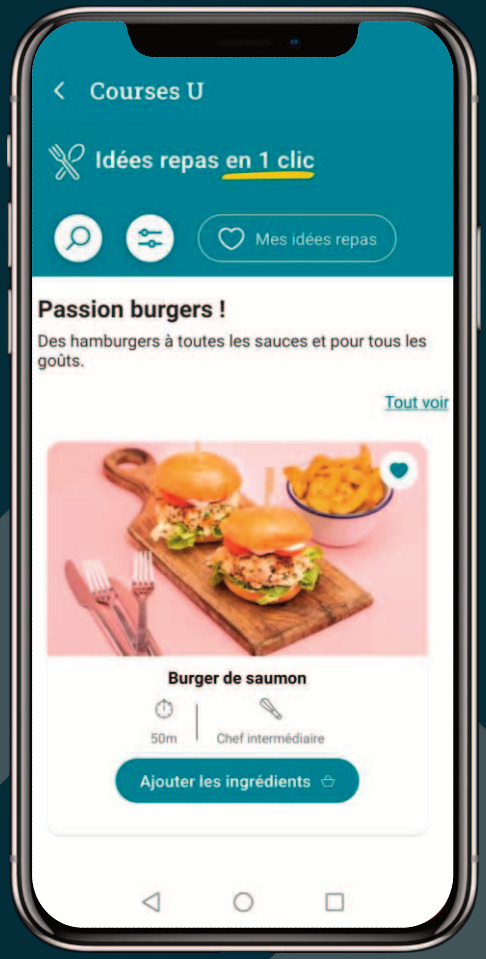
+ 20% de gain sur le montant du panier moyen

De nouvelles idées repas toutes les semaines pensées pour les shoppers

Recettes contextualisées aux rayons et adaptées aux goûts des clients

Produits suggérés basés sur les précédents achats des consommateurs

Nombre de convives et produits modifiables - Mise au panier en 1 clic



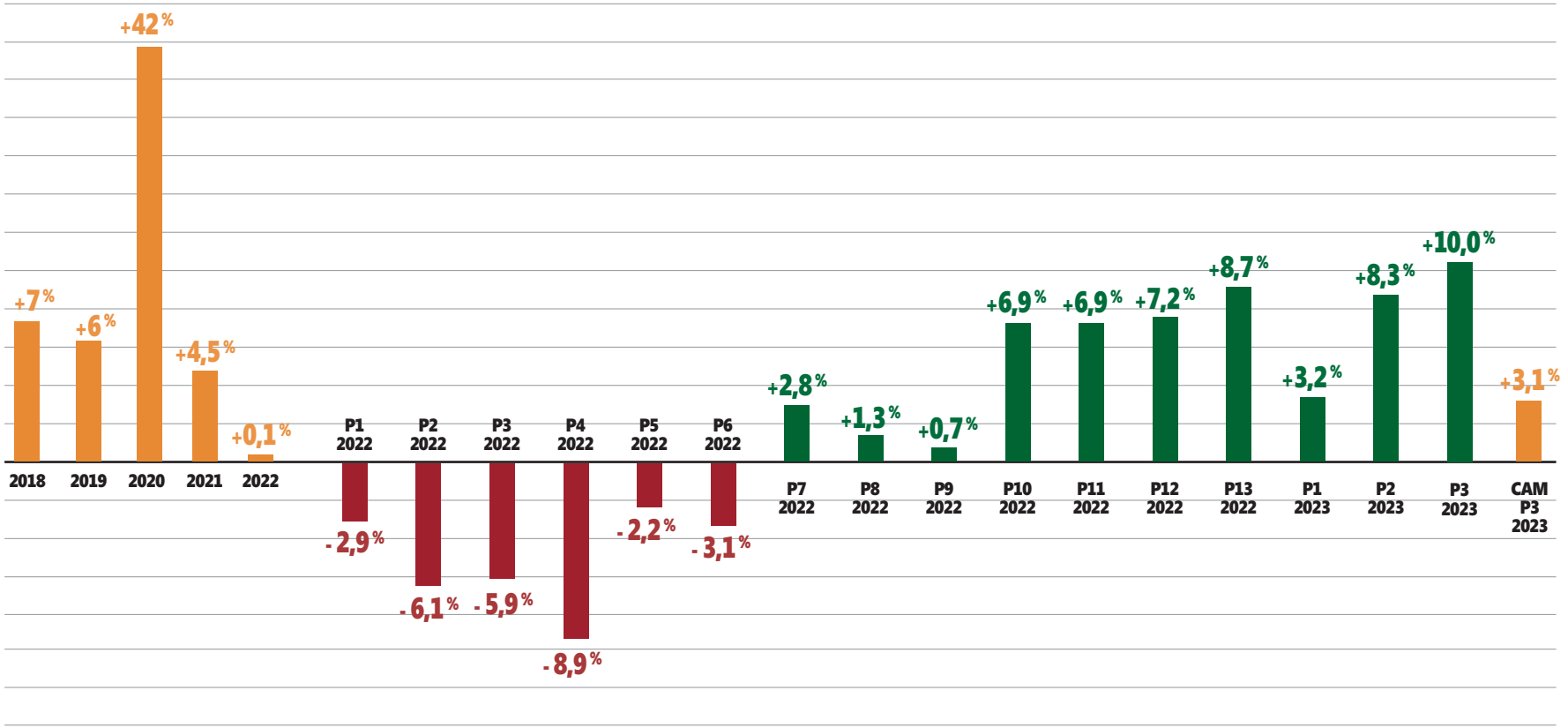
En savoir plus

Système U miam

DYNAMIQUE DU DRIVE DEPUIS 1 AN

NielsenIQ

Evolution des ventes drive France (périmètre PGC/FLS)

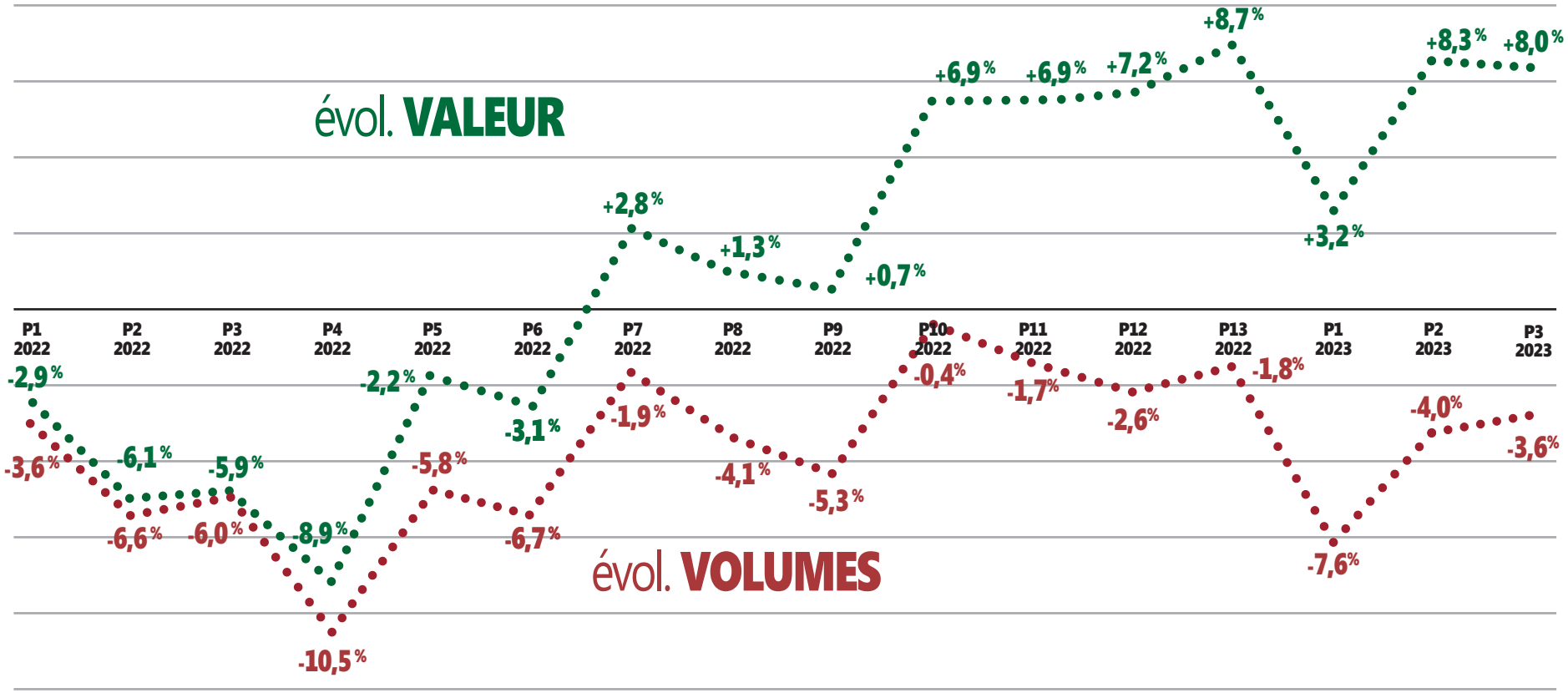


Le retournement de la tendance à la mi-2022 s'explique davantage par l'inflation que par une accélération soudaine des ventes en drive. Sur les 13 périodes de 2022 et les 3 premières de 2023, que ce soit en positif ou en négatif, l'évolution du drive est systématiquement en deçà de celle du total PGC/FLS, tous circuits confondus.

VENTES DRIVE : VOLUME VS VALEUR

NielsenIQ

en % vs. n-1



Le drive n'échappe pas au recul des volumes dû à l'inflation. Plus les ventes en valeur progressent, plus les volumes s'enfoncent. De 0,5 point à P2 2022, l'écart entre les deux courbes a atteint 6 points à P9 2022 et même 12,3 points à P2 2023.

Drive to Home

Le marché de la Livraison à domicile est en pleine expansion avec un Chiffre d'Affaires prédit en 2025 de

8 Milliards d'€*.

Répondez aux attentes des consommateurs en accélérant votre croissance avec Drive to Home, expert engagé de la livraison sous température dirigée (certifiée ISO 9001 et 22000).

560 Chauffeurs-livreurs

100 000 Livraisons par mois

360 Véhicules

250 Drives

1 Maillage toute France



Avis Vérifiés

4,7/5

NPS

73,9

www.drivetohome.fr

* note et taux moyens constatés en 2022

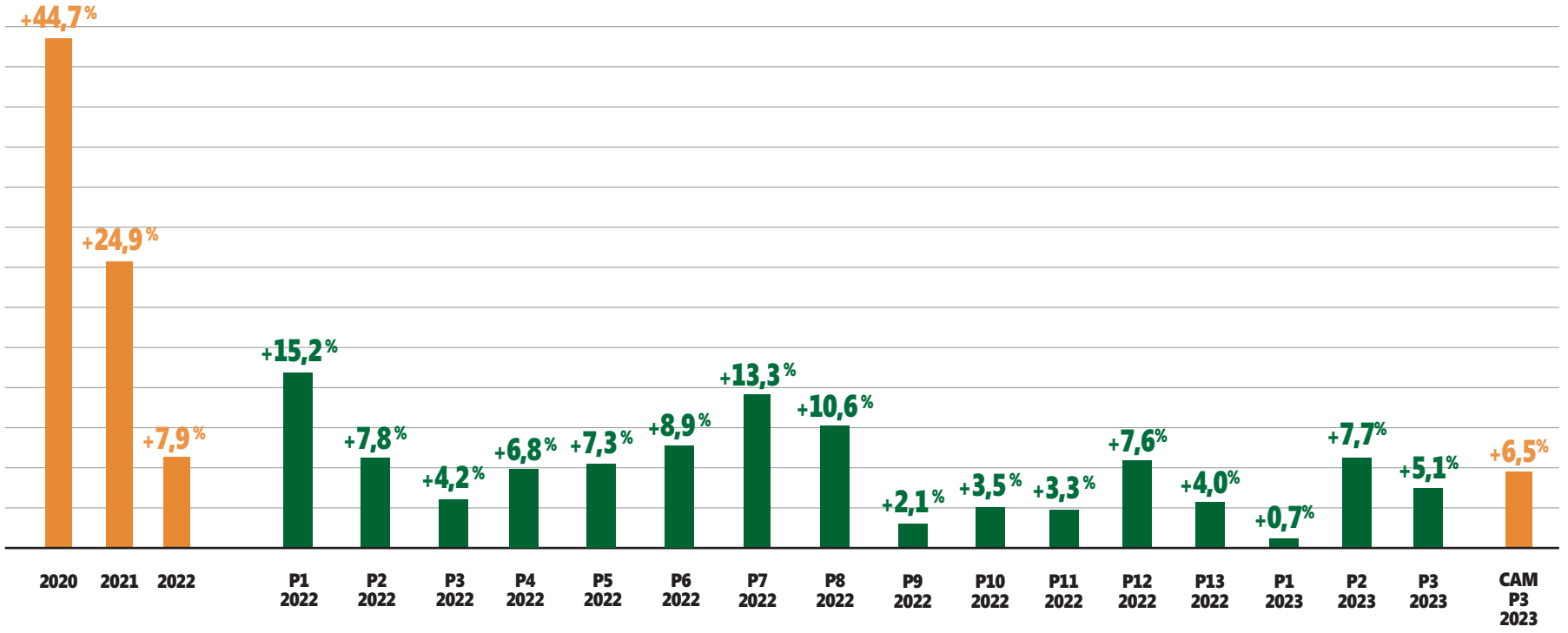
Baromètre Fevad Statista

DYNAMIQUE DE LA LAD GSA DEPUIS 1 AN

NielsenIQ

Evolution des ventes livraison à domicile France (périmètre PGC/FLS)

Hors livraison collaborative et autres modes de livraison traités directement par les drives.

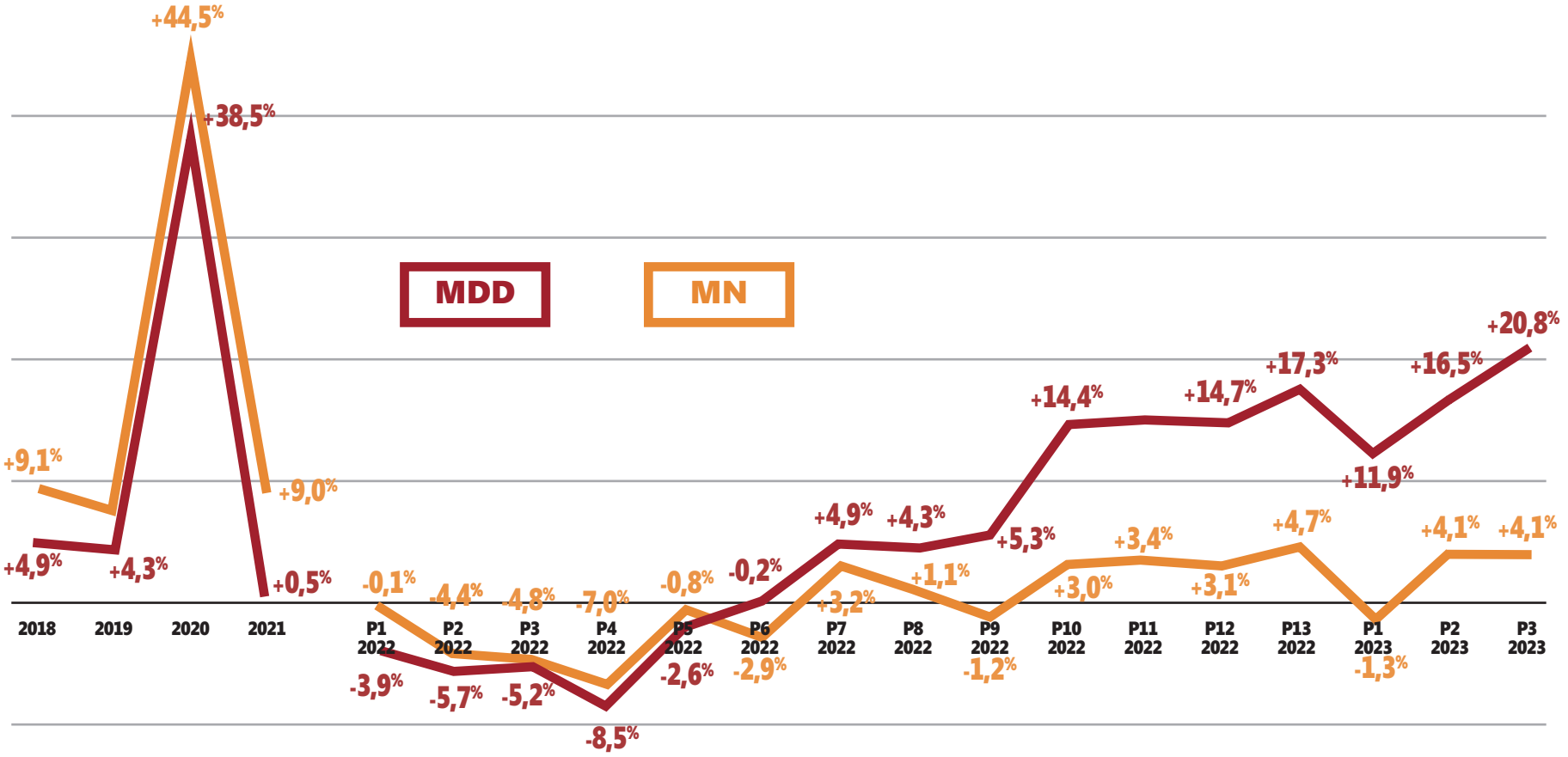


L'euphorie de la séquence Covid est bel et bien retombée. En 2022, la livraison à domicile s'est contentée d'un taux de progression de près de 8 %. Honorable s'agissant de repasser après une année 2021 à + 25 %. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue qu'une part non négligeable de cette croissance est due à l'inflation... Le coup de frein est donc sensible, la réalité des prix pratiqués par les sites de livraison a de quoi refroidir plus d'un consommateur séduit par le service.

MARQUES DISTRIBUTEURS VS MARQUES NATIONALES EN DRIVE + LAD

NielsenIQ

Évolution du CA en % vs n-1



Autre marqueur de l'inflation : la sur-performance des MDD. Dès lors que l'inflation a commencé à devenir pesante pour les clients, l'écart de vélocité entre l'évolution des ventes de MDD et celles de marques nationales n'a eu de cesse de s'accroître. Un phénomène général auquel n'échappent pas les circuits drive et LAD.

yper

Créée en 2016, Yper est un **service de livraison de courses à domicile** collaboratif. Les livraisons sont réalisées par des particuliers, co-transporteurs qui livrent les courses de vos clients sur leurs trajets du quotidien.

Yper c'est un service **flexible**, nécessitant **peu d'investissement** et **rapide à mettre en place.**

+ 1 Million
de livraisons effectuées

+ 2500
magasins partenaires

+ 7500
villes couvertes

La livraison Yper, comment ça marche ?

1

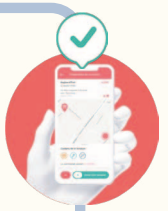


Saisie de livraison simplifiée

Réservez votre livraison en quelques clics sur **notre outil dédié** ou optez pour une **transmission API depuis votre site marchand**.

Recherche de Shopper[1]

Yper sollicite **sa communauté de Shoppers à proximité de votre magasin**. Un Shopper accepte de prendre en charge la livraison via notre application.



