



# Cerema

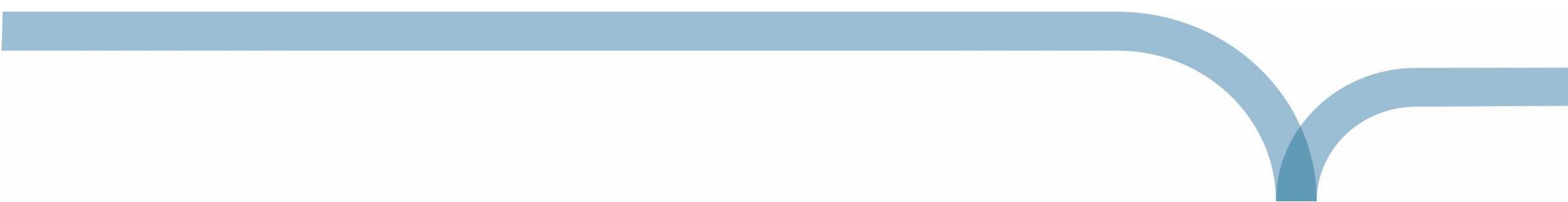
## La logistique de la Grande distribution

### Diversité des trajectoires d'évolution

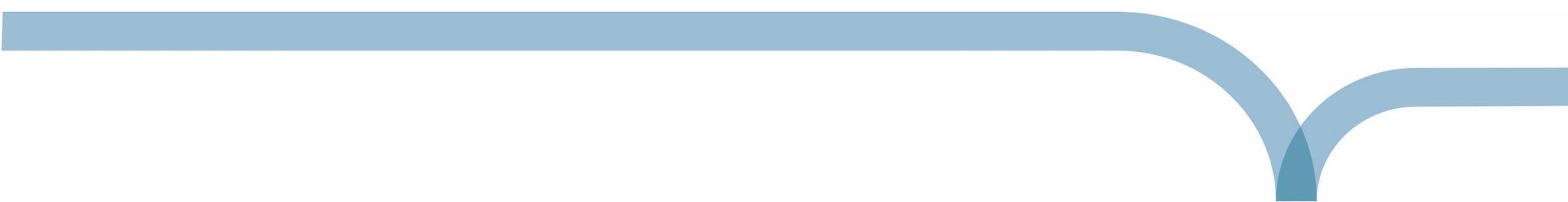
Ludovic Vaillant, Cerema/ESPRIM

Cerema Nord-Picardie

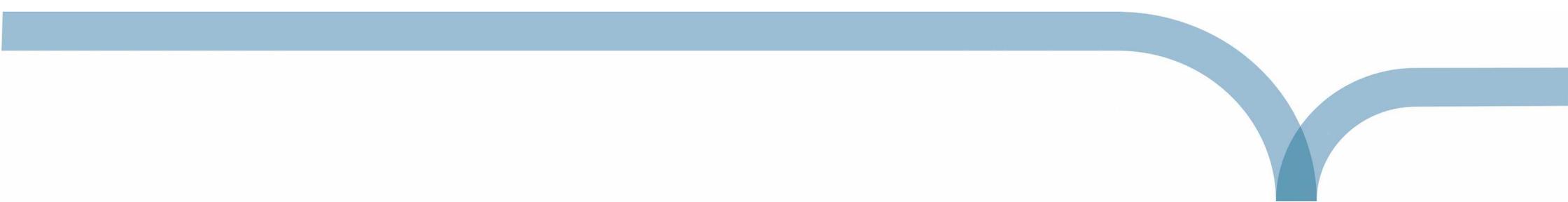
# Quelques définitions

- **La logistique** : un terme polysémique
    - Origine Militaire.
    - Ensemble de méthodes, de techniques et d'outils qui permettent de gérer les échanges de flux matériels, informationnels et financiers associés à la livraison de marchandises.
    - Prestataires logistiques : offres de services standards et sur mesure.
    - Un développement soutenu par outils des SSII.
- 

