éditions DAUVERS

30 insights + 8 FOCUS

L'ESSENTIEL DRIVE

& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Édition 2024

ÉDITO

éditions DAUVERS

Bon anniversaire ! La naissance "commerciale" du drive remonte à tout juste 20 ans. En juin 2004, le premier Chronodrive ouvrait ses portes à Marcq-en-Barœul. Tout était là : la commande en ligne, la préparation en 2 h, les pistes de retrait, la dépose au coffre.

La petite histoire retiendra que ce lancement obtint la bénédiction de Gérard Mulliez lui-même, le patriarche regrettant les atermoiements de ses propres équipes : chez Auchan, des tests de service drive avaient démarré dès 1996 au Luxembourg puis en 2000 à Leers, sans la commande à distance.

En 1997 (Codec Castelnau-le-Lez) et 1998 (Intermarché Seyssins), des pionniers proposaient déjà de passer commande sur Internet pour se faire livrer à domicile. Encore fallait-il réunir toutes ces idées en un seul concept.

Le drive tient son rang, désormais, dans la grande histoire du commerce et de la vente à distance. Grande... et longue : en 1882, dans son "Bonheur des dames", Zola décrivait déjà la livraison express, en voiture à cheval, de commandes préparées en rayon et centralisées dans des casiers avant leur envoi !

Le quick-commerce a cru pouvoir ouvrir un nouveau chapitre de ce livre passionnant. Chapitre vite refermé, donc. Mais la livraison à domicile des courses alimentaires n'a pas dit son dernier mot. Les tournées de camion, notamment, dessinent un modèle économique prometteur. Bref, l'histoire continue de s'écrire. Modestement, nous avons préparé cette photo de classe 2024 à votre intention.

Benoît MERLAUD

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 coorganisation, avec Linéaires, des Ateliers du drive et du e-commerce, journée référence du circuit depuis 13 ans (**RDV le 26 septembre prochain à Paris**).

Ils ont permis la réalisation de cet "Essentiel" :

ACTEMIUM p. 64	AutoStore p. 42	bascule p. 51	carapax p. 12	Drive to Home p. 24, 54	INFINITY ADVERTISING p. 9
InStoreSolution GROUPE INTERWAY p. 21	kbrw p. 15	Les Paysans de Rougeline p. 33	LOG'ISSIMO p. 18	Fabriqué en France par Lucien Georgelin p. 36	SÉLECTION Lustucru p. 5
OUIDROP p. 61	Shopopop p. 45	Thoonsen Fabricant d'innovations p. 27	Tut Tut p. 30	VusionGroup p. 39	Yyper p. 48, 54

N'hésitez pas à cliquer sur chaque annonce pour découvrir les offres et solutions !

SOMMAIRE
(cliquable)

30 Insights

Chiffre d'affaires - Insights 1 à 11 ..... **6**

Parc - Insights 12 à 16 ..... **23**

Offre - Insights 17 à 23 ..... **32**

Prix - Insights 24 et 25 ..... **44**

Clients - Insights 26 à 30 ..... **49**

8 FOCUS **58**

SELECTION Lustucru

20 ANS du gnocchi à poêler

EN 2004 :
Lustucru invente LE GNOCCHI À POÊLER

ça se fête !

L'INVENTION QUI A BOULEVERSÉ LE MARCHÉ

Le 1er segment du marché
GAP : 36900T*

Une croissance fulgurante
+40% en 3 ANS*

LUSTUCRU, LE LEADER INCONTESTABLE

84%* de PDM

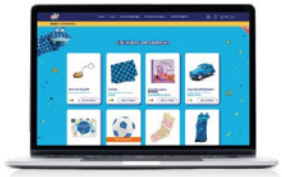
1er contributeur à la croissance

QUALITÉ ORGANO UNIQUE 68% de réachat**

UN PLAN D'ACTION EXCEPTIONNEL POUR FÊTER LES 20 ANS !

TF1
france•tv
YouTube
FORTE PRÉSENCE en TV

PLV MASSIVES sur le terrain


OP CONSO
22 milllions de packs porteurs

LANCEMENT d'une grande boutique

Lustucru Frais SAS au capital de 2 591 633,29 € - RCS Lyon 957 507 536 - Visuels non contractuels - Suggestion de présentation - Source : * Circana, CAM P12 2023 TC /** NIWP, CAM P13 2023, Total France.