2

3



Livraison, suivi et évaluation

Le Shopper livre votre client pendant le créneau horaire demandé. Vous bénéficiez d'un **suivi de livraison en direct** et chaque partie prenante **évalue son expérience.**

Ils nous font confiance

E.Leclerc · U Les Nouveaux Commerçants · Intermarché · cora · Supermarché Match · Auchan · chronodrive · Jeff de Bruges · La Ruche qui dit Oui ! · le Jardin des Fleurs · Fleurs Naturel · Monceau Fleurs

Contacter notre équipe commerciale

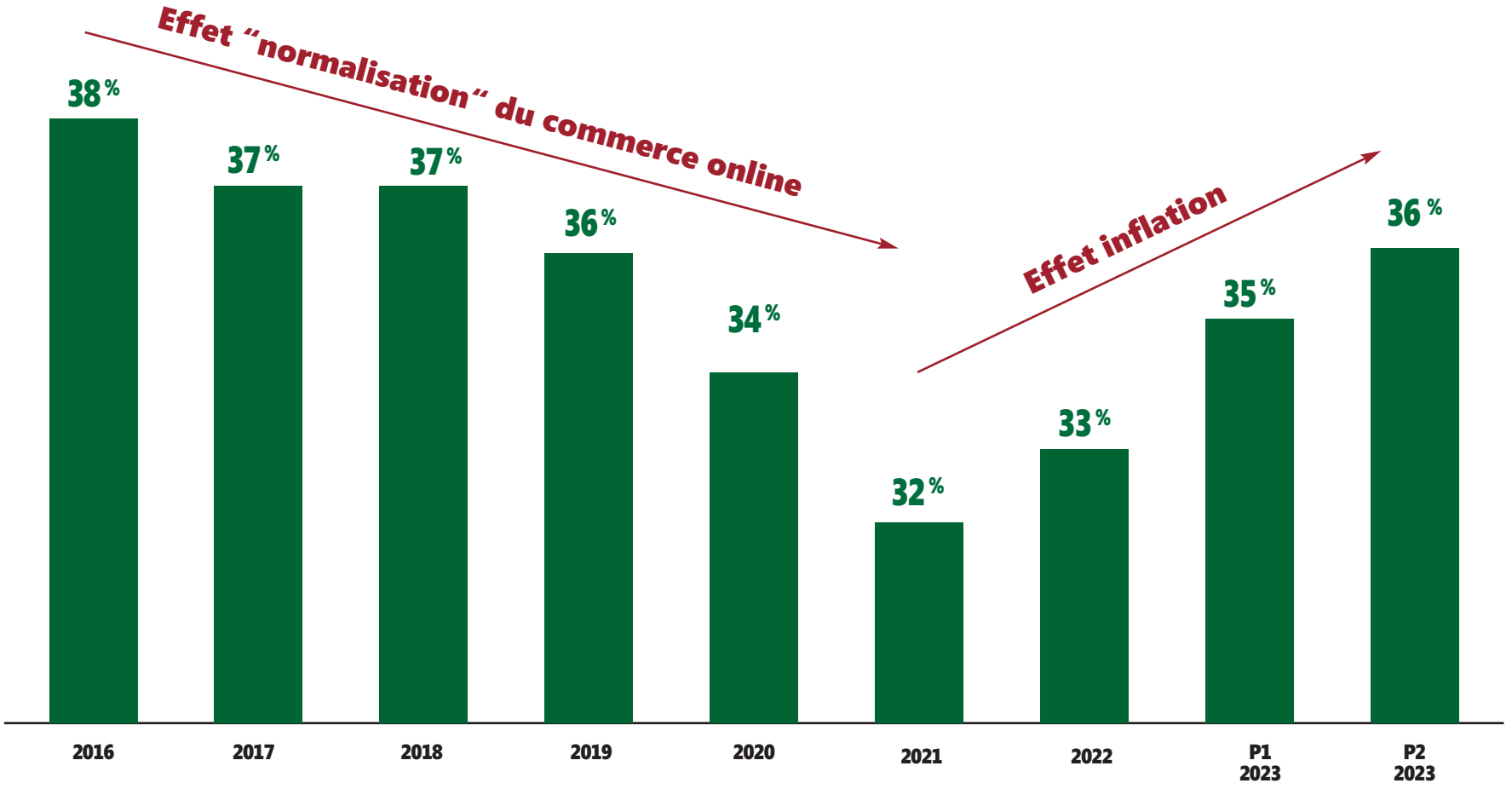
Par e-mail : **jeveux@yper.fr**

Ou visitez notre site internet : **yper.fr**

En savoir plus

PART DE MARCHÉ DES MDD EN DRIVE + LAD

NielsenIQ

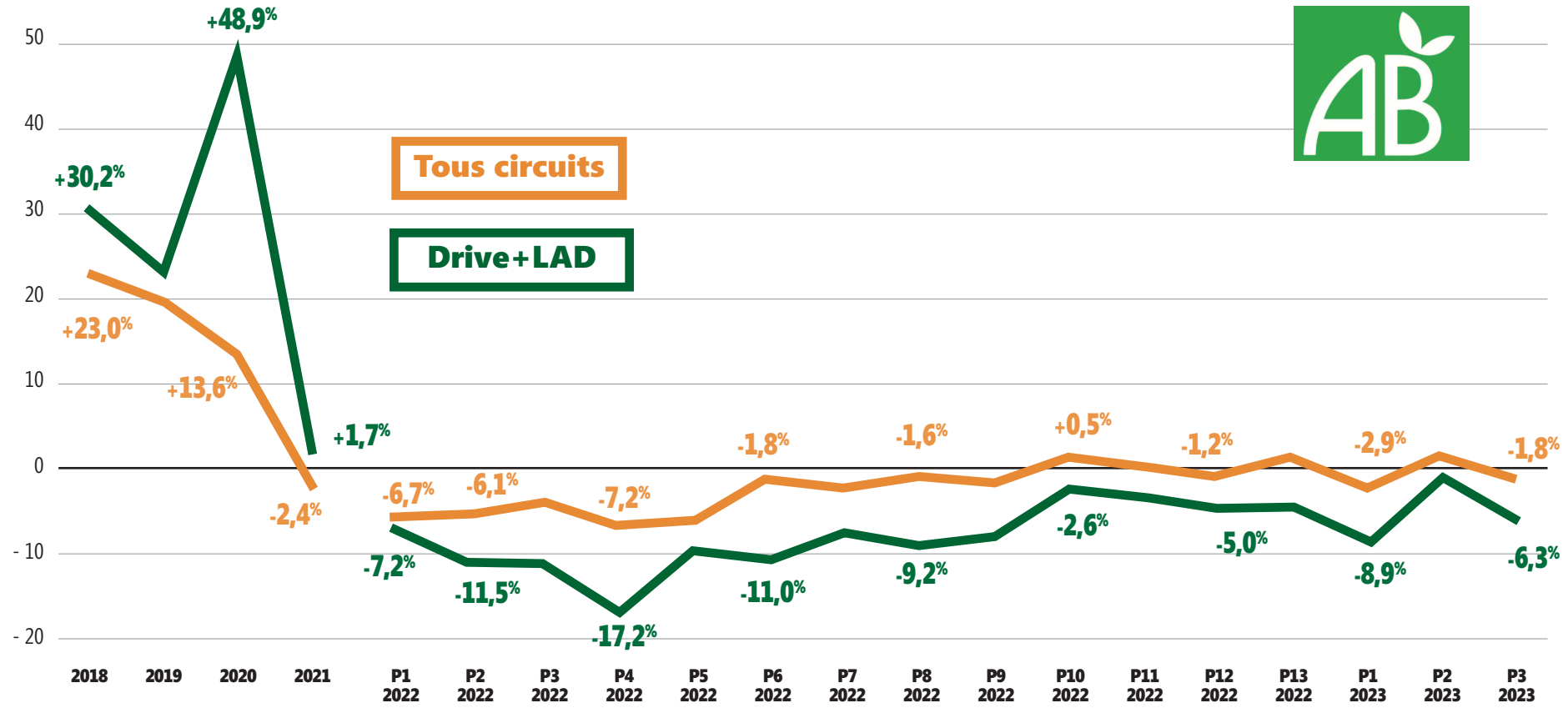


Aux débuts du drive, sur-représentées au sein d'assortiments limités, les marques de distributeurs s'adjugeaient une part de marché supérieure à celle du commerce physique . Les années passant et les offres s'étoffant, la part de marché des MDD n'a eu de cesse de s'éroder, jusqu'à ce que l'inflation s'en mêle...

DYNAMIQUE DU BIO EN DRIVE + LAD VS TOUS CIRCUITS

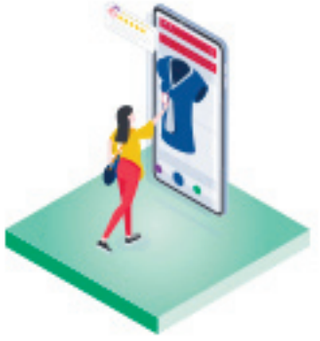
NielsenIQ

Évolution du CA en % vs n-1



Surperformant en bio durant les années fastes, le e-commerce accuse plus franchement que les magasins la désaffection pour les produits issus de l'agriculture biologique. Depuis début 2022, les évolutions on-line mensuelles sont systématiquement moins disantes que celles des autres circuits.

Optimisez votre **logistique omnicanale** grâce à **l'OMS/WMS* le plus performant et le plus adapté à la distribution alimentaire**



Multipliez et améliorez vos parcours clients



Optimisez la logistique omnicanale dans la **grande distribution**



Dotez-vous de l'outil **le plus puissant** de fulfilment en magasin

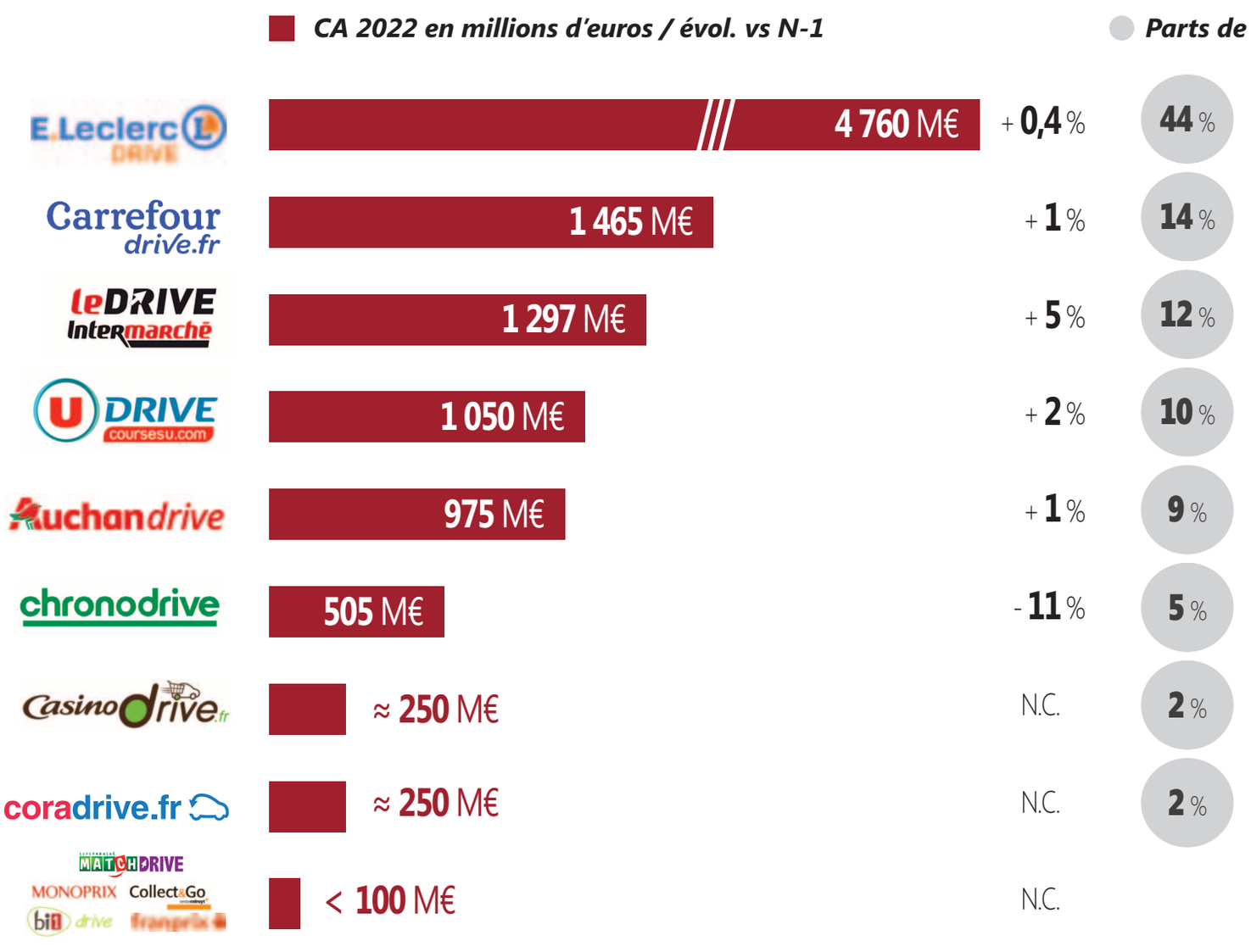
Je découvre les solutions

Nos clients ont choisi la performance

- **x2 capacité** de traitement de commandes en magasin
- **+80% hausse** de commandes parfaites
- **+1000 points de ventes** déployés dans l'alimentaire

**Order Management System (système de gestion de commandes) / Warehouse Management System (système de gestion d'entrepôts)*

POIDS DES ENSEIGNES DRIVE



Source : Editions Dauvers

Pour la deuxième année consécutive, le leader, Leclerc Drive, a enregistré une croissance légèrement en deçà de la moyenne du circuit. Sa PDM s'érode d'un point (44 % soit deux fois sa part de marché "physique") mais, Leclerc conserve une très large longueur d'avance.

Chronodrive qui était à la peine depuis quelques années a enregistré un recul sensible de son activité : - 11 %.

QUE PÈSE LE E-COMMERCE DANS L'ACTIVITÉ DES ENSEIGNES ?

KANTAR

Drive + LAD, périmètre PGC/FLS uniquement - données à P3 2023



pour 100 € dépensés dans l'enseigne combien le sont en e-commerce (drive, LAD) **?**



	Auchan / Auchan supermarché	cora	HYPER U / SUPER U	MONOPRIX	Casino #hyperFrais / Casino supermarché	Carrefour / Carrefour market	Intermarché SUPER
18,30 €	**12,05 €**	**10,53 €**	**8,50 €**	**6,25 €**	**6,06 €**	**5,92 €**	**4,13 €**

Autre façon de mesurer l'importance du e-commerce alimentaire : ramener le poids des ventes online sur un total de 100 euros dépensés dans chaque enseigne. Ce faisant, Cora se hisse à la troisième place derrière Leclerc et Auchan. Carrefour et Intermarché sont relégués en bas de tableau après Monoprix et Casino.

bascule

Data en temps réel sur le comportement du shopper en eRetail

Besoin de prendre des décisions pour votre performance eRetail basées sur la data eShopper ?



bascule.data est le 1er outil de **data analytics** centré sur l'analyse du **comportement** des acheteurs en ligne.

Tous les clics et les ajouts-paniers sont trackés, pour instantanément donner une vision précise du **trafic** et de la **conversion** sur plus de **100 000 sessions** de courses Drive.

Nos données sont disponibles à la **catégorie** et par **enseigne** Drive, pour les quatre chemins d'accès au basket : la liste des **favoris**, l'onglet **promotion**, l'**arborescence** et le **search**.

QUIZ

Connaissez-vous votre shopper Drive ?

1. DURÉE DES COURSES DRIVE
2. NOMBRE DE PAGES VUES
3. USAGE DE L'ARBORESCENCE
4. USAGE DE LA BARRE DE RECHERCHE
5. UTILISATION DES FICHES-PRODUITS
6. PART DES ACHATS SANS SCROLLER

1. 17 minutes | 2. 11 pages | 3. 50% | 4. 26% | 5. 9% | 6. 34%

bascule data : **outil privilégié des consultants de Bascule Consulting et des chargés de projet Media de Bascule Media**

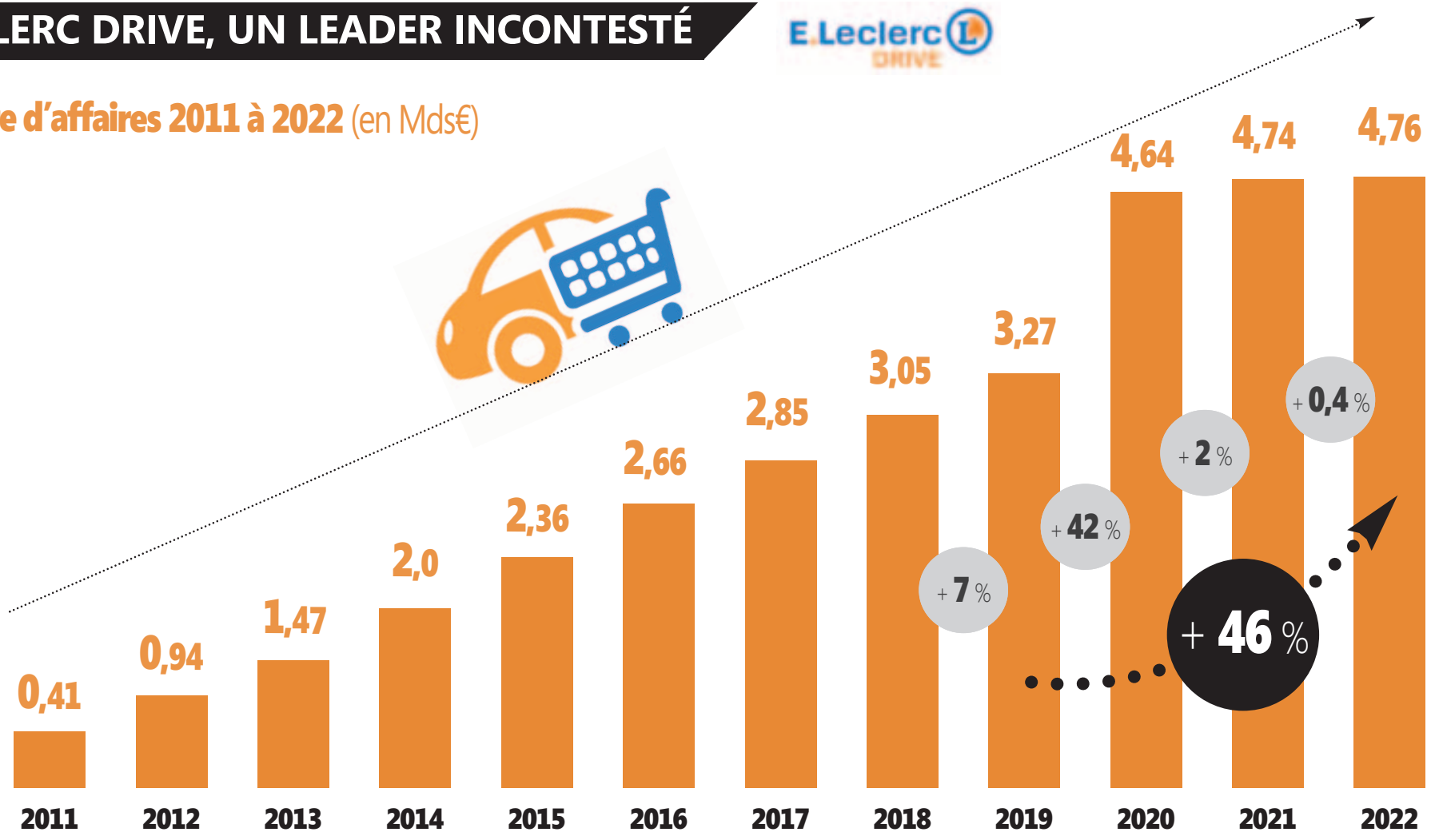
bascule consulting : **accompagnement stratégique et opérationnel pour augmenter votre performance sur le circuit eRetail**

bascule media : **conseil et optimisation des investissements eRetail Media**

contact@bascule.me

LECLERC DRIVE, UN LEADER INCONTESTÉ

Chiffre d'affaires 2011 à 2022 (en Mds€)



Source : Éditions DAUVERS

En 2022, Leclerc a maintenu son rang de leader du drive. En englobant les drives dits "voiture", les piétons et l'activité de LAD traitée pour l'essentiel par les drives, Leclerc a généré l'an dernier 4,76 milliards d'euros de CA selon les infos exclusives des EDITIONS DAUVERS. Bientôt le cap des 5 milliards, un objectif réaliste pour 2023...

LE E-COMMERCE DE LECLERC EN DÉTAIL



4,76 Mds€
+ **0,4** %

3,9 millions de clients

53 millions de commandes

Panier moyen : **90 €**

E.Leclerc DRIVE

743 drives (voiture), + 16 en 2022

CA	**4 400 M€ (- 2,3 %)**
Clients	**3,6 M**
Commandes	**49 M** (13,6 / client)
Panier	**89 €**
NPS	**43,4**

E.Leclerc Chez Moi

581 sites, 70 % du parc couvert

CA	**271 M€ (+ 66 %)**
Clients	**401 K**
Commandes	**2 M**
Panier	**134 €**
NPS	**49,5**

E.Leclerc RELAIS

102 drives (piéton), + 22 en 2022

CA	**80,4 M€ (+ 22 %)**
Clients	**167 K**
Commandes	**1,6 M**
Panier	**49 €**
NPS	**60,5**

Source : Éditions DAUVERS

Le format historique, le drive "voiture" est à la peine : – 2,3 % à parc non comparable (16 ouvertures sur l'année, soit un effet de parc théorique de + 2 %). Leclerc souffre d'une emprise locale qui est déjà élevée et d'une expérience d'achat qui se dégrade peu à peu avec la saturation des pistes lors des pics d'affluence. A l'inverse, LAD et drive piéton progressent, mais sur des volumes encore faibles. Plus de la moitié du CA LAD (56 %) est réalisé via les plateformes collaboratives. Une déception néanmoins : à Paris, la LAD pèse moins de 30 M€.