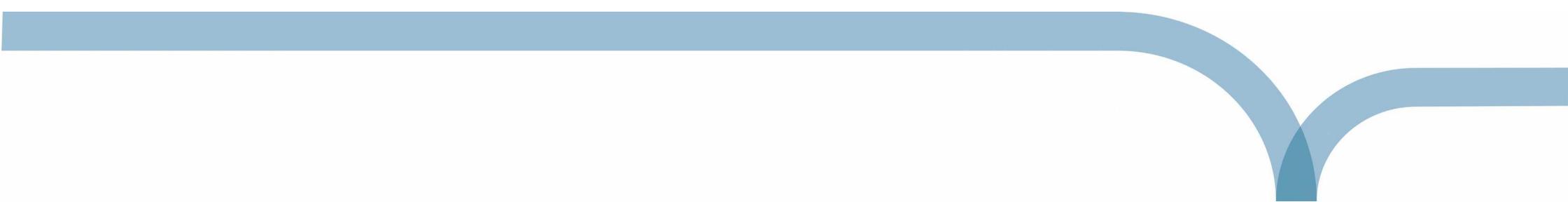
# Quelques définitions

- **Logisticien** : situé entre le fournisseur et le client, il prend en charge partiellement ou totalement les flux de produits et d'informations :
    - 1PL, 2PL, 3PL, 4PL.
  - **Chargeur** : Celui qui confie sa marchandise à un prestataire de transport.
  - **Transporteur** : une activité dérivée de la demande
    - Cf. Michel Savy
- 

# Quelques définitions

- **Grande Distribution** : une forme industrielle du commerce de détail.
    - Une enseigne avec des magasins sous franchise ou indépendants,
    - Des réseaux logistiques propres,
    - Des outils de production et des marques propres, (MDD) ...
    - des filiales : de distribution sur d'autres continents, de logistique, de e-commerce...
- 

# Quelques définitions

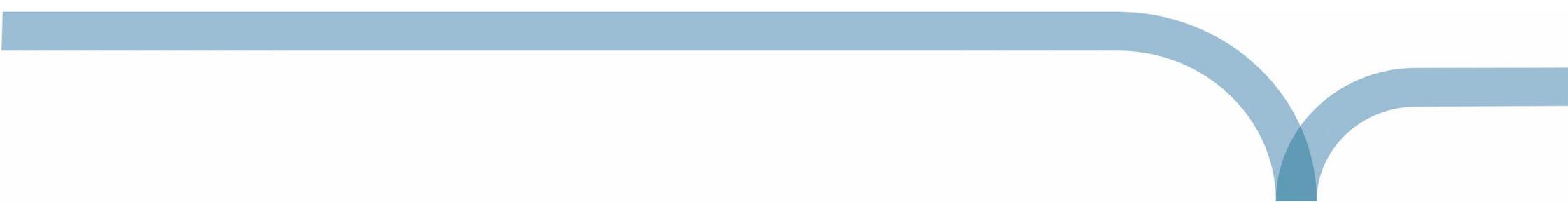
- **Grande Distribution** : des formats de ventes diversifiés.
    - Hypermarchés,
    - Supermarchés,
    - Magasins de proximité,
    - Hard discount
    - Grands magasins du non alimentaire (BHV, Galeries Lafayette, Printemps... )
    - Grandes surfaces spécialisées (Conforama, FNAC, Ikéa Décathlon, ...)
    - Cybermarchés avec les **pure players**.
- 