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

LE CHIFFRE D'AFFAIRES

#1 Décomposition du chiffre d'affaires e-commerce

#2 La dynamique du e-commerce vs les magasins physiques

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

#4 Le poids du e-commerce par enseigne

#5 Évolution du CA drive depuis 2013

#6 Dynamique du drive depuis 1 an

#7 Ventes drive : volume vs valeur

#8 Dynamique de la LAD GSA depuis 1 an

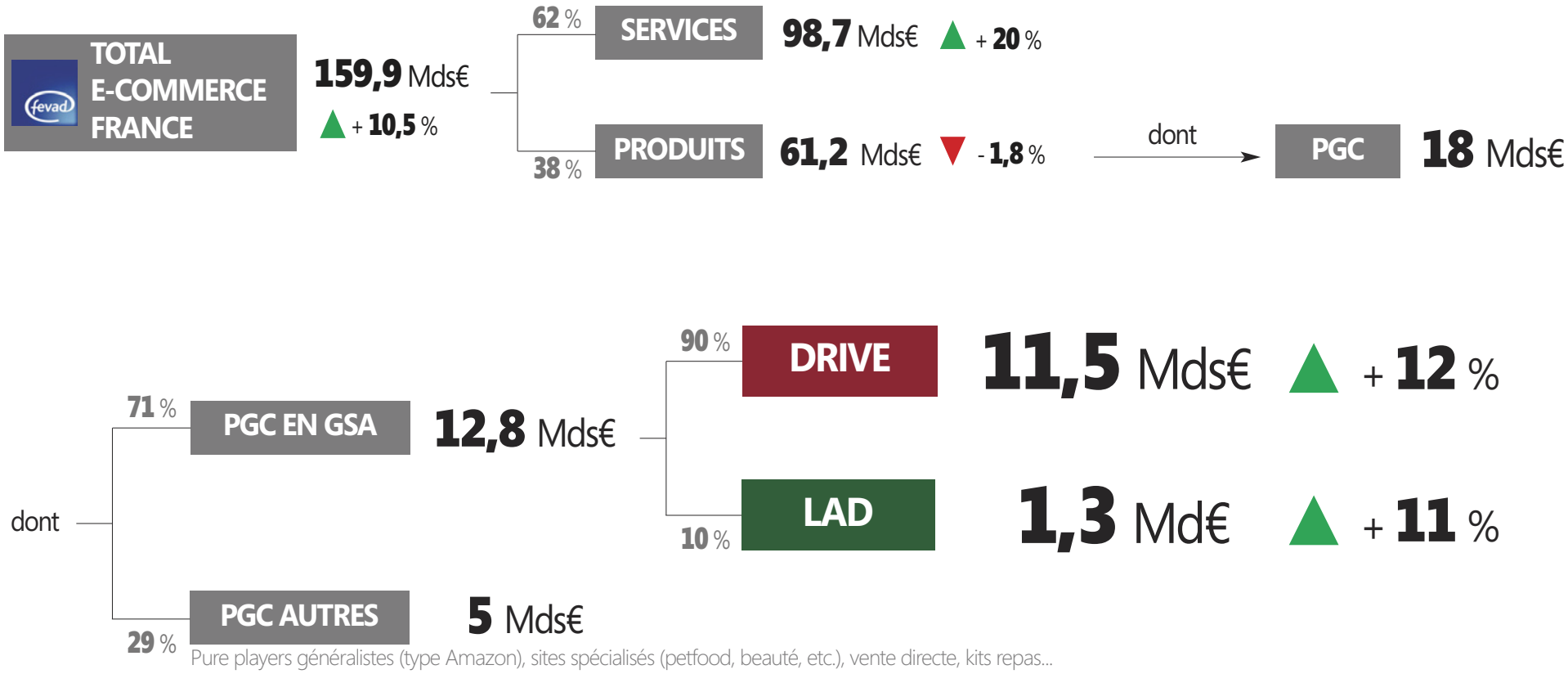
#9 Poids des enseignes drive

#10 Leclerc drive, un leader incontesté

#11 Le e-commerce de Leclerc en détail

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

En 2023 - évolution sur 1 an



Pure players généralistes (type Amazon), sites spécialisés (petfood, beauté, etc.), vente directe, kits repas...