L'ESSENTIEL DES STRATÉGIES DES ENSEIGNES DRIVE

powered by

a3distrib GROUPE NIELSEN

éditions DAUVERS

DRIVE Insights

ÉTUDE DE RÉFÉRENCE DEPUIS 2012

Toujours 5 THÈMES MAJEURS... APPROFONDIS

LE PARC
LES ENSEIGNES
LES ASSORTIMENTS
LES PRIX
LA PROMOTION

+ DE NOUVELLES DATAS EXCLUSIVES

notamment :

13 FOCUS RAYONS

LE DÉTAIL DES OUVERTURES/FERMETURES

+ UNE PÉRIODICITÉ TRIMESTRIELLE

+ TARIFS INCHANGÉS DEPUIS 2012

Demande d'extrait et infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

éditions DAUVERS

II. LE PARC

#15 Évolution du parc

#16 Le parc drive par enseigne

#17 Le parc Carrefour en détail

#18 Les drives piétons

#19 Drives piétons : le match Auchan vs Leclerc

#20 L'éco-système e-commerce de Cora

#21 Casiers & consignes



ÉVOLUTION DU PARC

a3distrib by NielsenIQ

7 026 drives en France

au 1er avril 2023

+ 577 sur 12 mois



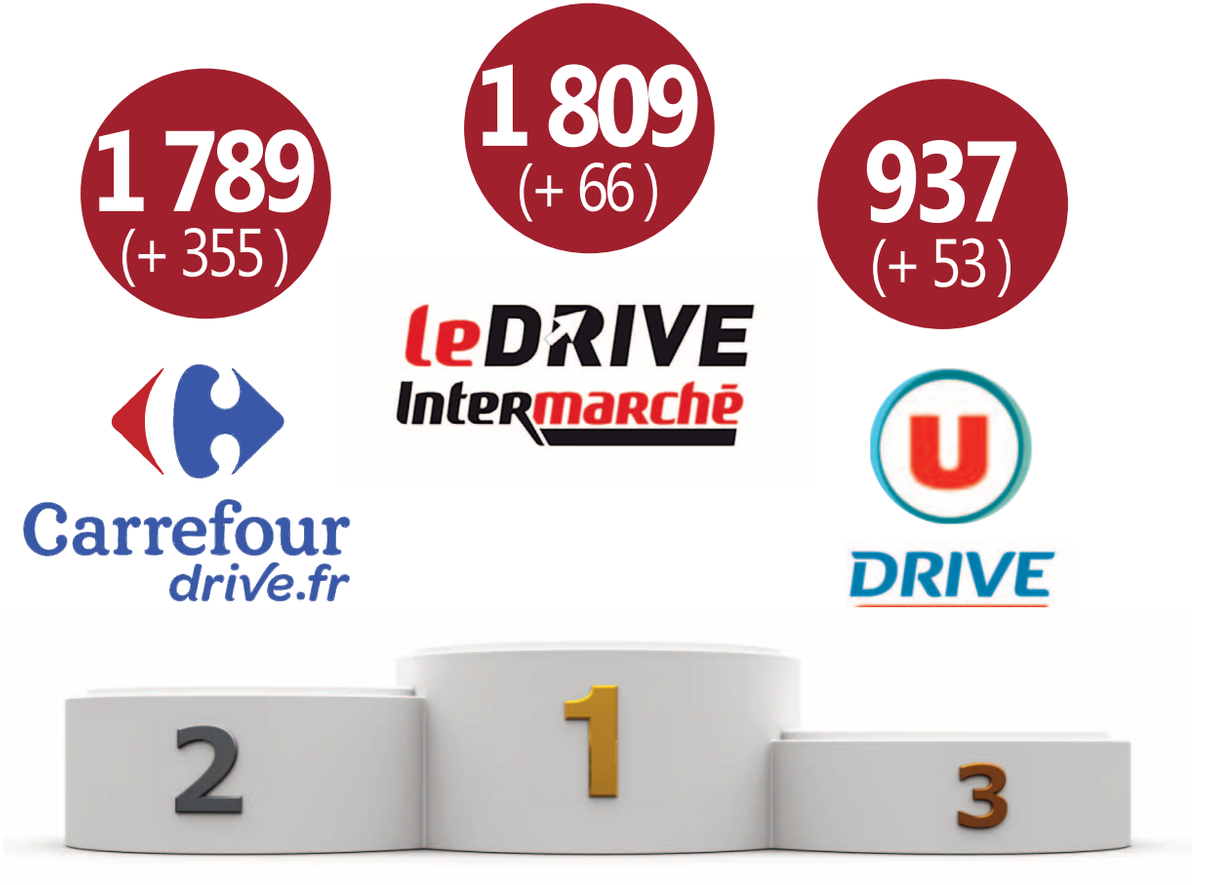
Avril 2023 :	seuil des **7 000** drives	
		27 mois
Janvier 2021 :	seuil des **6 000** drives	
		19 mois
Juin 2019 :	seuil des **5 000** drives	
		26 mois
Avril 2017 :	seuil des **4 000** drives	
		34 mois
Juin 2014 :	seuil des **3 000** drives	
		17 mois
Janvier 2013 :	seuil des **2 000** drives	

Le seuil des 7 000 drives vient d'être franchi deux ans et trois mois après celui des 6 000. Ce "1 000 supplémentaire" se compose en grande partie de drives piétons (Leclerc, Auchan) et de points de retrait ouverts sur des petites surfaces (SM Intermarché et proxi Carrefour).

LE PARC DRIVE PAR ENSEIGNE

a3distrib by NielsenIQ

Au 01/04/2023 - évolution sur 1 an



4 -	E.Leclerc DRIVE	863	(+ 52)
5 -	Casinodrive.fr	426	(+ 10)
6 -	Auchandrive	342	(- 11)
7 -	MONOPRIX	263	(+ 6)
8 -	SUPERMARCHÉ MATCH DRIVE	113	(- 1)
9 -	Collect&Go service colruyt	94	(+ 10)
10 -	bio drive	90	(-)
11-	coradrive.fr	73	(- 1)
12 -	chronodrive	55	(-)

carapax

Spécialiste des abris en toile tendue

30 ans d'expérience à votre service. Tél. 33 (0)4 74 97 30 00



GARANTIE 10 ANS GARANTIE

Pour plus d'informations cliquez ici : **www.abri-carapax.com**





SAS CARAPAX France ZA de Charray 171 Route des Brosses 38510 VEZERONCE CURTIN

Mail : carapax @ carapax.com

RCS de Vienne 409 906 039 (00022) APE 2511Z

LE PARC CARREFOUR DRIVE EN DÉTAIL

a3distrib by NielsenIQ

Carrefour drive.fr

1 789 unités (+ 355)



	Parc	évol / 1 an
Carrefour	**222**	+ 5
market	**836**	+ 14
city	**320**	+ 118
contact	**255**	+ 156
express	**147**	+ 66
Carrefour drive piéton	**9**	- 4

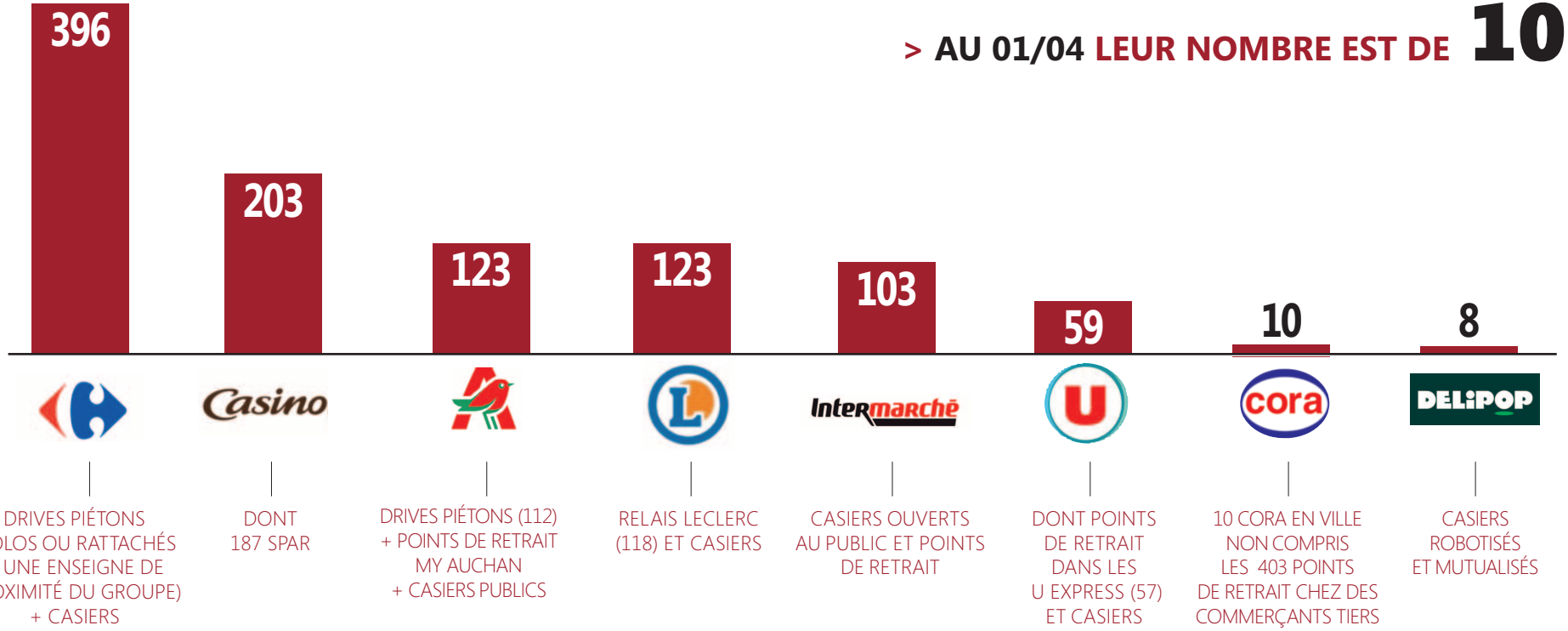
La pandémie a marqué un coup d'arrêt à la stratégie "drives urbains" de Carrefour. Nombre d'unités ont alors fermé leur porte. A l'issue de cette séquence, Carrefour est reparti de plus belle multipliant les ouvertures de points de retrait dans ses trois principales enseignes de proximité : City, Contact et Express. Ce faisant, le groupe rivalise désormais avec les Mousquetaires pour la place du 1er parc drive déployé.

LES DRIVES PIÉTONS

NielsenIQ TradeDimensions

> **DÉFINITION :** Le drive piéton se caractérise par un service drive offert par un point de retrait ou un magasin sans parking. En clair, dans le parc de "piétons" cohabitent à la fois des magasins de centre-ville (sans parking) tels que Spar, U Express ou Intermarché Express et les "véritables" drives piétons d'Auchan ou Leclerc par exemple. Les casiers accessibles au public en font aussi partie.

> **AU 01/04 LEUR NOMBRE EST DE 1025**





wanzl

Chariot pour préparation de commandes

Configurez votre chariot idéal en quelques clics

- Construisez votre chariot KT3 idéal à l'aide de notre **configurateur online**. Dimensions, accessoires, tablettes, à vous de choisir.

Testez le configurateur

Flashez ou cliquez

www.wanzl.com

DRIVES PIÉTONS : LE MATCH AUCHAN VS LECLERC

Au 18/04/2023



118

E.Leclerc RELAIS

en activité

Aulnoye-Aymeris (59)
+ 3 autres à Lille
(St-Maurice Pellevoisin,
Rihour et Lambersart)
+ 2 à Bordeaux
(Cenon, Caudéran)



112

Auchan Piéton

en activité

Le parc des Leclerc Relais dépasse désormais celui des Auchan Piétons. Une situation due au coup d'arrêt porté par Auchan au déploiement de ses petites unités - voire à la fermeture de certaines comme à Arras et St-Quentin récemment - et à la poursuite soutenue des ouvertures de Relais Leclerc.

L'ÉCO-SYSTÈME E-COMMERCE DE CORA

60 hypers cora

60 drives coradrive.fr

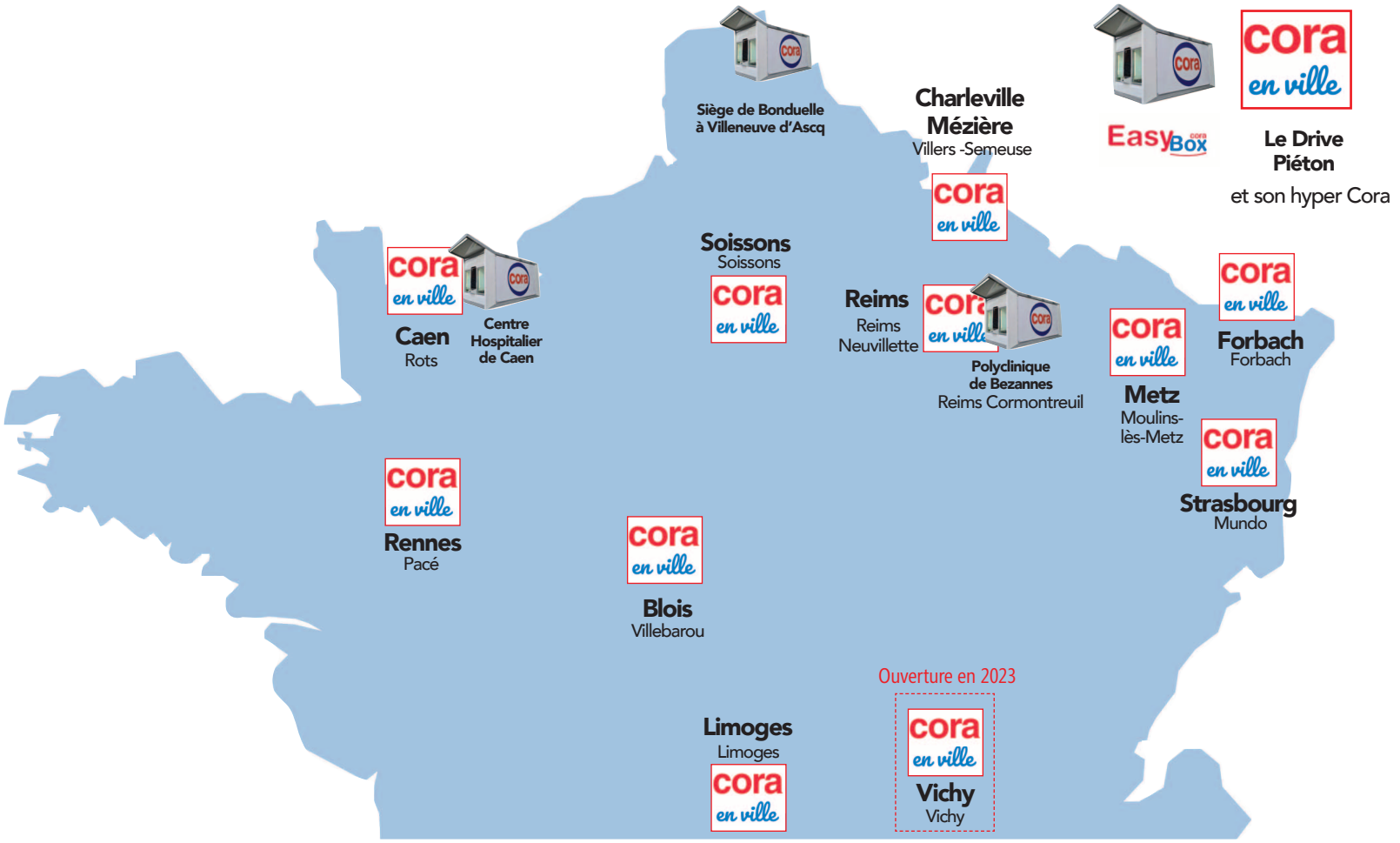
60 services LAD

10 drives piétons cora en ville

3 casiers automatisés EasyBox
+ 3 à venir

403 commerçants partenaires Point de Retrait

11 agences partenaires autour de Cora Caen



Après avoir fait ses débuts on-line en 2010, Cora a été la première enseigne à avoir équipé 100 % de son parc en drive fin 2014. Parallèlement, tous les hypers Cora proposent la livraison à domicile. Septembre 2016 a marqué l'ouverture à Metz du premier drive piéton Cora en Ville. A partir de 2018, Cora s'est intéressé aux périphéries et, au-delà, aux zones plus rurales autour de ses hypers avec ses Points de Retrait chez des commerçants partenaires. Dernière brique complétant la stratégie e-commerce de Cora : les containers robotisés 24/24 EasyBox.

InStoreSolution
GROUPE INTERWAY

BORNES & LOGICIELS DRIVE - LOCKERS SUR MESURE ET ROBOTISÉS
SOLUTIONS DIGITALES - PICKING AUTOMATISÉ

- InStore Solution accompagne les Retailers dans l'optimisation de leur stratégie omnicanale. Nos solutions innovantes pour automatiser le picking, le drive et le Click & Collect 24H/24 sont disponible en indoor et outdoor.

Notre groupe, fort de 700 collaborateurs est présent sur l'ensemble du territoire pour assurer la maintenance et les déploiements.

















- **CONSEIL PARCOURS-CLIENT**
- **CRÉATION ET DESIGN**
- **BUREAU D'ÉTUDES & SOURCING**
- **DÉVELOPPEMENT INFORMATIQUE**
- **PRODUCTION**
- **DEPLOIEMENT ET MAINTENANCE**

PLUS D'INFORMATIONS :
Bornes Drive
Lockers et Click & Collect

CONTACT : INSTORE SOLUTION (Lille / Paris) contact@instore-solution.fr Tél: 03 28 777 888

CASIERS & CONSIGNES

Au 01/04/2023

81

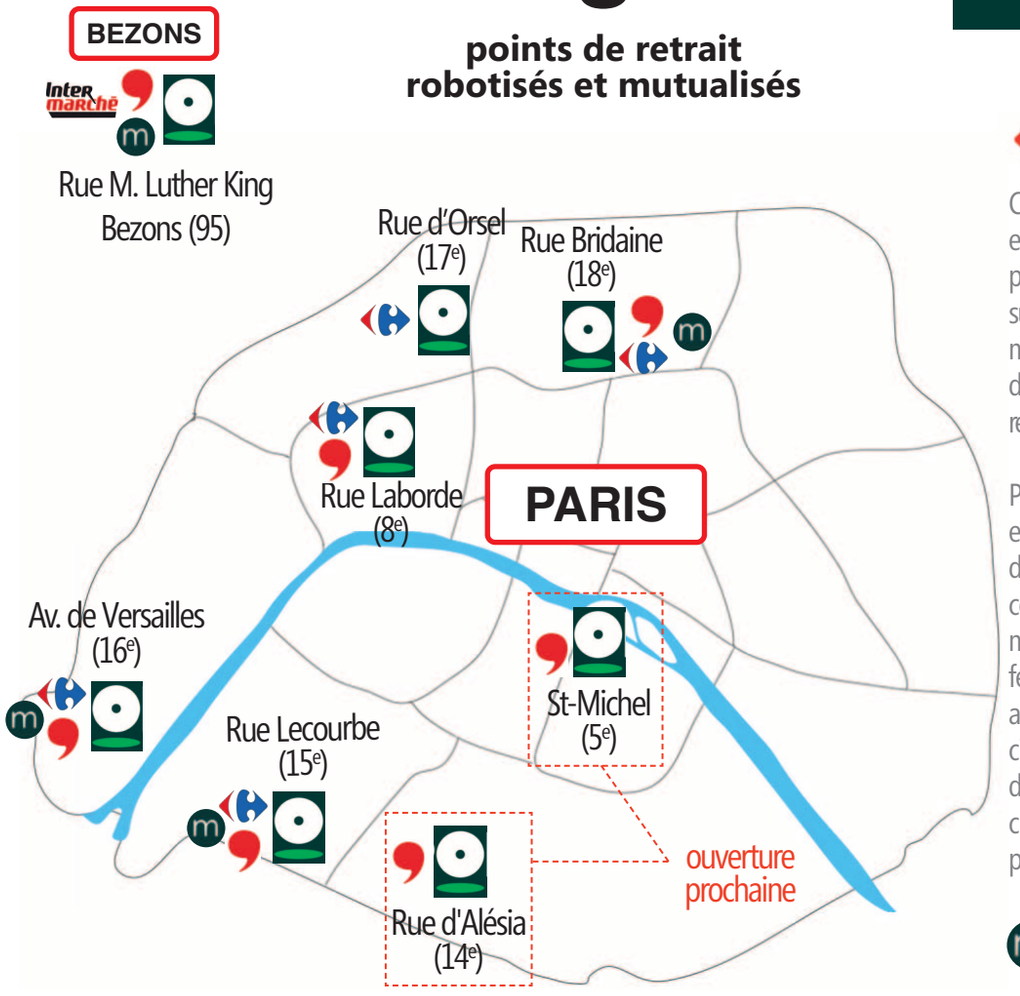
casiers d'enseignes
(ou consignes) publics*

DRIVE 24/24	25
Carrefour	23
Casino	12
Auchan	11
Leclerc	5
U	3
cora	2

* Ne sont pas pris en compte les casiers/consignes privatifs installés sur des lieux de travail et réservés aux employés de l'entreprise. La plupart des enseignes en disposent au niveau de leur siège ou auprès d'entreprises tierces comme Auchan chez Thalès, Intermarché chez Kantar ou Cora chez Bonduelle.