# Quelques définitions

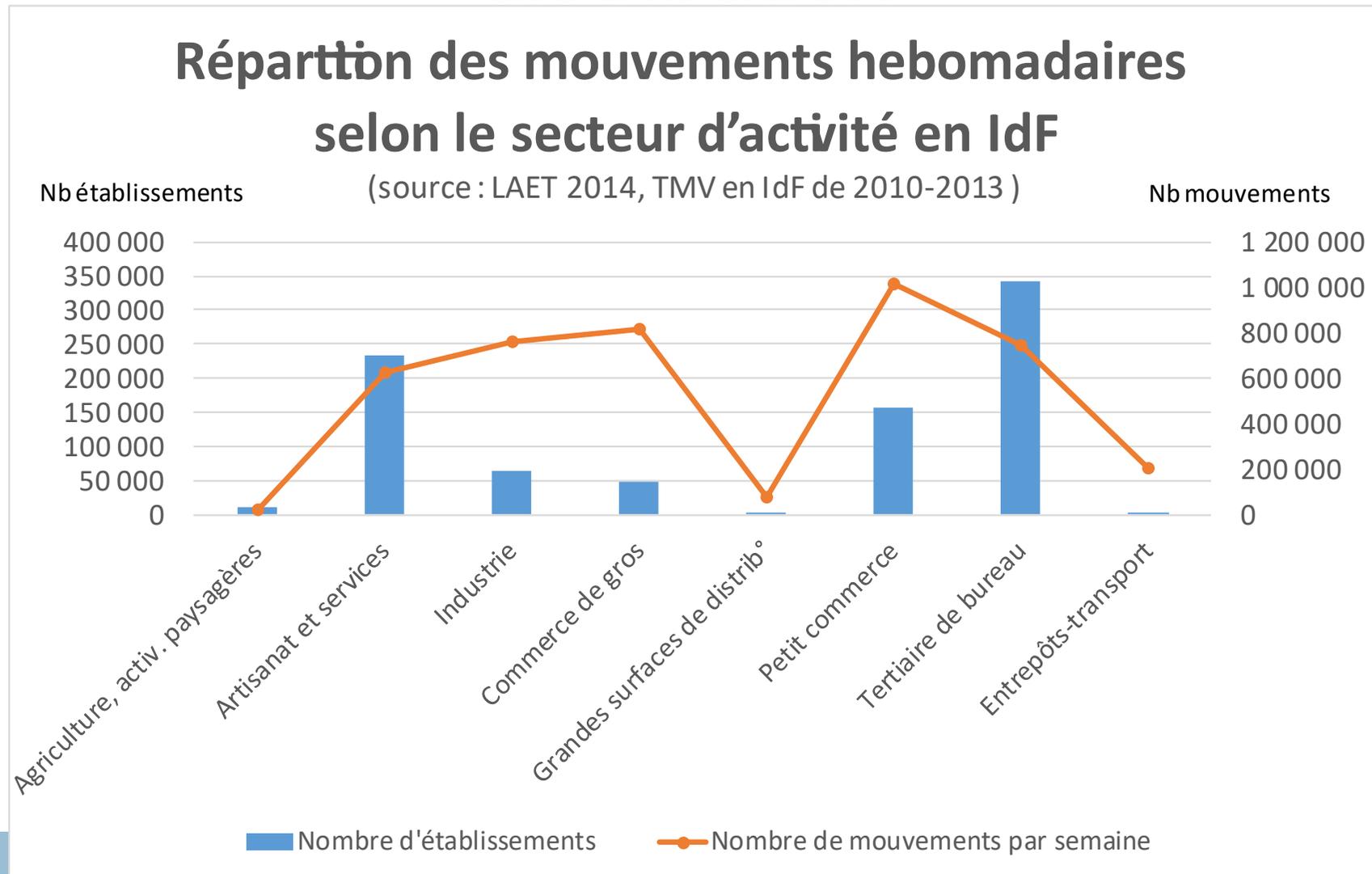
- **Exemple : le groupe Casino en France** (11,4 % de part de marché)
  - France retail = différentes enseignes (2018)
    - Hypermarchés **Géant Casino** (122 magasins)
    - Supermarchés **Casino** (423 magasins)
    - Commerces du centre-ville : **Monoprix** (689 magasins)  
+ **Franprix** (894 magasins)
    - Discount alimentaire : **Leader Price** (726 magasins)
    - Magasins de proximité (5 153 magasins)
  - E-commerce : **C-Discount**
  - Filiale logistique : **Easydys** pour Casino, **Samada** pour Monoprix.