8

points de retrait robotisés et mutualisés



DELIPOP

Carrefour est la première enseigne à avoir signé un partenariat avec Delipop, suivie de Monoprix et Intermarché qui vient tout juste d'entrer en scène. Un 4ème retailer est attendu sous peu...

Parallèlement, pour pousser encore plus loin le concept de mutualisation, Delipop collabore avec la place de marché Marketbox qui fédère des commerçants, artisans et producteurs en circuits courts. Trois points de retrait accueillent les commandes de cette plateforme.

marketbox

éditions DAUVERS

III. L'OFFRE

#22 L'assortiment drive moyen

#23 L'assortiment drive par enseigne

#24 Corrélation largeur d'offre et performance : le cas Intermarché

#25 L'offre premiers prix en drive

#26 L'assortiment des sites de livraison à domicile

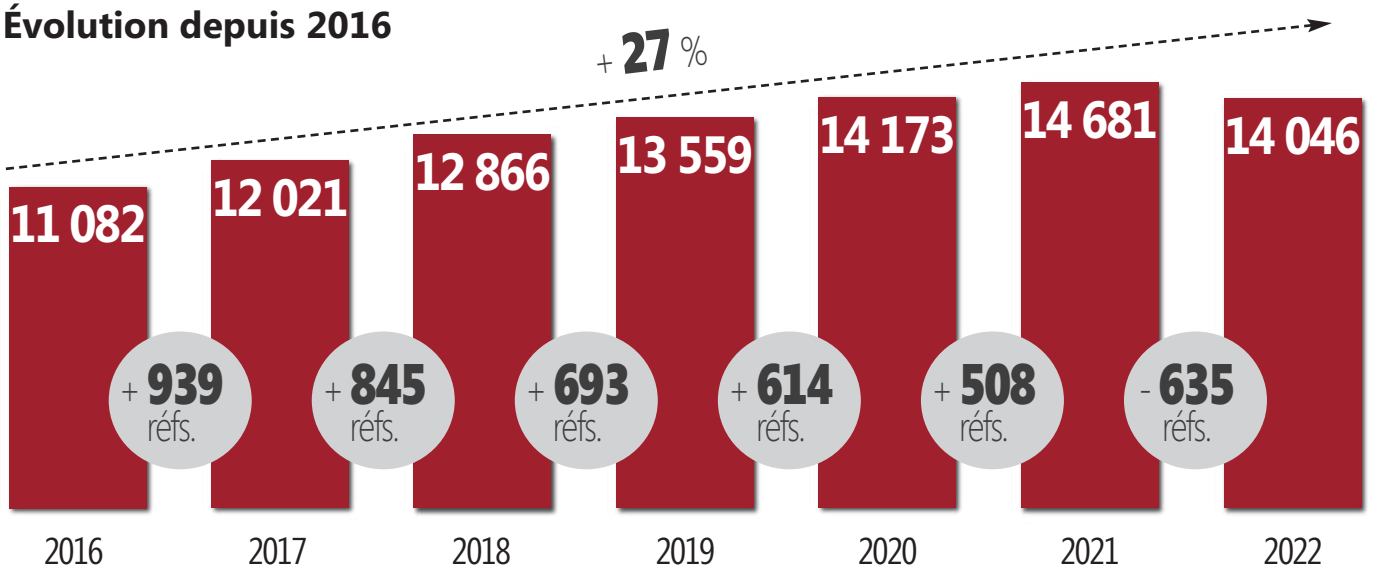


L'ASSORTIMENT DRIVE MOYEN

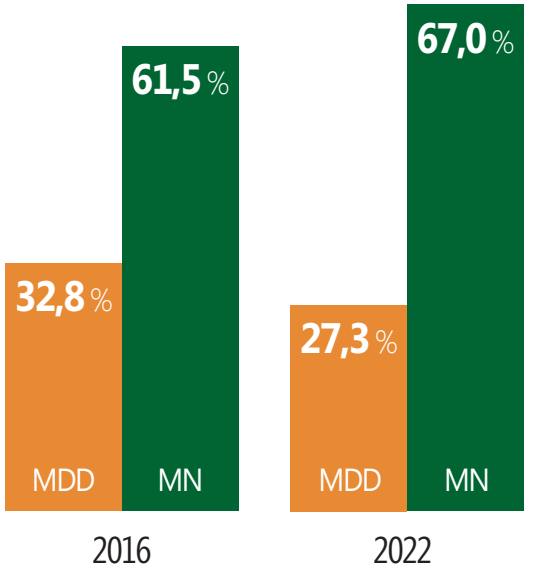
a3distrib by NielsenIQ

Au 01/01/2023

> Évolution depuis 2016



> Répartition MDD/MN



> Offre vendantes

NielsenIQ *Au 01/01/2023*

(nombre de réfs. PGC/FLS achetées au moins une fois par mois)

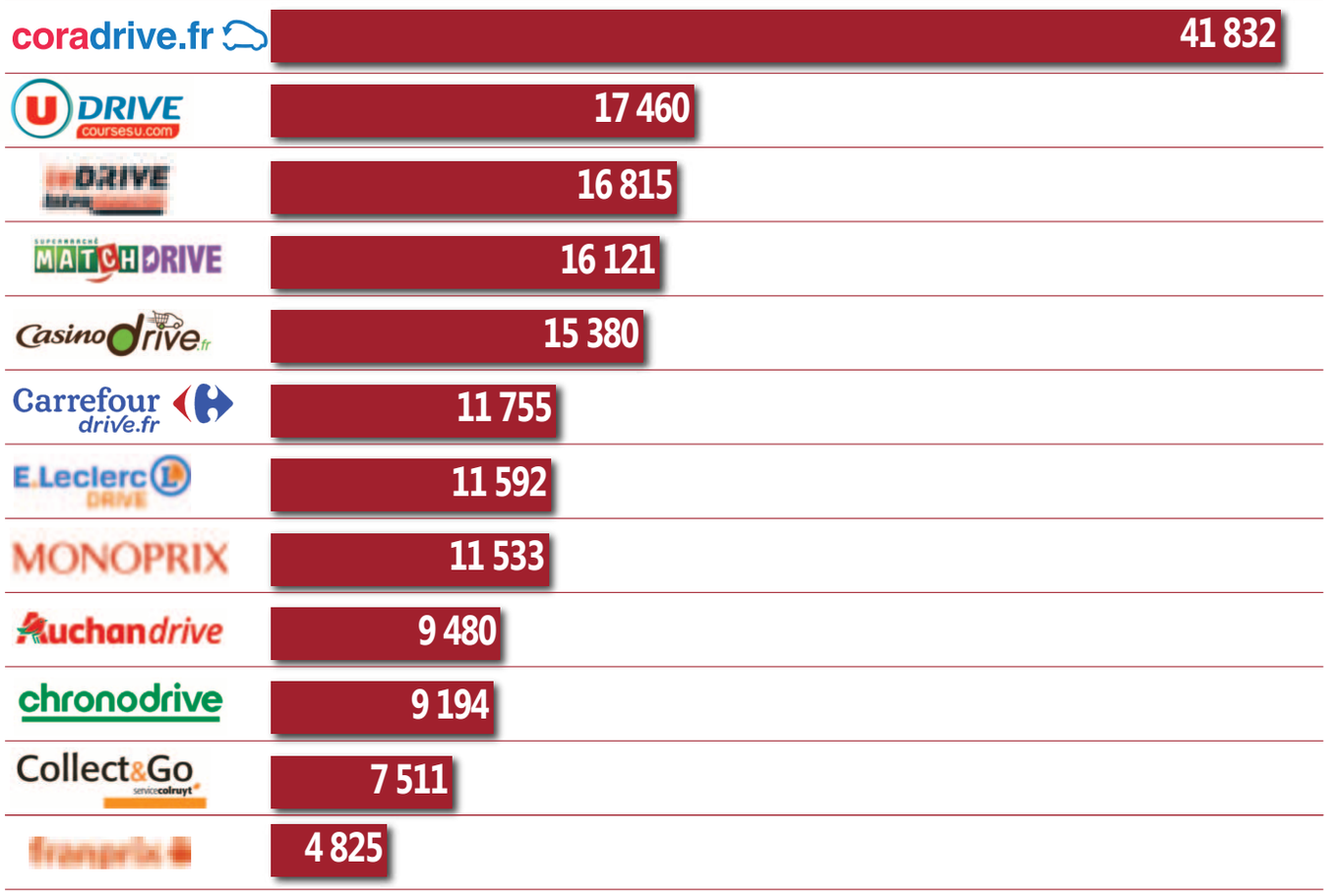
5 600 références en moyenne

Après avoir dépassé les 14 500 réfs, l'offre moyenne des drives est redescendue au seuil des 14 000. Plus qu'un véritable retour en arrière, cette tendance est directement liée aux ouvertures récentes qui, toutes enseignes confondues, sont majoritairement constituées de "petits drives" qu'ils soient "voiture" ou piétons.

L'ASSORTIMENT DRIVE PAR ENSEIGNE

a3distrib by NielsenIQ

Au 01/01/2023



offre moyenne France

14 046

références



Avec **55 579 réfs.** Cora Nancy Houdemont est le drive français le plus fourni !

Avec près de 42 000 références en moyenne, Cora Drive pourrait avoir pour slogan « tout sous le même doigt ». L'enseigne n'a de cesse d'étoffer son offre afin de coller à son assortiment magasin. De fait, alors que le non-al pèse en moyenne 11 % de l'offre toutes enseignes confondues, il s'élève à 43 % chez Cora Drive.

TAUREAU AILÉ

NOUVEAU

BOOSTEZ L'OFFRE DU RAYON EXPRESS AVEC TAUREAU AILÉ !

PRÊT EN 2 MIN MICRO-ONDES

SANS COLORANT
SANS CONSERVATEUR

7 RÉFÉRENCES QUI PERFORMENT





LES DOYPACKS

UN SEGMENT EN CROISSANCE
+ 11%* VOL EN 2022

1ER CONTRIBUTEUR
à la croissance

N°1

+ DE 5 MILLIONS
d'UC vendues

2 NOUVELLES RECETTES



UN PLAN MEDIA PUISSANT

EN MAGASIN
ACTISHELF
ET PROMOTION



4 VAGUES TV
+ SPONSORING DÉDIÉ
AUX DOYPACKS



EN SAVOIR PLUS

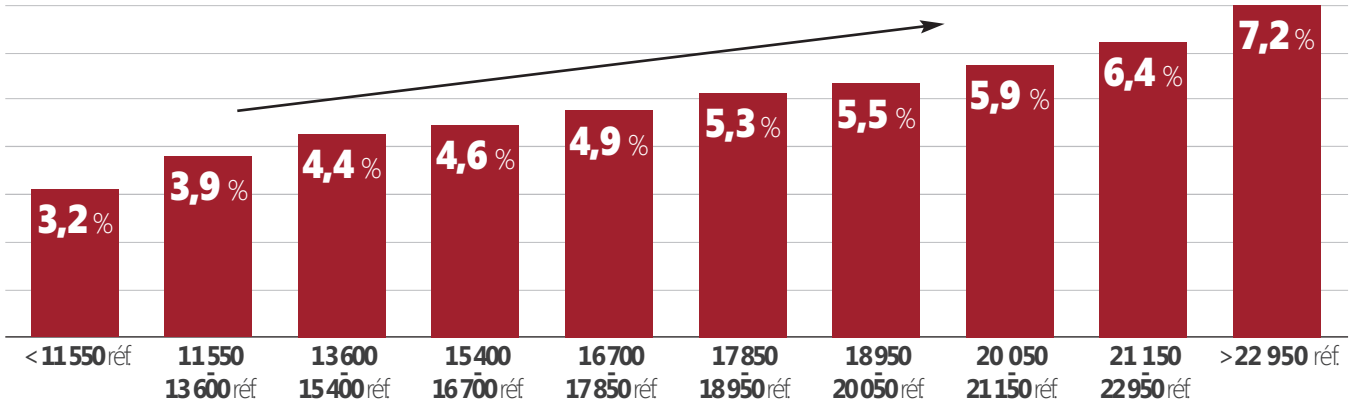
* Source IRI CAM P2 23 TS CIRCUITS

CORRÉLATION LARGEUR D'OFFRE ET PERFORMANCE : LE CAS INTERMARCHÉ

> Corrélation entre OFFRE DRIVE et QUOTA DRIVE

X %

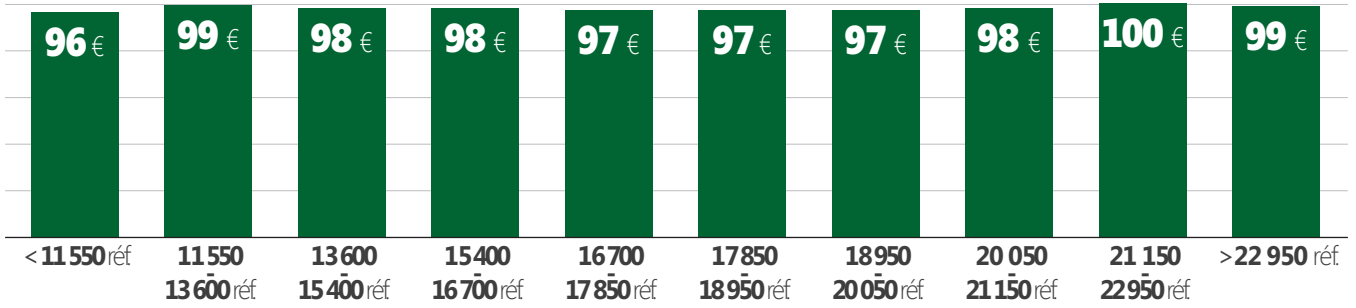
% du CA en drive (hors carburant)



> Corrélation entre OFFRE DRIVE et PANIER MOYEN

X €

Panier moyen



leDRIVE Intermarché

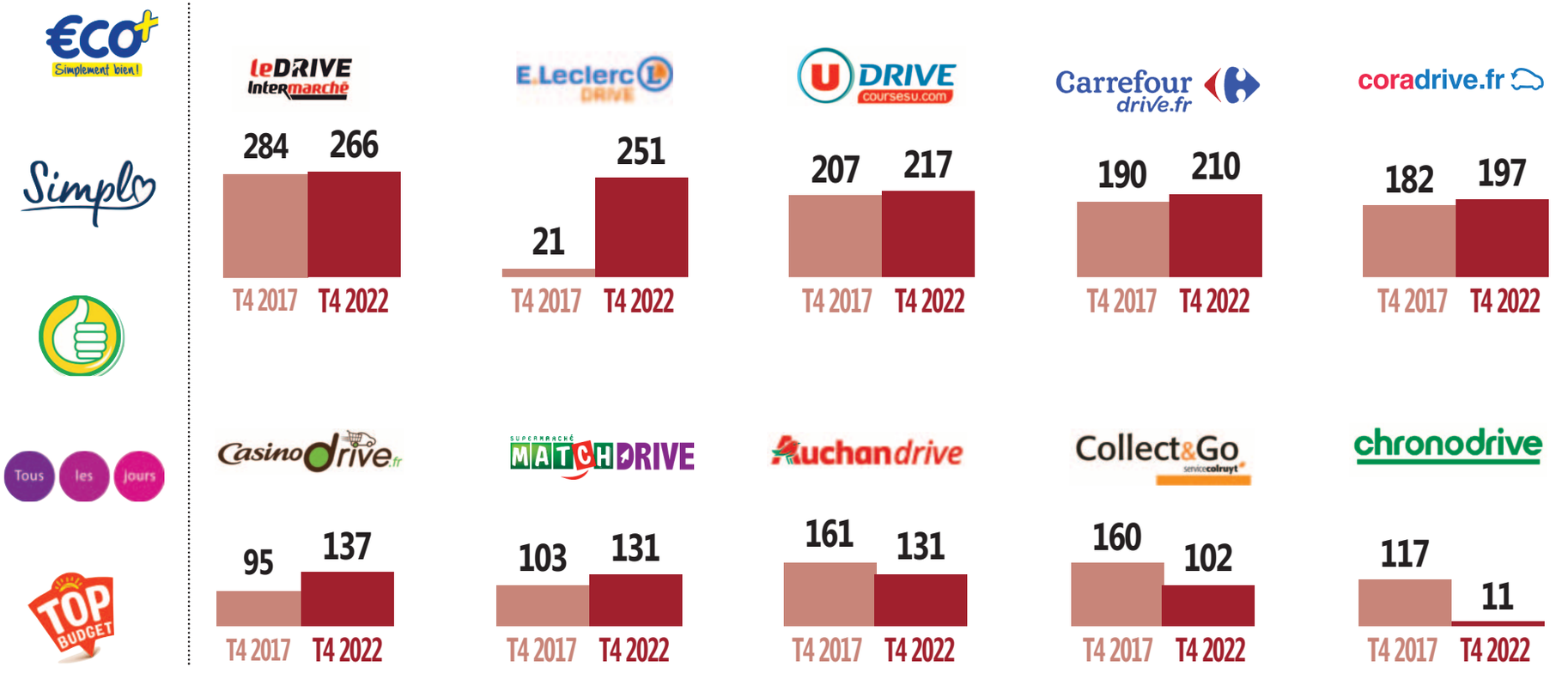
Sur la base des indicateurs clés de performances de 1 700 sites drive Intermarché.

Avec plus de 16 800 codes, l'offre moyenne d'un drive Intermarché a bondi de 912 références sur un an. La question de l'efficience économique de cette offre sans cesse étoffée se pose. L'analyse des datas issues du parc Intermarché livre un verdict à deux visages. Côté pile, la corrélation entre la taille de l'offre et le quota drive est presque parfaitement linéaire. Plus un magasin présente un assortiment drive large, plus son quota drive augmente. Côté face, comme cela avait déjà pu être démontré, la taille de l'offre n'a, en revanche, absolument aucune influence mesurable sur le panier moyen, autre indicateur clé de performance.

L'OFFRE PREMIERS PRIX EN DRIVE

a3distrib by NielsenIQ

Nombre de références premiers prix au T4 2017 et au T4 2022



A la faveur de l'inflation, les produits premiers prix sont revenus sur le devant de la scène. En drive, rentabilité oblige, ces produits d'entrée de gamme n'ont pas toujours été privilégiés par les enseignes. Illustration avec Leclerc qui n'en a longtemps compté qu'une vingtaine. Désormais l'offre Eco+ en drive totalise 251 réfs. En moyenne, toutes enseignes confondues, 141 réfs 1er prix sont dénombrées.

EXPERT ENGAGÉ DU DERNIER KM,

Drive to Home propose **la livraison professionnelle sous température dirigée** partout en France

Drive to Home, votre partenaire pour :

1. **La livraison de courses aux domiciles des particuliers**
2. **La logistique inter drive**
3. **Le lâcher de caddies**

Faire appel à Drive to Home, c'est :

- Enrichir vos prestations de services
- Répondre aux attentes des consommateurs et fidéliser vos clients
- Développer votre chiffre d'affaires
- Optimiser votre logistique
- Moderniser l'image de votre magasin



*note et taux moyens constatés en 2022

Drive to Home met en place des solutions sur mesure pour créer ou booster votre service de livraison à domicile : plan de communication, stratégie «look alike», optimisation des flux...

Le matériel que nous utilisons et les process que nous suivons garantissent la **traçabilité** en temps réel et le **transport de produits frais** (+2°C) **et surgelés** (-15°C) dans le respect de la chaine du froid : véhicules équipés, caissons isothermes, plaques eutectiques, sondes, PDA, URL de tracking, TMS ...