Source : Groupe Casino (2018) Document de référence

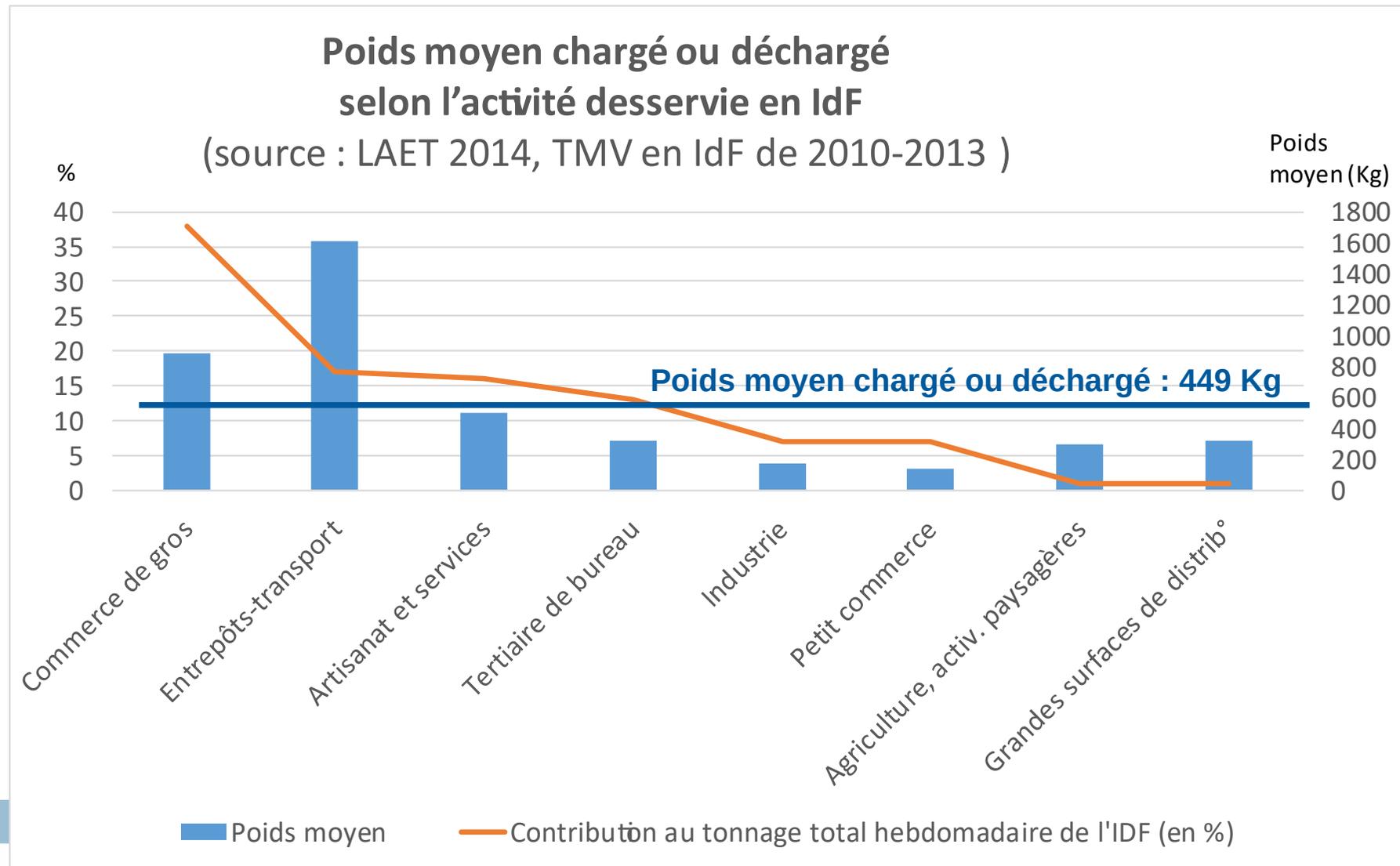
# Plan

- 1- Connaissance des flux générés en ville par la grande distribution.
  - 2- Les déterminants des stratégies logistiques de la grande distribution : remise en perspective historique.
  - 3- Les tendances nouvelles à l'œuvre.
- 

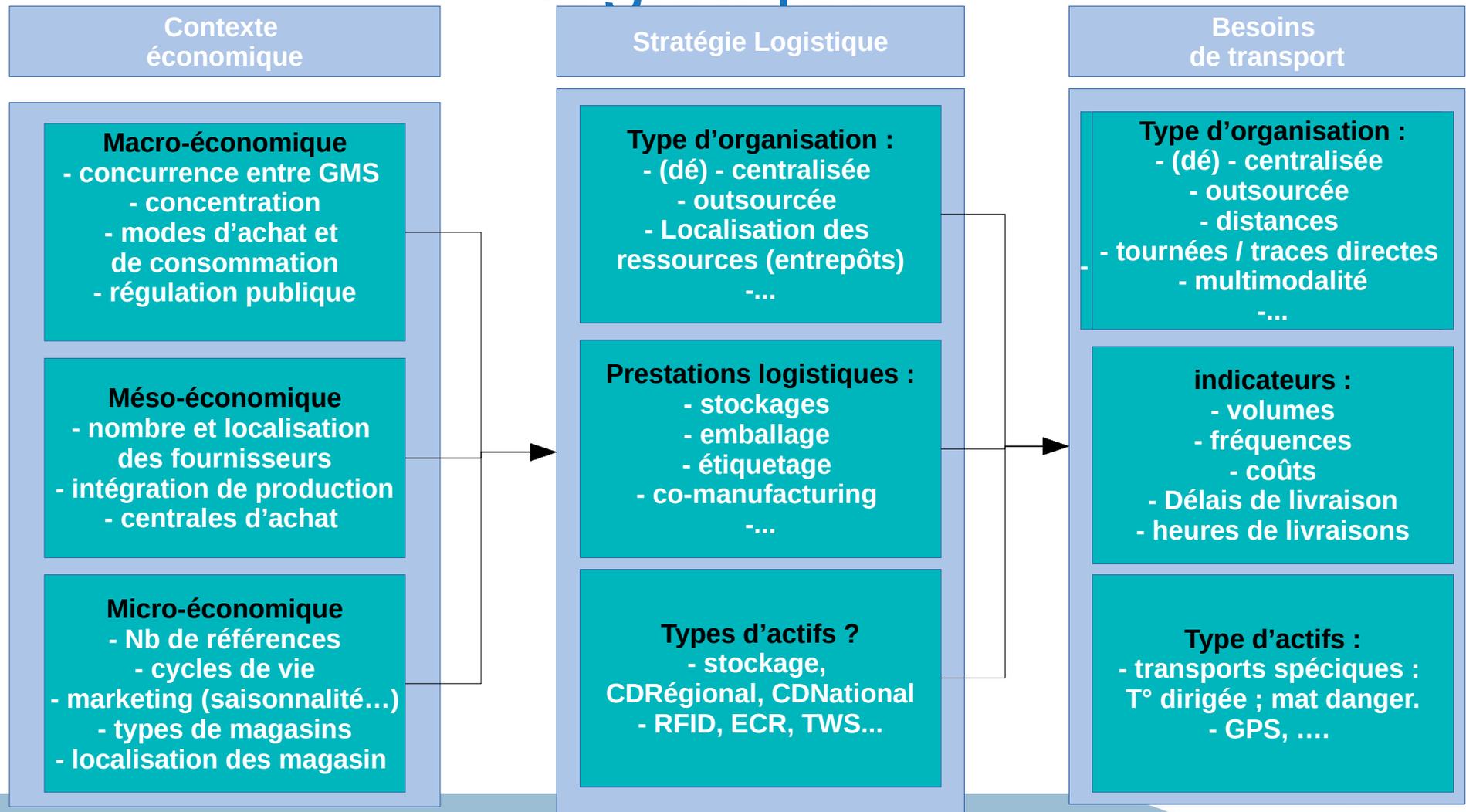
# 1- Flux générés en ville par la grande distribution