Avis Vérifiés **4,7/5***

NPS **73,9***

ISO 9001 ISO 22000

Drive to Home est la première entreprise française du Last Mile alimentaire certifiée des normes **ISO 9001** et **ISO 22000**.

Certification délivrée par DNV







Contact :
Nathalie Florin – Directrice des ventes
nathalie.florin@drivetohome.fr
www.drivetohome.fr

Drive to Home est une filiale de Hopps Group, acteur entrepreunarial français, révélateur de croissance et 1er expert privé de la logistique du dernier Km.

Drive to Home

L'ASSORTIMENT DES SITES DE LIVRAISON À DOMICILE

a3distrib by NielsenIQ

[TOUS MARCHÉS - MOIS DE DÉCEMBRE 2022]

MONOPRIX plus
24 861 réfs.

houra.fr Tout va bien, il y a houra !
15 510 réfs.

Carrefour livré chez vous
14 046 réfs.

E.Leclerc Chez Moi
11 264 réfs.

Auchan
8 983 réfs.

Livraison 1h
3 853 réfs.

GORILLAS
1 178 réfs.

Grâce à son installation robotisée signée Ocado, Monoprix+ propose l'assortiment le plus large sur le marché de la LAD "pure", Cora restant cependant devant avec son principe de livraison à partir des drives. A l'opposé, les concepts de livraison express se distinguent avec une offre restreinte.

éditions DAUVERS

IV. LE PRIX

#27 Indice prix drive exhaustif

#28 Indice prix livraison à domicile

#29 Picnic : la livraison à prix discount

#30 Uber Eats fait payer cher le service

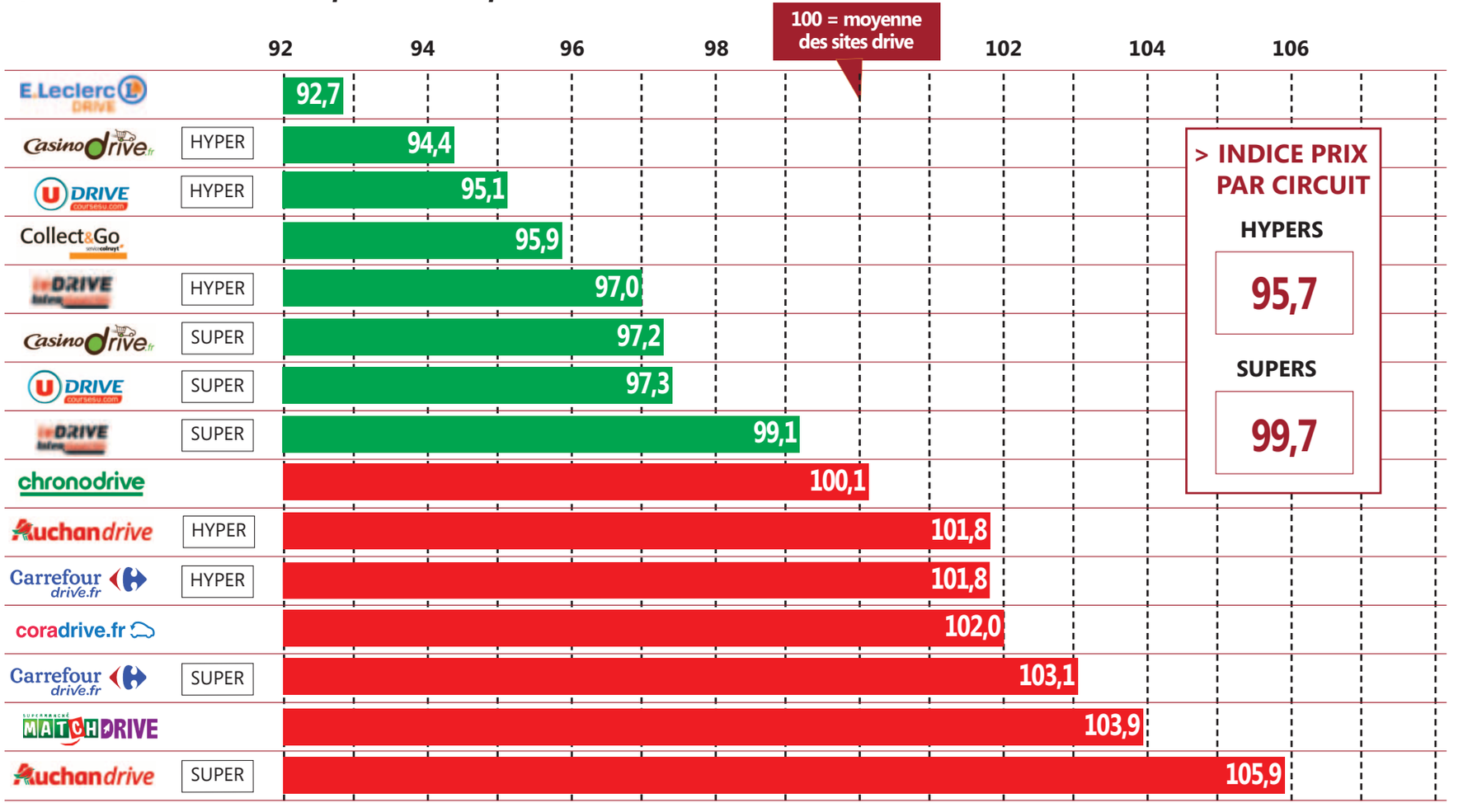
#31 Le prix du quick-commerce



INDICE PRIX DRIVE EXHAUSTIF

a3distrib by NielsenIQ

Au 01/01/2023 - sur la totalité des produits comparables



Leclerc conforte sa place de n°1 depuis que Casino a très nettement relâché la pression. Il y a désormais 1,7 point d'indice entre les deux enseignes alors que les drives des hypers de Casino avaient réussi un temps à devancer Leclerc. Même mouvement pour les supermarchés. Les voici désormais distancés par les hypers d'Intermarché.

INDICE PRIX LIVRAISON À DOMICILE

a3distrib by NielsenIQ

L'indice prix des sites de LAD alimentaire

DISTRI PRIX AVRIL 2023

datas du 01/03 au 31/03

	Picnic	E.Leclerc Chez Moi	amazon	Auchan	Gorillas
Indice (vs 100 moyenne)	**78,4**	**82,5**	**83,3**	**90,2**	**96,5**
	3 400 produits comparés	1 009 produits comparés	4 494 produits comparés	4 484 produits comparés	617 produits comparés

	Carrefour livré chez vous	Monoprix plus	houra.fr	Livraison express
	99,7	**99,8**	**105,6**	**108,3**
	5 121 produits comparés	7 628 produits comparés	5 838 produits comparés	2 658 produits comparés

MÉTHODOLOGIE

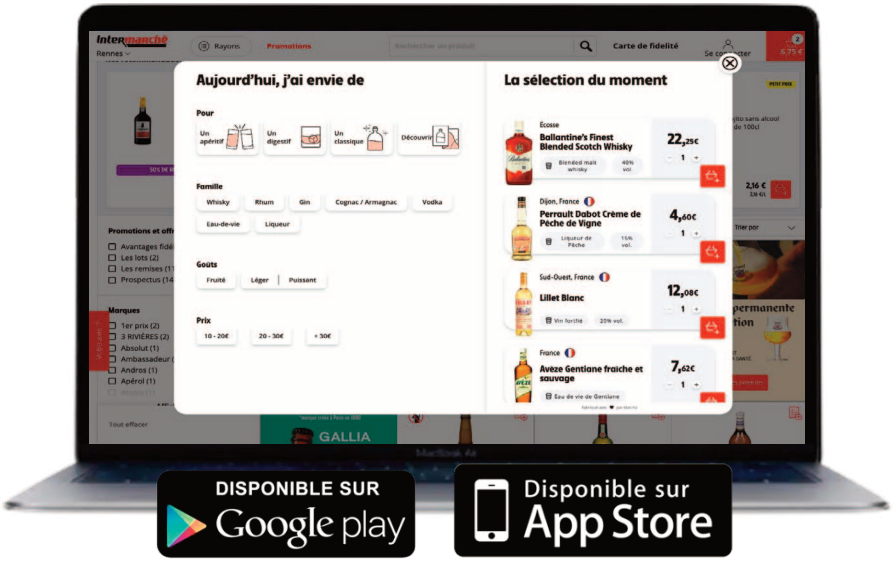
L'indice DISTRI PRIX LAD est calculé sur le principe statistique de la moyenne des indices de prix au produit. Les indices de prix sont calculés sur la base des prix UC, qui ne tient compte que des remises immédiates (RI). Les mécaniques différées (Cartes, LV...) ne sont pas prises en compte dans le prix. De même, les coûts de livraison (variables et souvent offerts au-delà d'un niveau de commande) ne sont pas intégrés. **Etape 1 :** Sont comparés tous les produits de marques identiques, présents dans un minimum de 3 de ces sites web. **Etape 2** : Pour chacun des produits retenus dans l'étape 1, un prix moyen est calculé. Il s'agit du « Prix moyen marché ». **Etape 3** : Pour chaque produit de chaque site est calculé un indice par rapport au « Prix moyen marché ». Ne sont pas pris en compte tous les indices inférieurs à 50 et supérieurs à 150 (pour exclure du comptage les erreurs de prix). **Etape 4** : l'indice du site est calculé en faisant la moyenne des indices calculés dans l'étape 3.

Les sites étudiés : Picnic, Amazon France, Leclerc Chez Moi, Auchan Direct, Carrefour Livré Chez Vous, Gorillas, Veepee, Houra, Monoprix Plus, Vinatis, Cdiscount, Carrefour Livraison Express et Maison du Whisky. Seuls les résultats avec + de 1 000 produits comparés sont publiés.

En matière de livraison à domicile, force est de constater que le roi du discount, Leclerc, a du fil à retordre avec le déploiement progressif de Picnic. Fort de son concept "tournée du laitier" 2.0, le retailer néerlandais distance Leclerc Chez Moi de plus de 4 points et s'affichent plus de 20 % moins cher que la moyenne nationale.

MATCHA

Caviste E-commerce dédiée aux vins, bières et spiritueux



- Matcha offre une **solution performante de caviste digital, activable en e-commerce et en magasin**
- **Branchée à votre assortiment** stock / prix / promotions en temps réel ET par magasin
- **Possibilité de booster des produits** (MDD…) et de **monétiser avec des marques partenaires**

x3

sur le **Taux de Conversion** vs. navigation classique

+25%

sur le **Panier moyen** des trois catégories

22%

Notre part de marché E-commerce alimentaire

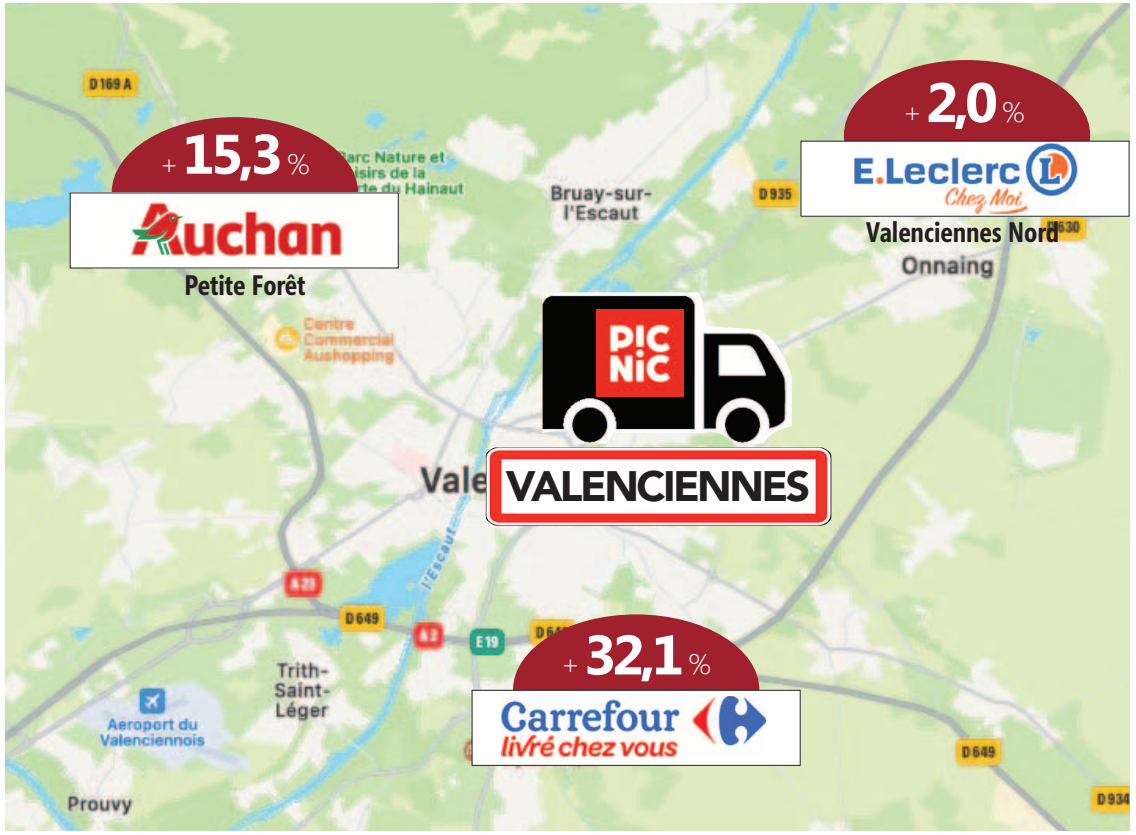
4 enseignes

Carrefour · Intermarché · MONOPRIX · Groupe Casino

matcha.wine

PICNIC : LA LIVRAISON À PRIX DISCOUNT

> Comparatif prix au 17/03 sur 1 138 réf. communes à Valenciennes



Source : Editions Dauvers / A3 Distrib

> Caractéristiques offre et livraison

PIC NIC
Offre : **6 500 réf.** PGC / Frais LS / Trad
Minimum/commande : **35 €**
Frais de livraison : **0 €**

E.Leclerc
Offre : **13 200 réf.** dont 1600 réf. non- al
Minimum/commande : **50 €**
Frais de livraison : **7,90 €**
uniquement livraison collaborative

Auchan
Offre : **9 700 réf.** dont 200 réf. non- al
Minimum/commande : **60 €**
Frais de livraison :
- 60-110 € : **8,90 €**
- 110-150 € : **5,90 €**
- >150 € : **0 €**

Carrefour
Offre : **13 200 réf.** dont 800 réf. non- al
Minimum/commande : **0 €**
Frais de livraison :
- 0-50 € : **14,90 €**
- 50-100 € : **4,90 €**
- 100-150 € : **2 €**
- >150 € : **0 €**

Dans son fief nordiste de Valenciennes où circulent ses camionnettes électriques depuis 2021, le Néerlandais Picnic maintient la pression sur ses concurrents sur le marché de la livraison à domicile. Même Leclerc, dont les prix sont 2 % au dessus.

UBER EATS FAIT PAYER CHER LE SERVICE

> Coût total d'un même panier chez Market selon le délai de livraison (frais de livraison inclus)

drive

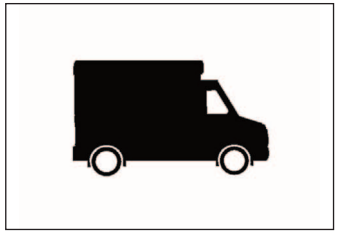
Délai : **3 heures**
Frais : **gratuit**



100 €

Livraison standard

Délai : **1 jour**
Frais : **5** €



115 €

Livraison 1 H

Délai : **1 heure**
Frais : **1,90** €



117 €

Uber Eats

Délai : **10-15 min.**
Frais : **1,49** €



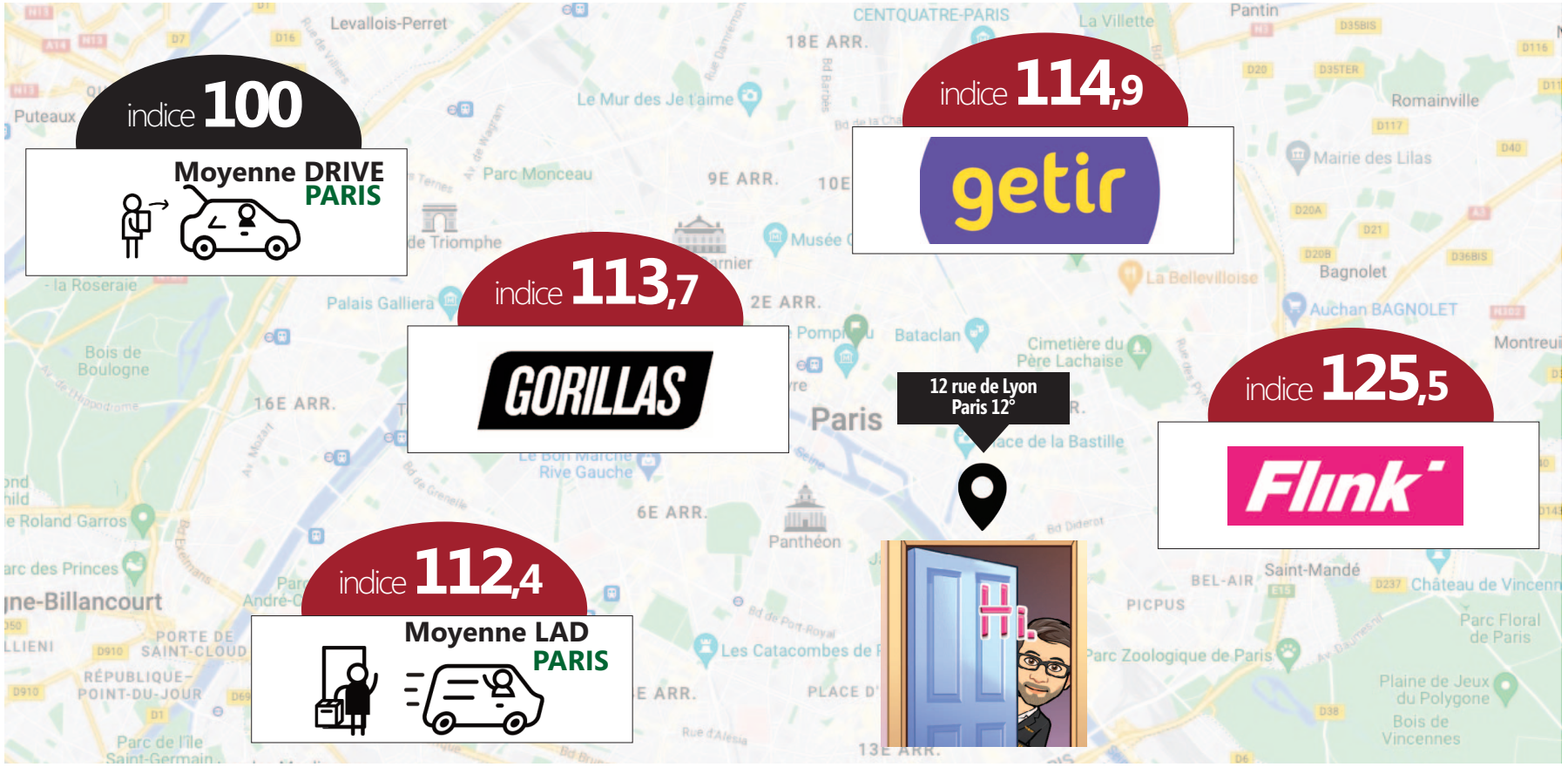
139 €

Faire ses courses virtuelles chez Carrefour en passant par l'application Uber Eats et être livré dans le quart d'heure, l'expérience est bluffante. Encore faut-il être prêt à supporter un surcoût de presque 40 % en comparaison à la même commande passée sur Carrefour Drive. La politique prix d'Uber Eats varie selon les catégories. De 120 pour les fruits et légumes, l'indice prix vs le drive passe à 154 sur les boissons. Uber Eats prend le pari de faire payer aux clients les contraintes logistiques de ces articles pondéreux du fait de la livraison à vélo.

Source : Editions Dauvers / Prix relevés le 10 mai 2022 - Market Rennes (35) Bourg L'Evêque

LE PRIX DU QUICK-COMMERCE

> Comparatif prix au 6/04 sur un panier de 50 références communes disponibles dans le 12ème arrondissement parisien



Bien que faisant leur maximum pour proposer des assortiments distincts (d'autant plus facile que les offres sont courtes), les quick-commerçants détiennent quelques références communes ce qui permet de comparer leurs positionnements prix. Gorillas est le moins cher, suivi de peu de Getir, son acquéreur, et devance Flink de près de 12 points. Ce faisant, Gorillas se trouve légèrement au dessus de la moyenne des services de livraison parisiens et à près de 14 points des prix moyens pratiqués par les drives locaux. Finie l'agressivité tarifaire des débuts...