# 1- Flux générés en ville par la grande distribution



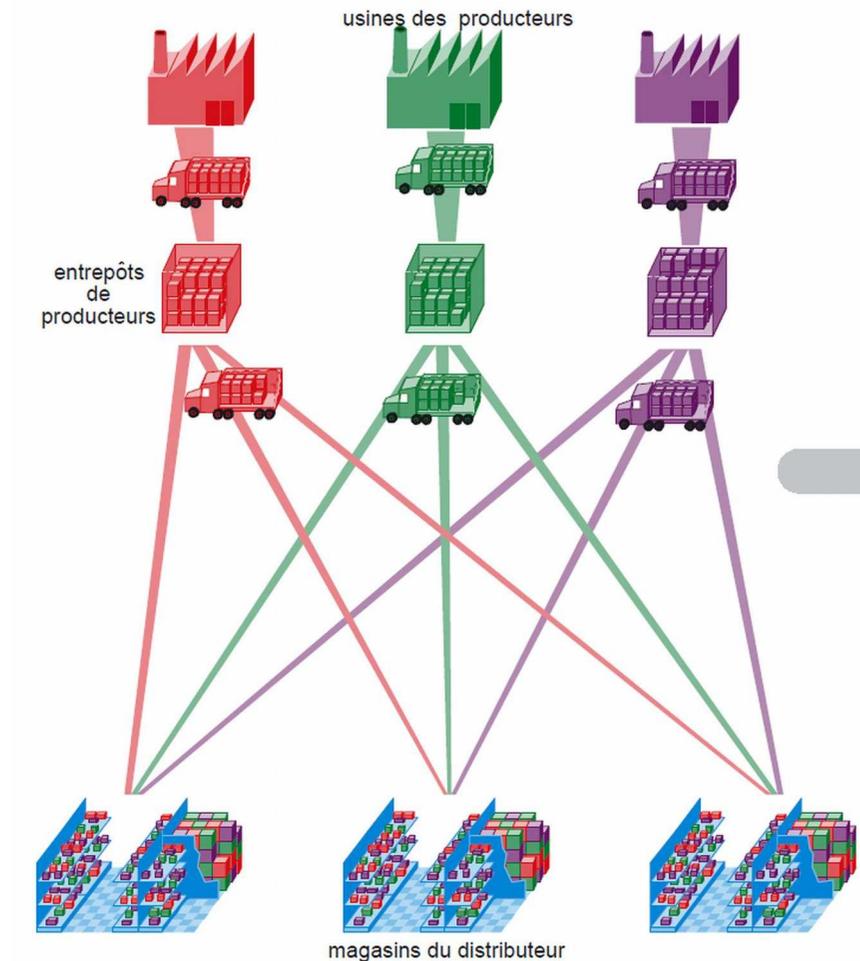
# 2- Les déterminants de la stratégie logistique



D'après : Blanquart et al. 2018, A conceptual framework to identify key drivers for logistics and transport demand - testing the scheme for goods movement in the pharmaceutical supply chain in France and Germany.

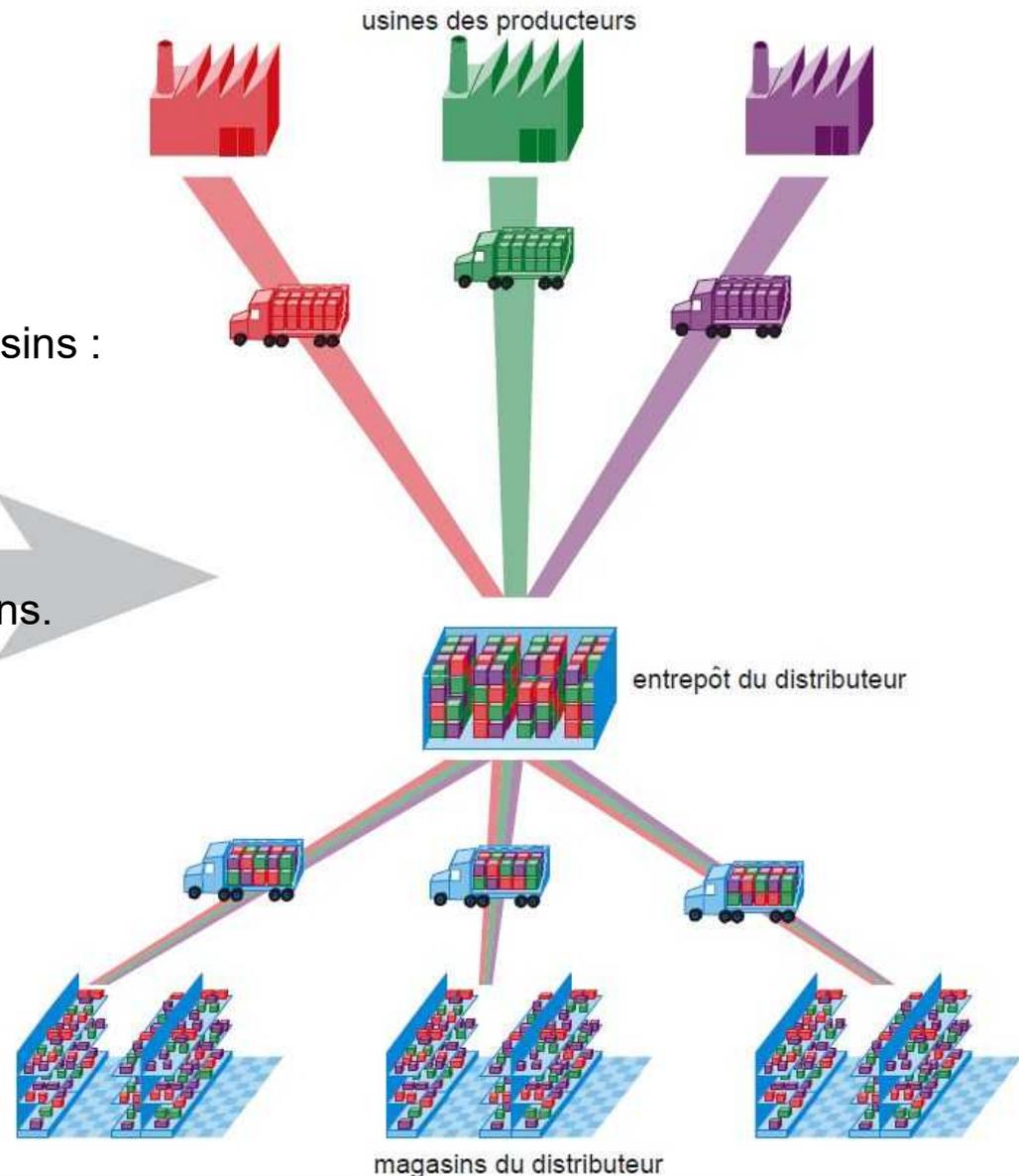
## 2- Les déterminants de la stratégie logistique ... historique

- Les 70's :
- Les producteurs apportent leurs produits à GMS.
- Flux poussés : production sur stock.
- Un Nb de produits restreint.
- Progressivement, la taille des magasins augmente.
- Modèles de l'hyper en périphérie ... le client vient en voiture.



## 2- Les déterminants de la stratégie logistique ... historique

- Les 80's :
- Inversion du rapport de force : La GMS prend en charge la logistique.
- Entrepôts du distributeur au barycentre des magasins : surcoût logistique Vs diminution du Transport ?
- CDRégionaux : découpage géographique (5 pour Auchan, 9 pour Intermarché)
- Flux tirés : production sur commande des magasins. Commande « au trou ».
- Stock de proximité en magasin.
- Diversification des produits.
- Conquête des marchés lointains.



Source : SETRA (2008), La logistique de la grande distribution

## 2- Les déterminants de la stratégie logistique ... historique

- **Les 90's :**
  - Loi Raffarin (1997) : abaissement du seuil de demande d'autorisation CDEC de 1500m<sup>2</sup> à 300m<sup>2</sup> → limitation ouverture nouvelles surfaces de vente.
  - Diminution des surfaces de stockage en magasin.
  - Le Nb de produits augmente sous l'effet des stratégies marketing.
  - Des flux de plus en plus fréquents de moins en moins lourds.
  - Fort développement des outils de « supply chain managment » fondés sur les TIC.
  - Des offres de services des prestataires logistiques se développent.
  - Des entrepôts de + en + grands.