éditions DAUVERS

V. LES CLIENTS

#32 Les clients drive

#33 Les freins à la fréquentation des drives

#34 Les familes déconsomment le plus, surtout en drive

#35 Qui utilise la livraison alimentaire à domicile ?



LES CLIENTS DRIVE

KANTAR

PGC / Frais LS en CAM à P13 2022

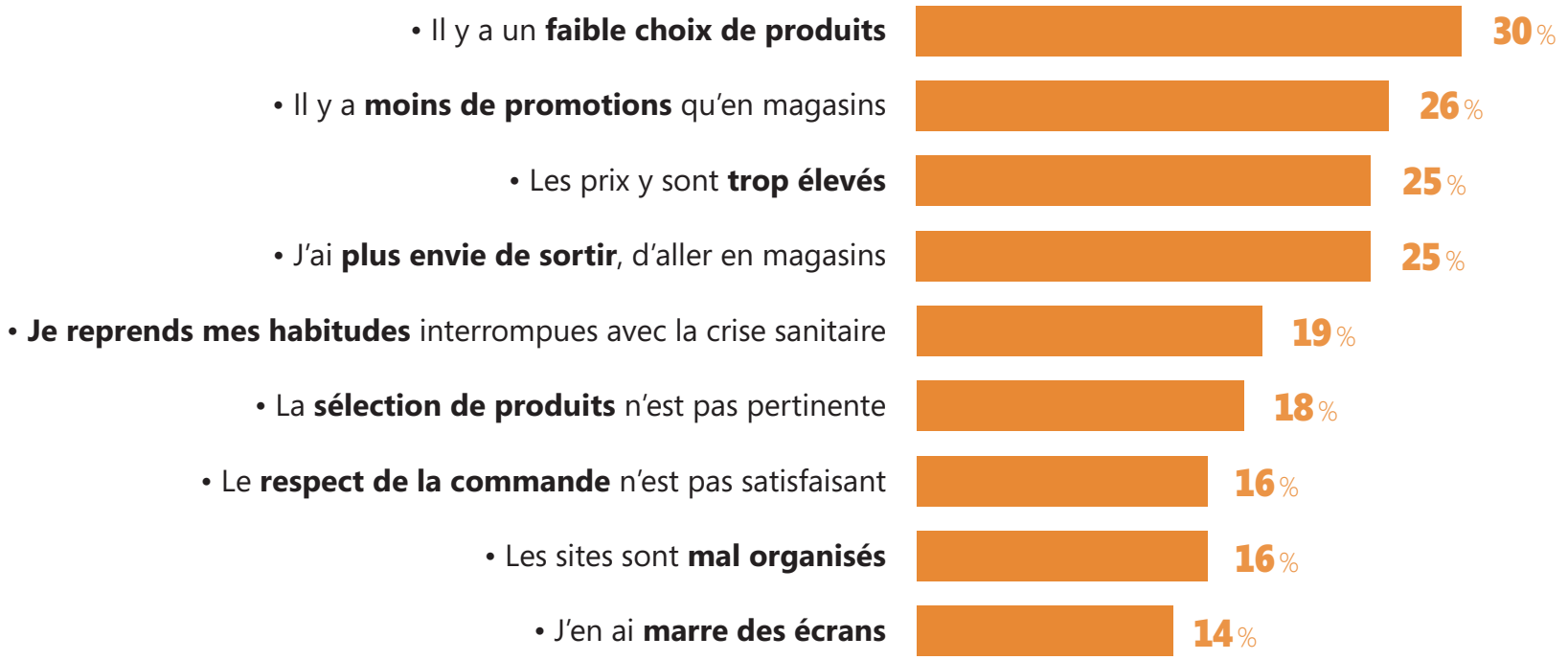
	 > Tx de pénétration	 > Budget annuel	 > Fréquence d'achat	 > Fidélité
2016	22,6 %	634 €	x 10,1	20,3 %
2017	24,0 %	639 €	x 10,3	21,3 %
2018	24,4 %	664 €	x 10,5	22,0 %
2019	25,5 %	678 €	x 10,9	22,6 %
2020	40,3 %	648 €	x 10,3	19,9 %
2021	36,7 %	738 €	x 11,4	22,9 %
2022	**32,7 %**	**814 €**	**x 12,2**	**24,6 %**

Après la ruée des Français vers le e-commerce en 2020, le taux de pénétration du circuit drive est certes redescendu progressivement ces deux dernières années, mais à un niveau encore largement supérieur à 2019. Si les nouveaux arrivants "Covid" avaient fait baisser le budget annuel en 2020 avec une fréquence plus limitée et une fidélité "relative", ces indices sont repartis nettement en hausse depuis, engendrant un gain sensible de dépenses annuelles de 76 € en 2022, après + 90 € l'année précédente !

LES FREINS À LA FRÉQUENTATION DES DRIVES

Circana.

> QUESTION : « Pour quelles raisons fréquentez-vous moins les drives depuis 1 an ? »



CHOIX
41%

PRIX/PROMO
44%

RETOUR AUX HABITUDES
47%

La baisse de fréquentation du drive enregistrée en 2022 est liée à la recherche d'économie, au déficit de choix, ainsi qu'à l'effet post-Covid.

ses imagotag

Optimisez la préparation de vos commandes Drive et Click & Collect avec SES-imagotag !

- Améliorez la satisfaction clients avec une meilleure disponibilité des produits (+2%)
- Gagnez jusqu'à +30% de productivité par panier



Découvrez notre solution en video !

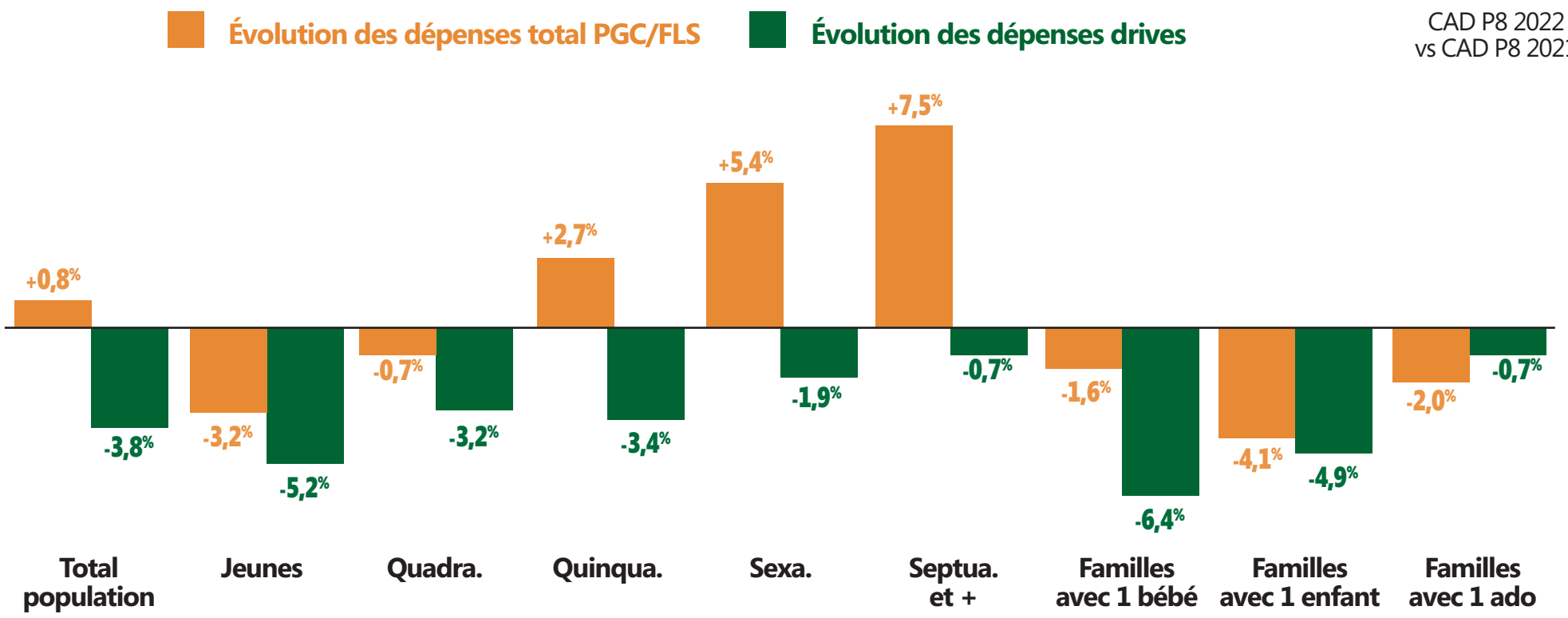
WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT

GOLD 2021 ecovadis Sustainability Rating

Contactez-nous aujourd'hui pour en savoir plus ! | 01 34 34 61 61 www.ses-imagotag.com

LES FAMILES DÉCONSOMMENT LE PLUS, SURTOUT EN DRIVE

KANTAR

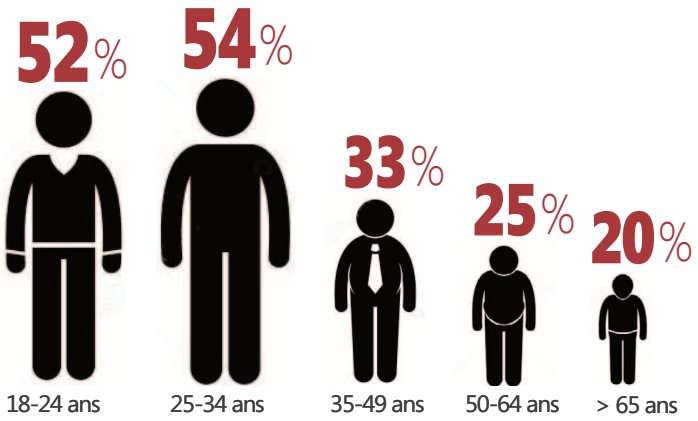


En théorie, le drive a des atouts à faire valoir pour les familles. Cependant, Kantar montre qu'elles ont tendance à déconsommer. Faire ses courses en ligne ne présente pas que des avantages pour les shoppers les plus attentifs à leur budget. L'utilisation de la voiture est indissociable du drive où les "grosses courses" sont la norme. L'offre est limitée et compte certes nombre de MDD, mais moins de premiers prix. De plus, les produits en promotion, moins nombreux qu'en commerce physique, souffrent en plus d'une moindre visibilité en ligne.

QUI UTILISE LA LIVRAISON ALIMENTAIRE À DOMICILE ?

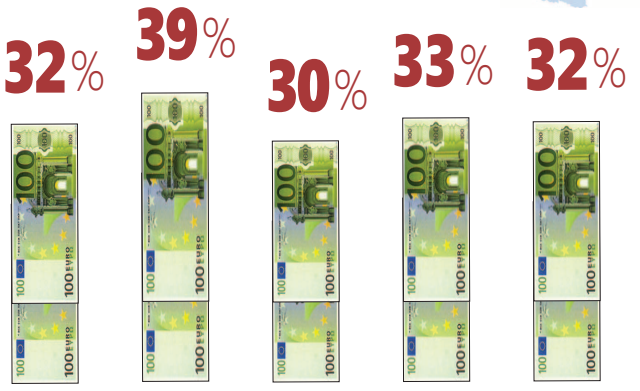
ifop

> Selon l'âge (sur un an) — Très discriminant



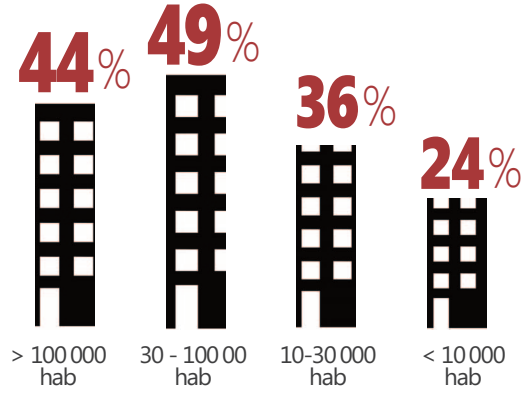
> Selon les revenus — Non discriminant

33% Moyenne France

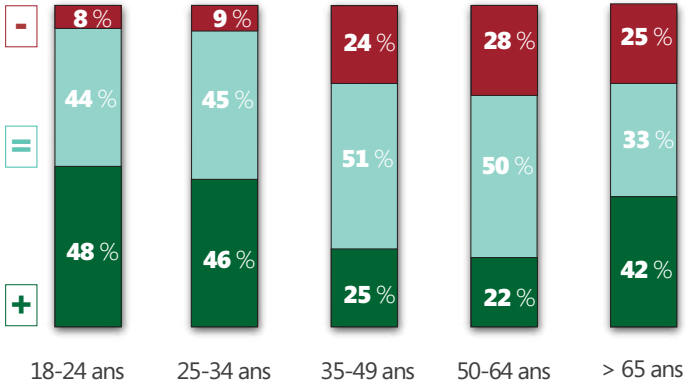


(*) Revenus nets mensuels/personne

> Selon la taille de la commune — Discriminant



> Evolution de l'usage depuis le Covid



Cette étude de l'IFOP bat en brèche deux idées reçues : le niveau de revenu n'est absolument pas un critère discriminant sur l'usage de la LAD. Sans doute parce que les jeunes générations, surconsommatrices, sont aussi les moins argentées. Mais cela prouve qu'une partie significative de la population est prête à payer pour ce confort, même les moins bien lotis.

Seconde idée reçue remise en cause, la livraison ne séduit pas que les Parisiens ou les habitants des très grandes villes. L'usage est, en fait, directement corrélé à la facilité d'accès au service (proximité/rapidité). Ce qui revient à dire que les habitants des villes moyennes sont tout aussi demandeurs pour peu que le service soit disponible

Questionnaire auto-administré, 1 011 personnes, réalisé en ligne les 24 et 25 mai 2022. Usage de la livraison à domicile pour les repas et/ou les courses alimentaires.

Source : Editions Dauvers - IFOP pour Hello my bususiness

édition 2023
L'ESSENTIEL
DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

FOCUS

#1 **AUTOMATISATION**

#2 **PANORAMA LAD**

#3 **LAD COLLABORATIVE**

#4 **PICNIC**

#5 **ABONNEMENTS CASINO**

#6 **ALTERNATIVES CARREFOUR**

#7 **RECETTES**



Le drive par AutoStore !

www.autostoresystem.com

Vous cherchez à améliorer la performance de votre drive ?

Vos principaux problèmes sont :

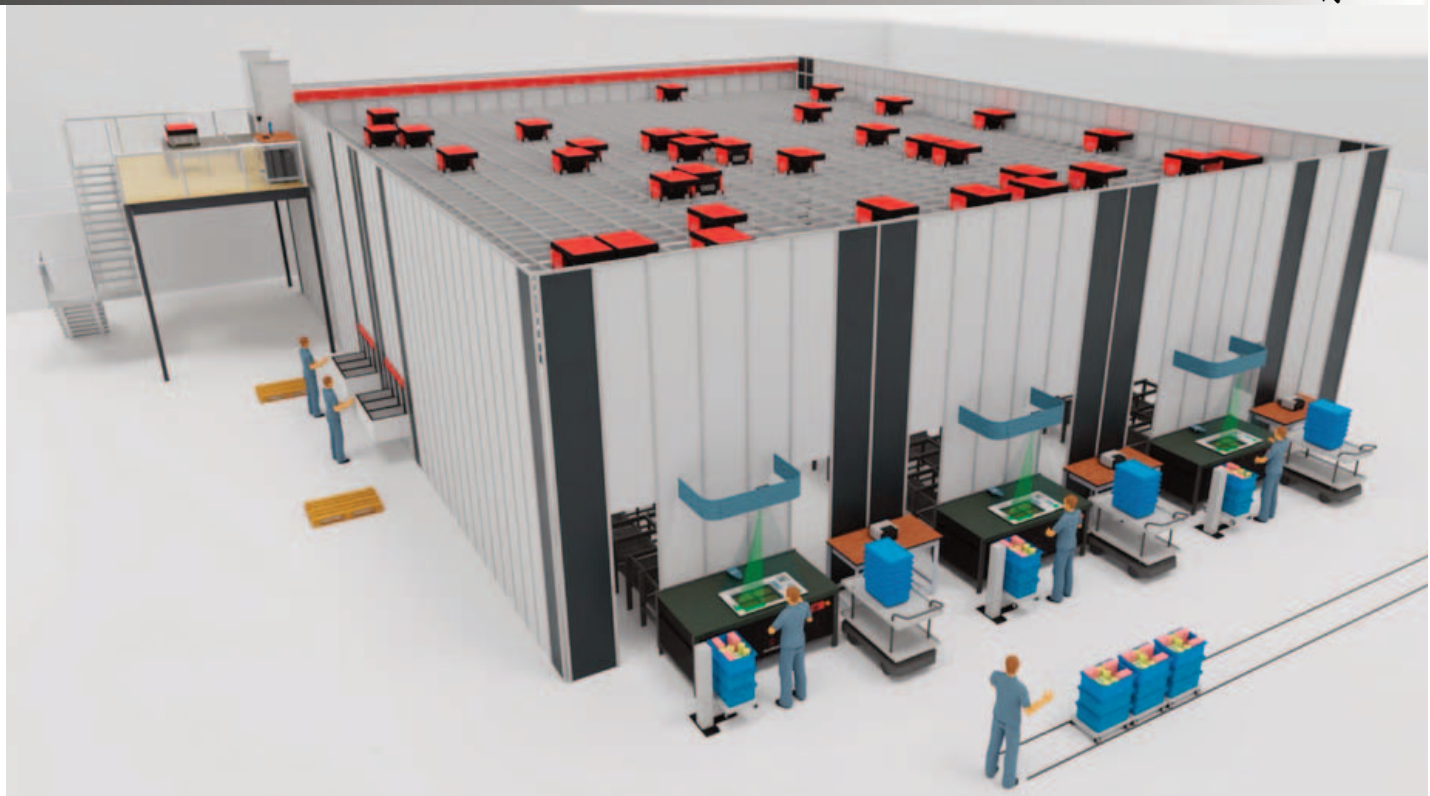
- Le manque de place
- Une productivité inférieure à vos objectifs
- Une capacité de préparation limitée malgré un marché demandeur
- Des ressources compétentes difficiles à trouver et à garder
- Un mauvais niveau de services
- Des erreurs dans la préparation de commande et/ou retard de livraison

Et si demain nos robots travaillaient pour vous ?

AutoStore est une solution adaptée aux drives pour répondre à toutes les étapes du process :

- Des postes de travail ergonomiques pour réaliser le réapprovisionnement de vos produits et gagner en productivité
- Des robots qui se chargent pour vous de stocker et déplacer toute gamme de produits (sec et frais) vers les postes de travail
- Des postes dédiés à la préparation de commandes pouvant accepter des cadences jusqu'à 600 produits/heure

Nous pouvons même stocker les commandes préparées dans l'AutoStore et les livrer sur les pistes, au plus près de vos clients!



Entrez dans l'univers robotique avec AutoStore



AutoStore, une entreprise fiable, pionnière de la robotisation, qui opère depuis plus de 20 ans à travers le monde !

Des équipes à votre service partout en France, capable d'adapter vos systèmes et de proposer des solutions complètes, intégrées et installées par un réseau de partenaires dédiés.

Avec notre forte compacité, nous pouvons nous implanter dans toutes les formes de bâtiments.

Et si on parlait dès aujourd'hui de votre projet de demain ?

FOCUS #1 AUTOMATISATION

éditions DAUVERS

En matière de drive et de LAD, la question de la rentabilité est encore bien souvent en suspens. Le recours à la mécanisation, puis à l'automatisation dans une logique "goods to man" (au lieu de "man to goods" pour le picking classique) a très tôt été envisagé. Dès 2011/2012 des drives se sont équipés comme les Leclerc de Lattes et de St-Nazaire. Des solutions centralisées ont aussi vu le jour, la massification des volumes étant un gage indéniable de rentabilité. Les plateformes de préparation de commandes (PPC) de Carrefour (dès 2016 à Lyon par Dematic) ou encore le concept Star Drive d'Intermarché en sont le parfait exemple (à partir de 2020 par Knapp).

Si les efforts d'automatisation ont longtemps concerné l'amont du process avec la phase de préparation de commandes, **ces dernières années, les distributeurs, au premier rang desquels Leclerc Drive, portent un intérêt tout particulier à la délivrance des commandes aux clients**. Les dernières installations, qu'elles soient réalisées par Actemium ou Exotec, comportent un process de picking optimisé par la mécanisation, suivi d'un stockage automatisé des commandes et de leur acheminement jusqu'au coffre des voitures par convoyeur. Un moyen de désengorger les pistes saturées aux heures de pointe. Pour la LAD, voire l'approvisionnement des drives piétons, un process similaire permet d'optimiser le temps de remplissage des camions.

LA PRÉPARATION DE COMMANDES "GOODS TO MAN"

ROBOTS 3D





Exotec

CARROUSEL



Trident/Métalprogetti

HIVE (ruche)



AutoStore

SHUTTLE (navette)



Knapp

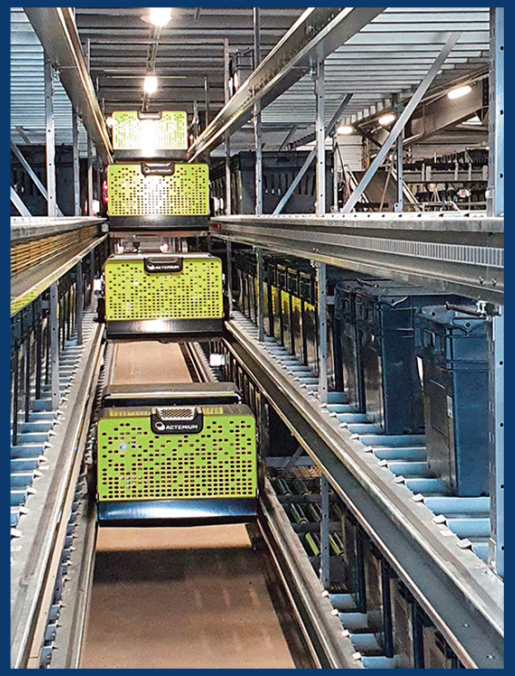
ÉTAGÈRES MOBILES (portées par robots)

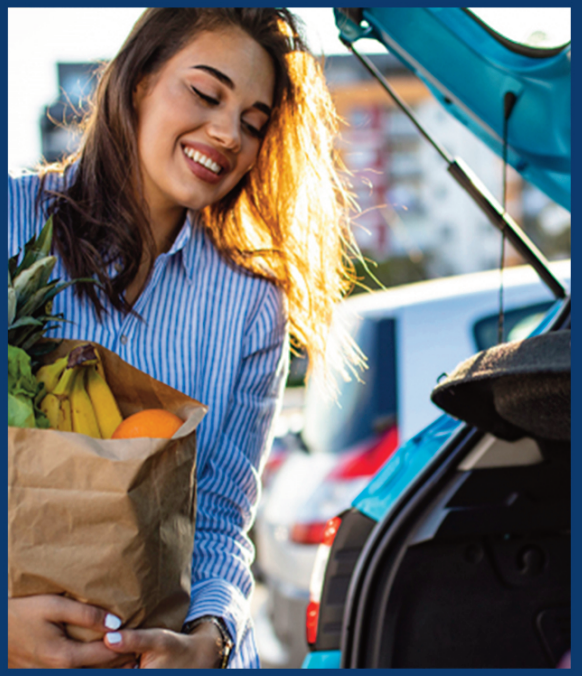


Scallog

ACTEMIUM

OPTIMISONS ENSEMBLE
VOTRE PROCESS LOGISTIQUE







SpeedDrive BY ACTEMIUM

Confiez-nous votre projet

logistics@actemium.com
+33 (0)4 72 89 30 50

DES EXPERTS DE L'INTRALOGISTIQUE

Depuis plusieurs années, Actemium apporte toute son expertise en intralogistique pour l'étude, la conception, la réalisation et la maintenance de solutions globales dédiées à tous types de Drives à travers **l'automatisation de la préparation, du stockage et de la livraison des commandes.**

SPEED DRIVE© BY ACTEMIUM

Après l'étude du projet, l'analyse de l'infrastructure et des flux existants, **nos équipes conçoivent et intègrent une solution globale flexible** qui s'adapte au process actuel afin de répondre au besoin réel d'automatisation de ses clients.

La solution Speed Drive© permet d'optimiser le flux du Drive au travers de la **préparation de commandes et du traitement** des produits frais, ambiants, surgelés, gros volumes, fruits et légumes. **Les commandes sont stockées** à l'aide de solutions navettes et robots afin de lisser la charge. Pour finir, **la livraison (sur piste et/ou de commandes empilées sur chariots)** est effectuée via des systèmes de transitique pour assurer l'acheminement des produits jusqu'au client final en un temps réduit.

UNE ASSISTANCE TECHNIQUE DÉDIÉE

Afin d'accompagner ses clients dans la prise en main, la performance et la disponibilité de leurs équipements, **Actemium propose une gamme complète d'assistance technique dédiée :** contrat de maintenance, hotline 24/7, pièces de rechange, évolutions, rétrofits, formations ...

DÉLIVRANCE DES COMMANDES SUR PISTES : LE CAS LECLERC

A Bois-Guillaume (76) comme dans une dizaine de Leclerc Drive, les courses sont directement acheminées en bacs sur les pistes aux clients via des convoyeurs. Un système déployé ici par Actemium.

A l'intérieur de l'entrepôt une fois les commandes préparées via un process de ramasse "multi-commandes" et d'éclatement à des postes de tri manuels, les bacs sont pris en charge par des navettes vers des racks de stockage dans l'attente des clients.


2



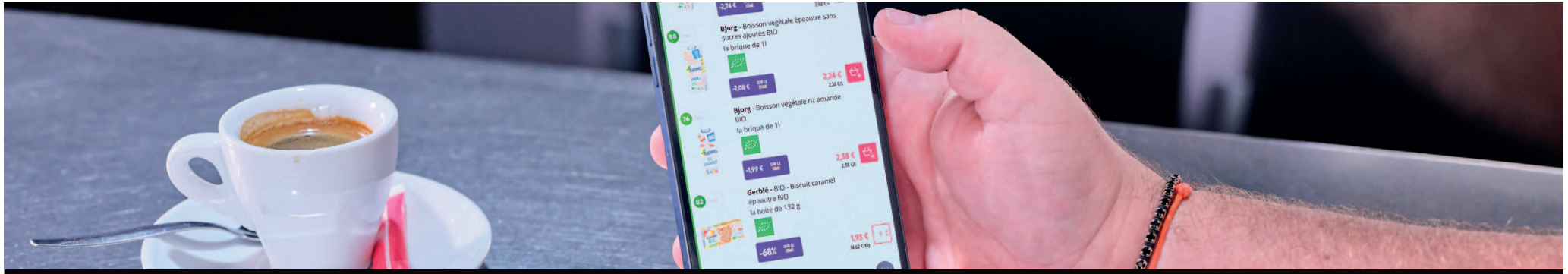
4


1


3



4



E-commerce alimentaire efficace pour l'espace urbain avec les MFC

Pour concevoir avec succès l'e-commerce dans le secteur alimentaire et offrir l'expérience d'achat la meilleure qui soit, les distributeurs misent sur différentes solutions pour traiter les commandes en ligne. Les centres de micro-fulfillment (MFC) sont une possibilité flexible qui convient particulièrement bien pour approvisionner les clients en zone urbaine. Intermarché automatise grâce au micro-fulfillment son activité e-commerce et mise sur notre conception MFC. Sur les deux sites de Paris et de Lyon sont traitées 1 000 commandes par jour puis livrées dans les supermarchés aux environs.

Proximité client et efficacité

Intermarché automatise avec le micro-fulfillment deux sites à Paris et Lyon. On parle ici d'environ 1 000 commandes par jour sur les deux sites. Une commande peut compter jusqu'à 40 articles venant de quatre zones de température. Pour chaque commande, environ 80 % de la commande est traité de façon automatisée dans les centres de micro-fulfillment, les 20% restant dans les magasins. Il s'agit alors d'articles très spécifiques ou de produits frais comme le fromage ou la viande. Comme les clients sont très exigeants en matière de délais de livraison, Intermarché offre jusqu'à quatre heures limites par jour pour les commandes. La livraison des courses alimentaires s'effectue ensuite dans les deux heures. Pour offrir à ses clients le meilleur service possible, Intermarché mise sur différentes possibilités pour le dernier kilomètre. Les clients peuvent venir chercher leurs commandes dans le magasin de leur choix avec les Drive ou bien les faire déposer dans des casiers auxquels ils ont accès 24 h sur 24. Une autre option est la livraison à domicile, une solution confortable qui prévoit la livraison des courses alimentaires jusqu'à la porte du client.



« Le centre de micro-fulfillment est un système offrant un maximum de flexibilité, de productivité et de fiabilité dans les grandes villes. L'augmentation de la productivité nous permet d'obtenir une meilleure performance économique mais également une plus grande flexibilité pour répondre aux attentes de nos clients ».

Cédric Lebastard
Responsable des projets d'automatisation
de la Supply Chain pour l'e-commerce, Intermarché

Service 24h/24 7j/7 avec le MSCC

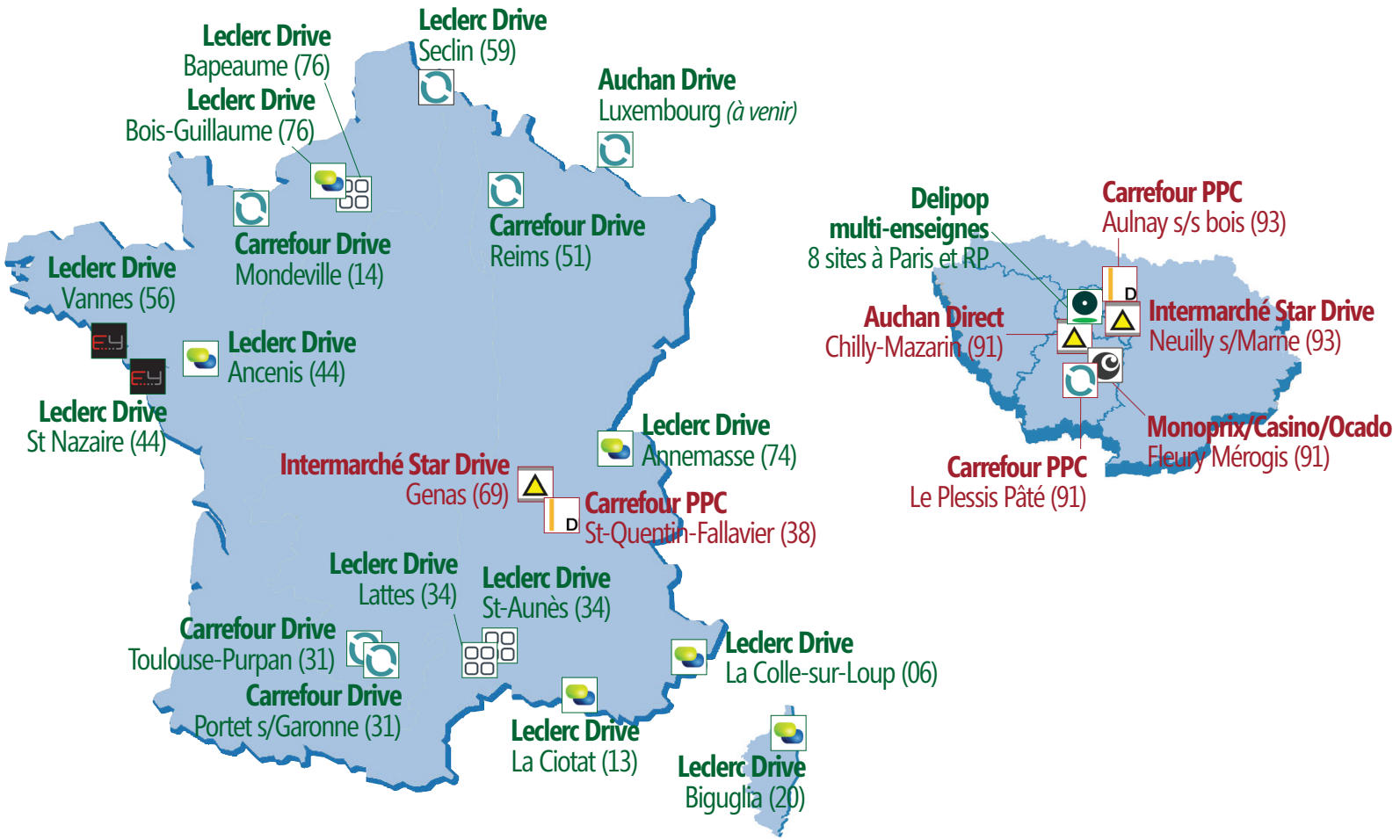
Pour les réseaux MFC, une conception des services ingénieuse est indispensable. Avec le Multi-Site Control Center (MSCC) Intermarché utilise un système de contrôle optimal pour tous les sites MFC. La solution de services assiste le distributeur dans son activité opérationnelle non-stop. Des contrôles constants des systèmes détectent les incidents très tôt, avant qu'ils n'aient des répercussions sur l'exploitation courante. Tous les systèmes KNAPP, les différents systèmes des clients ainsi que tous les processus logistiques et techniques sont intégrés dans une vue d'ensemble dans le MSCC. Aussi bien les logiciels que le hardware des installations sont contrôlés. Un avantage particulier est que le MSCC rend possible l'agrégation et l'analyse de chiffres issus de plusieurs sites.

Pour plus d'informations :
ksi.sales@knapp.com

Business case
Intermarché

AUTOMATISATION AU SERVICE DES DRIVES ET DE LA LAD : QUI FAIT QUOI ?

> Panorama des drives et plateformes de préparation drive/LAD automatisés



Les solutions d'automatisation

- ACTEMIUM
- ALVEY (SAMOVIE) désormais Scott
- DEMATIC
- EXOTEC
- KNAPP
- METAL PROGETTI
- ocado
- DELIPOP

kardex Dans les années 2010, une trentaine de Leclerc se sont équipés de carrousels Kardex, dont certains toujours en activité.

Shopopop

Le cotransportage, la solution vertueuse pour livrer vos clients !



Une communauté de particuliers qui profitent de leurs trajets pour assurer des livraisons, c'est ça le cotransportage, c'est ça la solution Shopopop !

Chez Shopopop, nous allions le meilleur de la technologie et du bon sens humain, au service de livraisons vertueuses.

C'est simple : nous utilisons des moyens et trajets existants, sans surcoût, tout en conservant tous les avantages d'une livraison classique.

Les avantages de Shopopop ? Les voici :

- **Service de qualité :** équipe support disponible 6j/7, de 8h30 à 20h30 et service noté 4,8/5 par les clients.
- **Solution ultra-flexible :** mise en place rapide et sans limite de livraisons sur un même créneau horaire.
- **Offre économique :** aucun surcoût structurel ou humain.
- **Couverture nationale :** 94 départements français couverts, en zones rurales et urbaines.
- **Solution responsable :** livraisons sur des trajets déjà existants, pour une empreinte carbone plus faible.

Aujourd'hui, Shopopop c'est...

plus de
5 millions
de livraisons réalisées

plus de
4000
commerçants partenaires

plus de
150 000
cotransporteurs bienveillants

Alors, on en discute ?
commerce@shopopop.com

En savoir plus

PANORAMA DE LA LIVRAISON À DOMICILE

LIVRAISON STANDARD

Auchan, Carrefour, Casino, cora, franprix, houra.fr, Intermarché, E.Leclerc, MONOPRIX plus, U

LIVRAISON "tournée du laitier"

PICNIC

Auchan écolivraison

LIVRAISON COLLABORATIVE

Shopopop

Tut Tut

yper

Je ne sais comment l'appeler????

LIVRAISON EXPRESS

Conventionnels

Livraison 1h

franprix express

LA BELLE VIE
+ sa solution Q-commerce opportuniste
bam courses

Agrégateurs

deliveroo

Uber Eats

JUST EAT

Quick Commerçants

Flink

getir

GORILLAS, FRICHTI

En cours d'intégration

Solutions hybrides

Carrefour sprint
avec Uber Eats et Flink

hop

Auchan minute
avec deliveroo







J+1 | J | 2 h | 1 h | 30 min et moins

Les victimes de la course à la livraison

CAGETTE & PAPRIKA, cajoo, Dija, everli, gopuff, KOL, OK market !, weezy, YANGO DELI, Zapp



Ces dernières années ont vu débarquer nombre de start-up attirées par le prétendu eldorado d'une livraison ultra express (Cajoo, GoPuff) ou par l'espoir de convertir les Français aux "personnal shoppers" (Everli). Beaucoup ont fait long feu et le marché de la livraison semble se stabiliser autour de 4 grands modèles **:** la livraison J+1 des grands retailers (en direct ou via des opérateurs comme Drive to Home ou Star Services), la livraison J+1 en mode "tournée du laitier" initiée par Picnic, la livraison collaborative et la livraison express en 1 h voire 30 minute ou moins.

Transparence

Tarification unique
pour tous nos partenaires

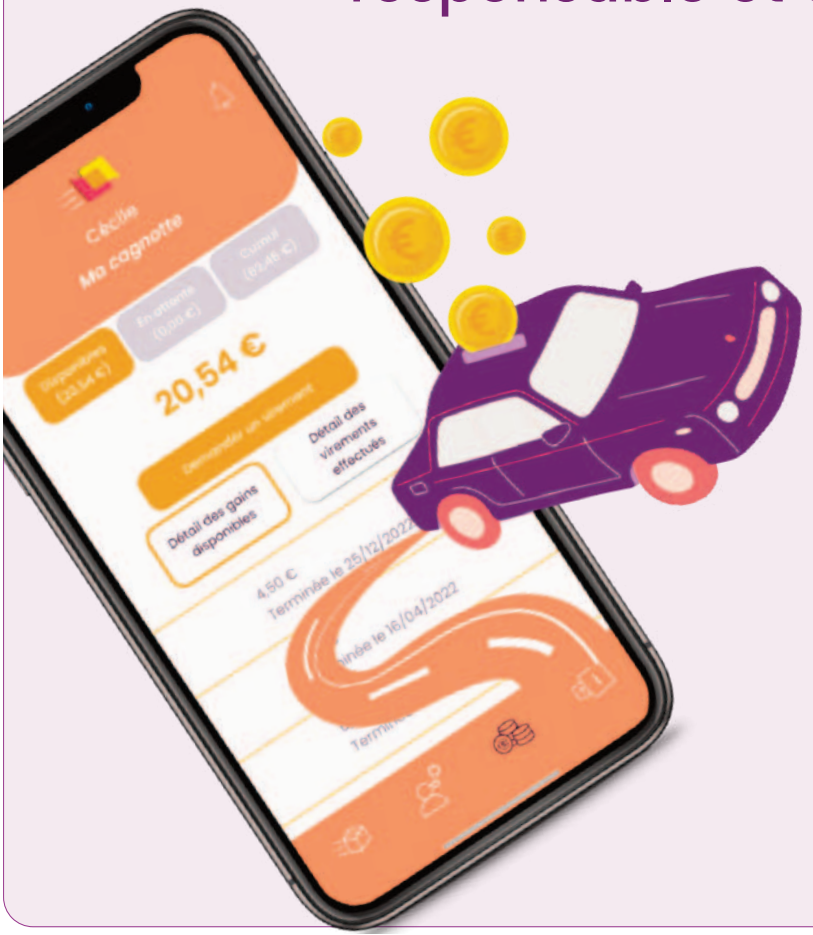
Confiance

Une offre claire et constante depuis nos premiers pas

Équilibre

Un prix juste pour tous : cotransporteurs, magasins & clients pour un partenariat durable

Le cotransportage responsable et express



Tut Tut

LIVRAISON À DOMICILE

- Toutes tailles
- En 2h ou sur RDV
- 30 km du point de vente

SANS ENGAGEMENT
SANS ABONNEMENT

Plus d'infos

Mouvement IMPACT FRANCE

ENTREPRISE À MISSION

La FRENCH TECH

bpifrance

LES ATOUTS DE LA LIVRAISON COLLABORATIVE

POUR LE MAGASIN

Plus simple à mettre en œuvre que d'organiser une tournée de camion

Pas de surcoût de gestion d'une flotte interne

Accroît l'attractivité du magasin jusqu'à 20 km à la ronde

Chaque solution a son service clients

Offre un levier de pouvoir d'achat aux cotransporteurs qui sont aussi clients

POUR L'ENVIRONNEMENT

Limitation de l'empreinte carbone en se basant sur des trajets existants (cotransportage)

POUR LES CLIENTS

Moins cher que les solutions "pros" Exemple chez Leclerc : 7,90 € vs 9,90 € via un transporteur

Livraison dès 1 à 2 h après commande ou sur RDV

Flexibilité des créneaux de livraison (c'est le client qui décide)

POUR LA SOCIÉTÉ

Favorise les relations humaines sur le territoire basées sur des valeurs d'entraide et de bienveillance

Aussi bien en zone urbaine que rurale

POUR LES COTRANSPORTEURS

Un complément de revenu (max. 3 000 €/an) non imposable car activité favorisant l'économie circulaire

Sur les traces de BlaBlaCar, icône de l'économie collaborative, des start-up ont commencé, au début des années 2010, à proposer un modèle de livraison des courses basé sur l'entraide entre voisins. Un modèle vertueux à bien des égards, à commencer sur le plan environnemental . Seule ombre au tableau, le respect de la chaîne du froid ne peut être garanti par le distributeur comme dans le cas d'une livraison professionnelle. Pour réduire les risques, les opérateurs limitent la distance des courses, s'assurent que les livraisons se font dans la foulée de la récupération des commandes et, en cas de forte chaleur, restreignent les cotransporteurs à 1 livraison par créneau horaire.

yper

Les bénéfices de la livraison Yper

Fidélisation de votre clientèle

La livraison à domicile est aujourd'hui un **service essentiel** à proposer à votre clientèle. Au dernier trimestre 2022, elle représentait plus d'un quart des achats alimentaires en ligne.