# 2- Les déterminants de la stratégie logistique ... historique

- Les 2000's :
- Crise financière (2008) : les valeurs boursières qui résistent le mieux sont celles des enseignes les mieux placées sur le marché domestique.
- Limitation des investissements dans les autres continents. Mais renforcement à l'échelle Européenne.
- Saturation de l'offre : concurrence exacerbée entre enseignes.
  - Stratégie de concentration par fusions-acquisitions : croissance externe pour compensé une croissance interne morose.
  - Stratégie d'extension des surfaces de vente pour concurrencer les autres enseignes.
  - Stratégie d'ouverture de nouvelles surfaces dans le cadre des politiques de renouvellement urbain sur les friches urbaines pour conquérir la clientèle urbaine.

# 2- Les déterminants de la stratégie logistique ... historique

- Les 2000's :
- Externalisation de la logistique confiée à des prestataires d'envergure Européenne (3PL).
- Spécialisation des plate-formes logistiques : CdRégionaux, Importation
- 5 types d'entrepôts :
  - Par famille de produits
    - Carrefour : entrepôt de textile de Senart pour France entière
    - Intermarché un CDR « sec » + un CDR « froid ».
  - Par format de surface de vente desservie :
    - 1 entrepôt Carrefour pour tous les Hyper de France.
  - Taux de rotation des produits.
  - Origine des flux : importation
    - Jules : 1 entrepôt à Lille pour le monde entier.
    - Colombia sportwaers ; 1 entrepôt à Cambrai pour Europe .
  - Saisonnalités ou promotions.

# 3- Les tendances nouvelles à l'œuvre

- **La conquête de la proximité :**
  - Engagée dès la fin es années 2000.
  - Des magasins de 200 à 900 m<sup>2</sup>, ouverts sur des amplitudes horaires larges, 6 voire 7 j/semaine.... Pour une clientèle de cadres en centre ville, à pieds.
  - Stratégie de localisation au plus proche des petits commerces de quartier : boulangerie, boucheries, pharmacies....
  - Mais coûts du loyer : 6 à 7 % du CA
  - Mais coûts logistiques : jusqu'à 12 % du CA (contre 8 % pour un Super et 4 % pour un Hyper).

# 3- Les tendances nouvelles à l'œuvre

- La conquête de la proximité :
- Stratégie de différenciation des magasins aux besoins de la clientèle de proximité, et aux nouvelles exigences des consommateurs :
  - Multiservices : point poste, point dépôt-retrait pressing, point retrait colis, espace snacking, espace café, coin multimédia, recyclage, services à la personne (ménage gardes), ...
  - « l'expérience client »
  - Monoprix = Monop', Dailymonop, Beautymonop, Naturalia...
  - Formats différents selon implantation en hypercentre ou en périphérie:
    - Carrefour-city « Convenance » VS Carrefour-city « Quartier »
    - Monop' se décline en 3 versions selon le ratio ménages/actifs.
  - Impact sur les produits vendus et donc sur les assortiments.... et sur le ratio CA/m<sup>2</sup>.

# 3- Les tendances nouvelles à l'œuvre

- **Le e-commerce 2010's :**
  - Au début : produits culturels et électroménagers
  - Maintenant : l'alimentaire
  - Délais de livraison toujours plus courts
  - La robotisation du picking.



# Conclusion :

Des stratégies logistiques diversifiées et évolutives qui découlent :

- Des stratégies commerciales et marketing : glissement progressif des marchés de masse vers des marchés de niche.
- Des politiques publiques : pas seulement du transport mais d'urbanisme, et économiques.
- Des offres de services des prestataires logistiques et de transport performantes ... mais sont-elles vraiment, au global, optimisées ?