Augmentation du panier moyen

La livraison Yper augmente votre panier moyen de 20 à 40%. Vos clients qui optent pour la livraison à domicile ont tendance à prévoir des commandes plus importantes.

Maîtrise des coûts

La livraison Yper vous permet d'**optimiser vos coûts logistiques**. Plus besoin d'investir dans du personnel et des véhicules. Elle est également plus avantageuse qu'un prestataire de livraison classique.



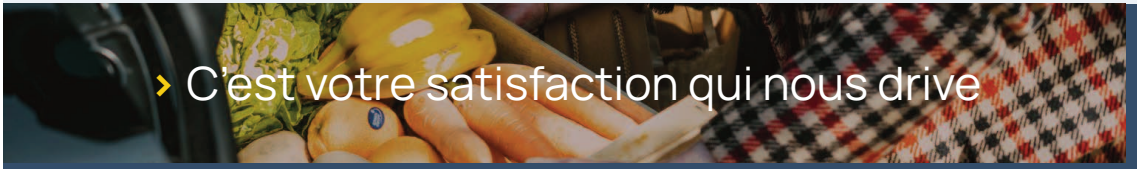
Les avantages de la livraison Yper

Flexibilité et disponibilité

Service disponible 7j/7 toute l'année, sans interruption. Nous renforçons notre service lors de vos pics d'activité.

Haute qualité de service

Vos clients recommandent notre service. Yper a un NPS > 70. L'identité de chaque Shopper est vérifiée et les destinataires leur donnent en moyenne une **note supérieure à 4,8/5**.



Accompagnement sur mesure

Notre équipe vous accompagne au quotidien : mise en place du service, formation de vos équipes, suivi proactif des opérations.

Basé dans nos bureaux à Roubaix, **disponible 6j/7 de 9h à 20h30**, notre support client assure le suivi opérationnel de vos livraisons.

Contacter notre équipe commerciale

Par e-mail : **jeveux@yper.fr**

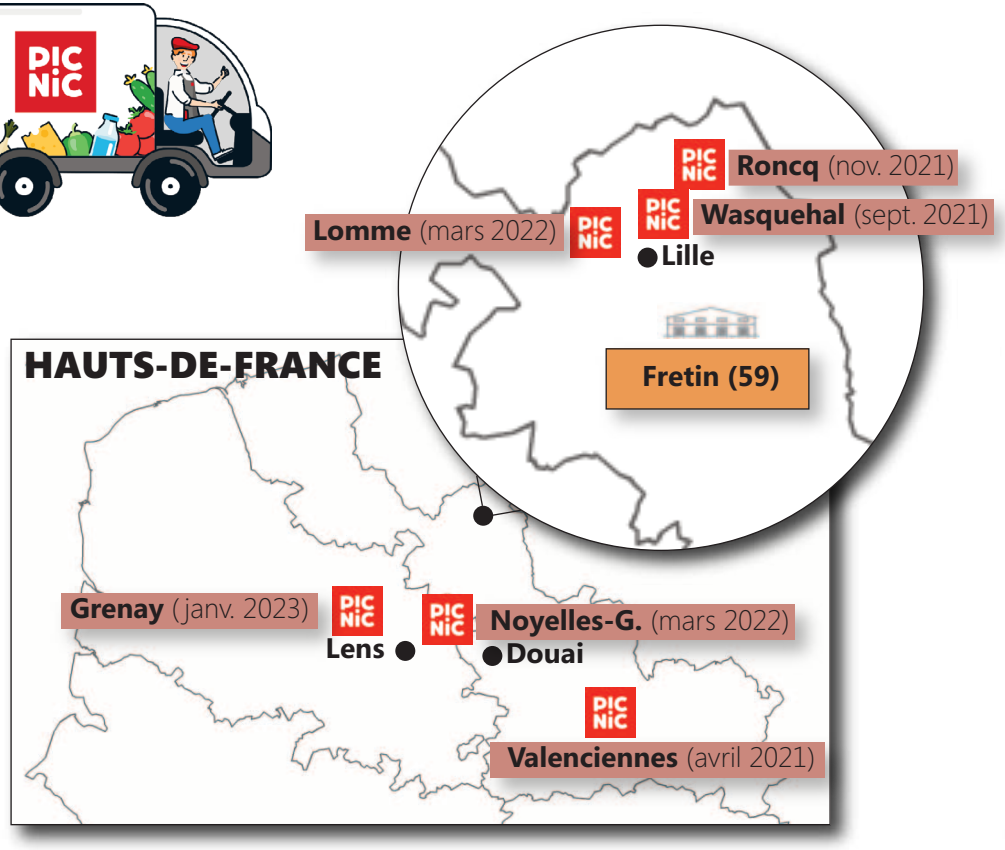
Ou visitez notre site internet : **yper.fr**

En savoir plus

FOCUS #4 PICNIC

DÉPLOIEMENT ET OUTIL LOGISTIQUE DE PICNIC EN FRANCE



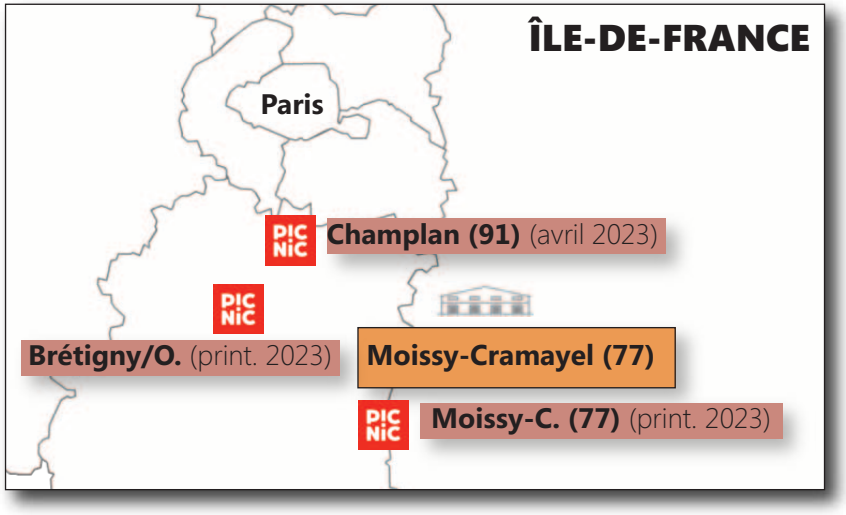


Entrepôt

De 10 à 20 000 m², les centres de préparation de commandes desservent 2 à 3 fois par jour les hubs, situés jusqu'à 1h30 de temps de trajet en camion.

Hub local

Le hub est une simple plateforme d'éclatement d'où partent les tournées de livraison des clients, réalisées en fourgon électrique. Les fourgons rayonnent jusqu'à 10 km environ autour du hub.



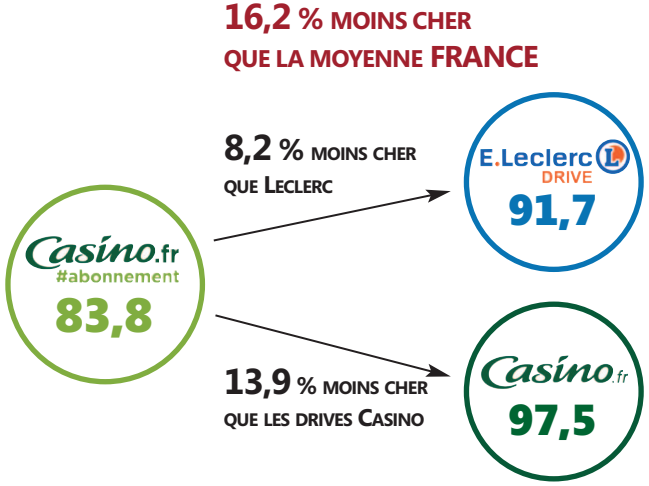
Picnic a débarqué en Île-de-France en avril 2023, avec un entrepôt à Moissy-Cramayel (77), entre Paris et Melun. Celui-ci livre un premier hub, à Champlan (91), permettant de couvrir les communes du nord de l'Essonne situées dans un rayon d'une dizaine de kilomètres. Deux autres hubs devraient ouvrir rapidement, à Brétigny-sur-Orge et à Moissy-Cramayel (depuis l'entrepôt). Dans les Hauts de France, l'expansion de Picnic reste incomplète et, temporairement, mise en pause. L'entrepôt de Fretin n'est pas à saturation et les agglos de plus de 30 000 hab. sont toutes des cibles potentielles.

ABONNEMENT TYPE PRESSE : CASINO EST PRÉCURSEUR ET AGRESSIF

Casino.fr #abonnement

LEADER PRICE le Club

> Compétivité de l'abonnement périodique Casino



> Compétitivité en ACHAT PONCTUEL

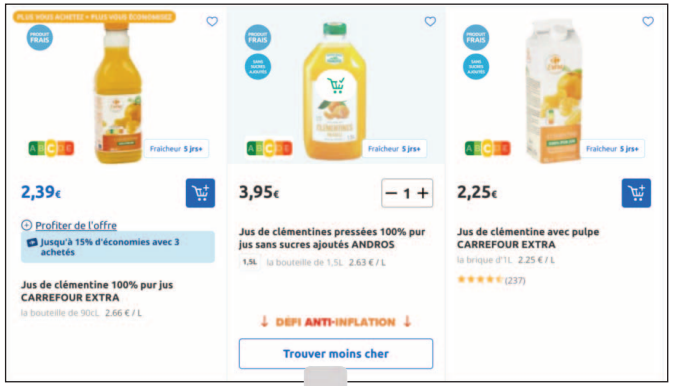
> Compétitivité AVEC ABONNEMENT



Le groupe Casino mène deux expérimentations à grande échelle sur l'abonnement périodique (engagement du client à une fréquence de livraison choisie). L'une avec Le club Leader Price, l'autre avec le site l'abonnement Casino. Et conformément à sa stratégie prix sur le e-commerce alimentaire, Casino se montre très agressif sur les prix. Sur les marques nationales comparables, Leader Price est légèrement moins cher que les drives et magasins Leclerc, livraison incluse ! Casino #abonnement fait encore plus fort avec des prix 16 % inférieurs à la moyenne France, soit 8 % environ moins chers que Leclerc, livraison incluse.

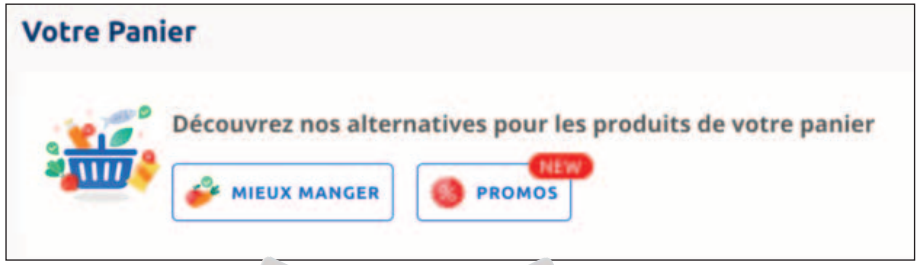
COMMENT CARREFOUR INFLUENCE LE PANIER DES CLIENTS ?

> Pendant la session de courses





> Au stade de validation du panier







Depuis mai 2022, Carrefour a introduit sur son site e-commerce une logique de suggestions alternatives de produits. Dans un premier temps, celles-ci ne concernaient que des propositions de substitution de type mieux manger (bio, meilleur Nutriscore, sans additifis, sans pesticides, sans antibiotiques, équitable, etc.) puis ont été rajoutés des produits alternatifs en promos, toujours au stade de validation du panier. Dernier étage du dispositif : une suggestion de produits moins chers qui, elle, intervient au fil de la session de courses. Le dispositif est puissant sur le papier mais nécessite un vrai doigté pour être perçu à la fois comme pertinent et non intrusif par le client.

En France, nous sommes :

62% à cuisiner tous les jours

57% à préparer nos repas en moins de 30 minutes

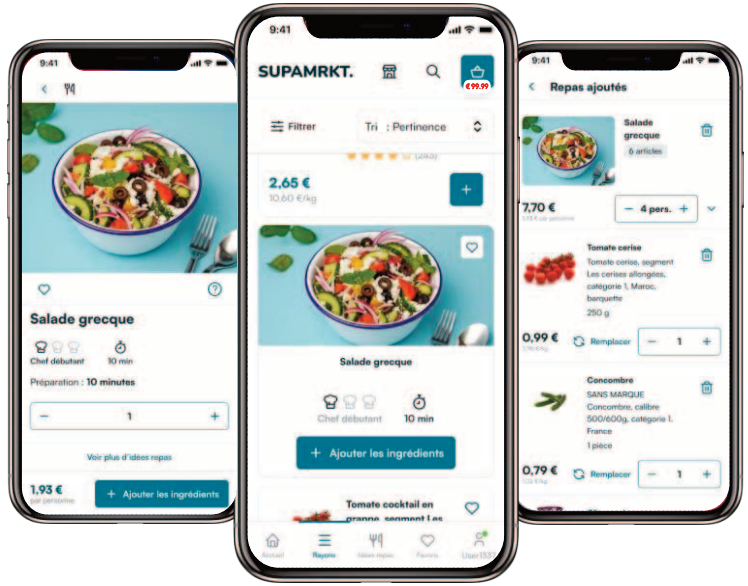
59% à chercher notre inspiration sur le web

Les recettes commandables en 1 clic

Miam : nouvel usage incontournable

des enseignes alimentaires...

Réinventons l'expérience des courses en ligne !



Intégrez Miam, la solution en marque blanche web et mobile

Pour une **expérience contextuelle culinaire** sans couture nichée dans votre parcours d'achat e-commerce

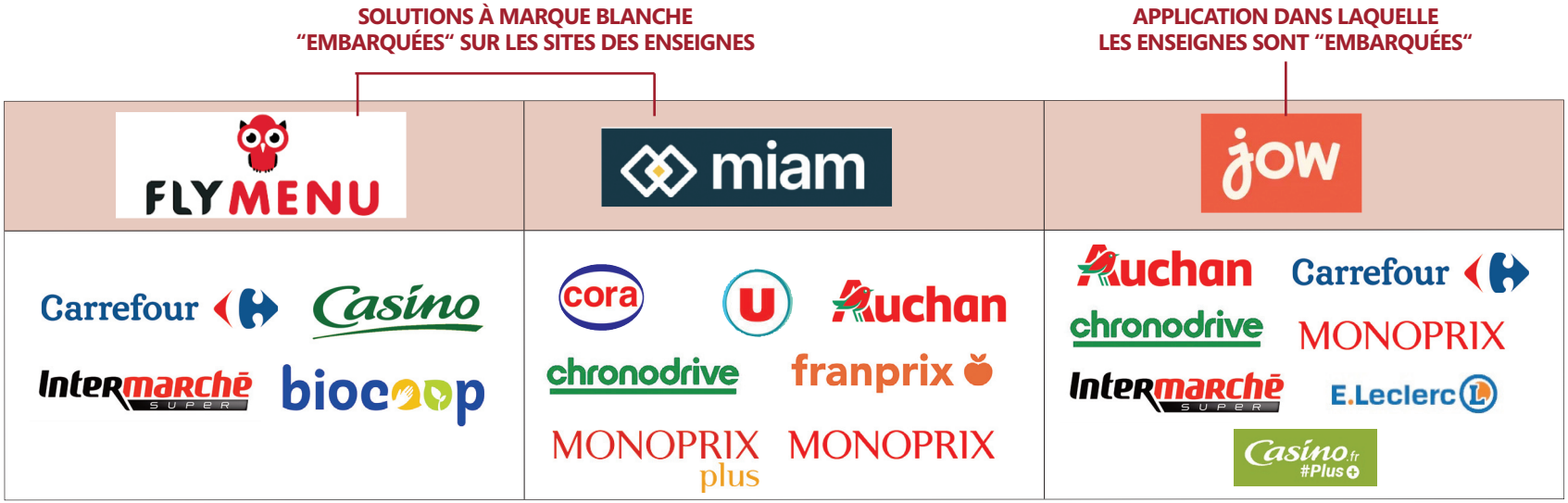
Pour une **expérience immersive** aux couleurs de votre enseigne, avec vos produits en stock et au bon prix

Pour une **expérience ultra-personnalisée par l'IA** qui suggère des idées repas adaptées aux goûts de vos clients

miam

En savoir plus

LES SERVICES DE RECETTES ET ENSEIGNES ASSOCIÉES



Mes Recettes par E.Leclerc

Leclerc est la seule enseigne majeure à faire cavalier seul. Elle dispose de son propre site de recettes "mes recettes.leclerc". Une passerelle vers le site Leclerc Drive permet d'ajouter les recettes au panier, mais les fonctionnalités sont toutefois bien moins poussées que celles proposées par les spécialistes du "shoppable content" (intelligence artificielle, machine learning...).

Si en matière d'e-commerce alimentaire la bataille du dernier kilomètre est l'objet de toutes les attentions, celle du premier kilomètre, l'expérience d'achat proprement dite, est tout aussi stratégique. Il peut en effet s'agir d'un élément de préférence. Les enseignes en prennent bien conscience comme l'atteste l'intérêt qu'elles accordent désormais aux recettes. Non plus comme un simple enrichissement du contenu de leur site, mais comme un véritable service apporté aux consommateurs pour faire leurs courses.
Grâce aux start-up Fly Menu, Miam et Jow, les recettes sont devenues un élément incontournable de l'expérience d'achat pour nombre de sites e-commerce alimentaire collaborant avec ses experts du "shoppable content". **Les clients y trouvent une réponse à la sempiternelle question « *qu'est-ce qu'on va manger cette semaine ?* » et les enseignes un outil pour fidéliser leurs clients et booster le montant des paniers.** Et, ce, par la "magie" de la mise au panier intelligente des ingrédients d'une recette : en fonction du nombre de personnes, en tenant compte de l'équipement de la cuisine et des habitudes de consommation du foyer.

Jow, c'est quoi ?

C'est l'app de recettes qui fait aussi toutes vos courses.

Avec **85 M** de repas déjà commandés et **5 M** d'utilisateurs à date, Jow est devenue l'app Food numéro 1 en France.* Chaque jour nous accompagnons les français pour manger mieux, gaspiller moins, et maitriser leur budget courses.

**sur l'App Store, dans la catégorie Cuisine & Boissons.*



www.jow.fr

CONTACT | partenaires@jow.fr

Un régal pour nos marques partenaires



L'app leader de la recette achetable en France



Un contenu unique & follement inspirant



Des campagnes performantes, avec un **ROI engagé**

Notre délicieuse histoire avec Puget



En 2022, nous avons initié un vrai partenariat avec Jow que **nous continuons sur 2023.** Nous avons pu mettre en place plusieurs opérations sur Jow **autour de la visibilité et du soutien du pouvoir d'achat.** Sur nos différentes opérations, les résultats sont au rendez-vous, avec une belle visibilité de nos huiles PUGET et **un réel boost de nos ventes.** Nous apprécions cette **relation de partenaire avec les équipes** qui nous accompagnent sur nos différents besoins pour la marque (de la visibilité à la conversion).

Marie GHIONE,
Chef de Produits Senior Huiles d'olive PUGET

éditions DAUVERS

35 insights + 7 FOCUS

L'ESSENTIEL DRIVE

& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Édition 2023