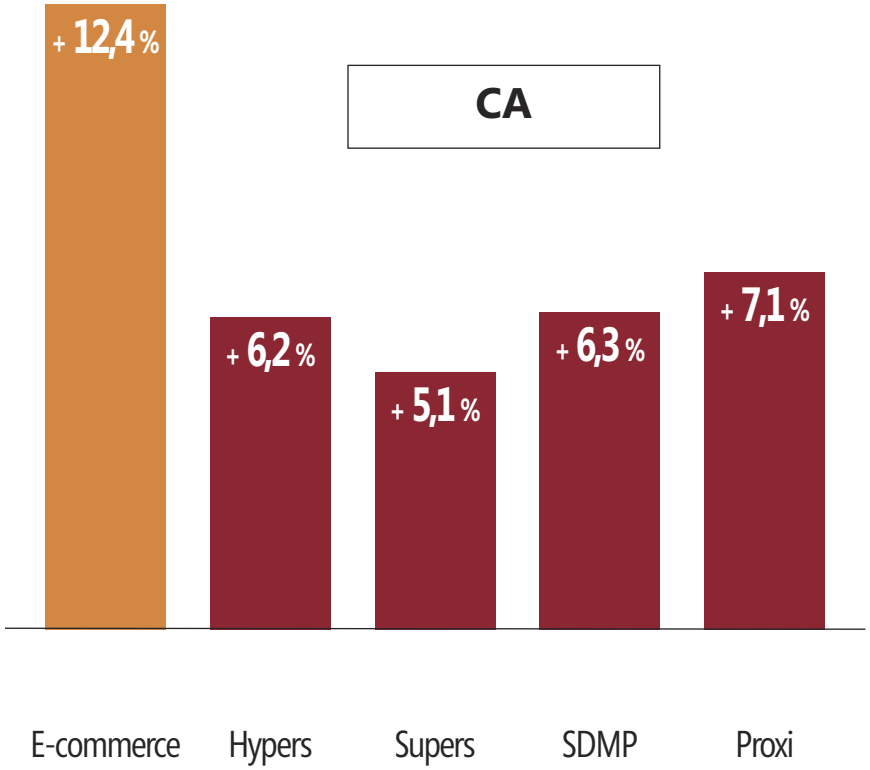
Source : estimations Editions Dauvers

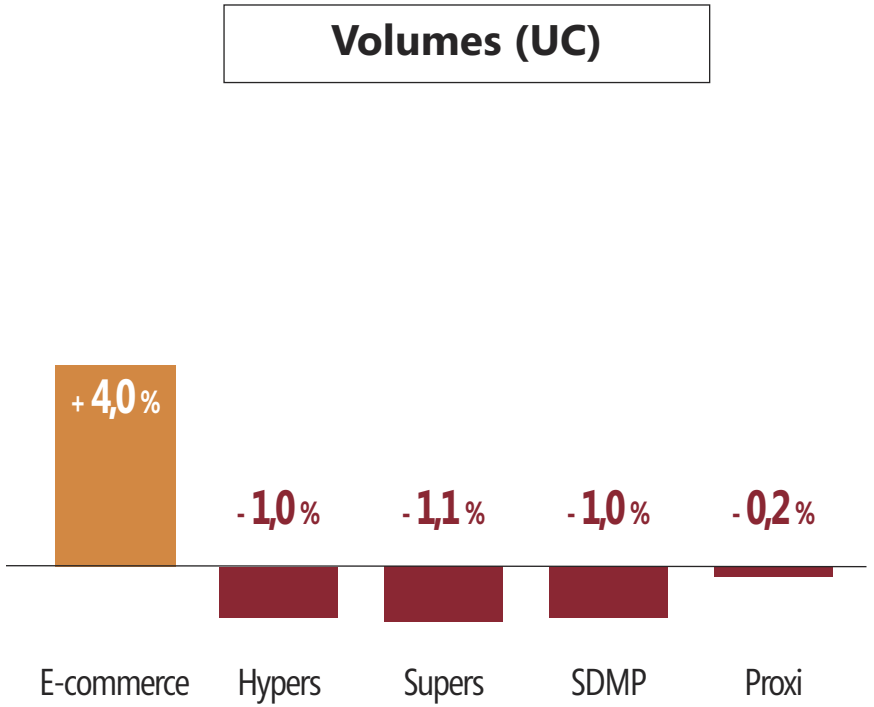
Les ventes de services continuent de tirer la croissance du e-commerce en France. Le recul sur les produits s'atténue (- 7 % en 2022, - 2 % en 2023), le CA restant toujours largement supérieur à celui d'avant Covid. Sur les produits physiques, l'inflation soutient la hausse du panier (+ 1 %, à 59 €), tandis que le nombre de transactions diminue (- 3 %). Sans surprise, l'alimentaire se porte bien et le non-al est en souffrance.

LA DYNAMIQUE DU E-COMMERCE VS LES MAGASINS PHYSIQUES

NielsenIQ

Évolution des ventes PGC-FLS par circuit ; cumul 12 mois arrêté au 21/04/2024





Dans les grandes masses, le e-commerce est le seul circuit alimentaire à enregistrer une croissance volume. Dans le détail, les petits hypers et les grands supers sont aussi en légère progression (respectivement + 1,8 % et + 0,6 %). Mais pas de quoi entamer la superbe des drives voitures (+ 4,1 %), des drives piétons (+ 4,1 %) et de la livraison à domicile (+ 2,6 %).

INFINITY ADVERTISING

MAXIMISEZ VOTRE VISIBILITÉ

Influencez les décisions d'achat
sur le 1er réseau Drive de France*
avec le Search Sponsorisé

+30M
de recherches
mots-clés par mois

80%
de transformation
post clic

5,37
ROAS
moyen

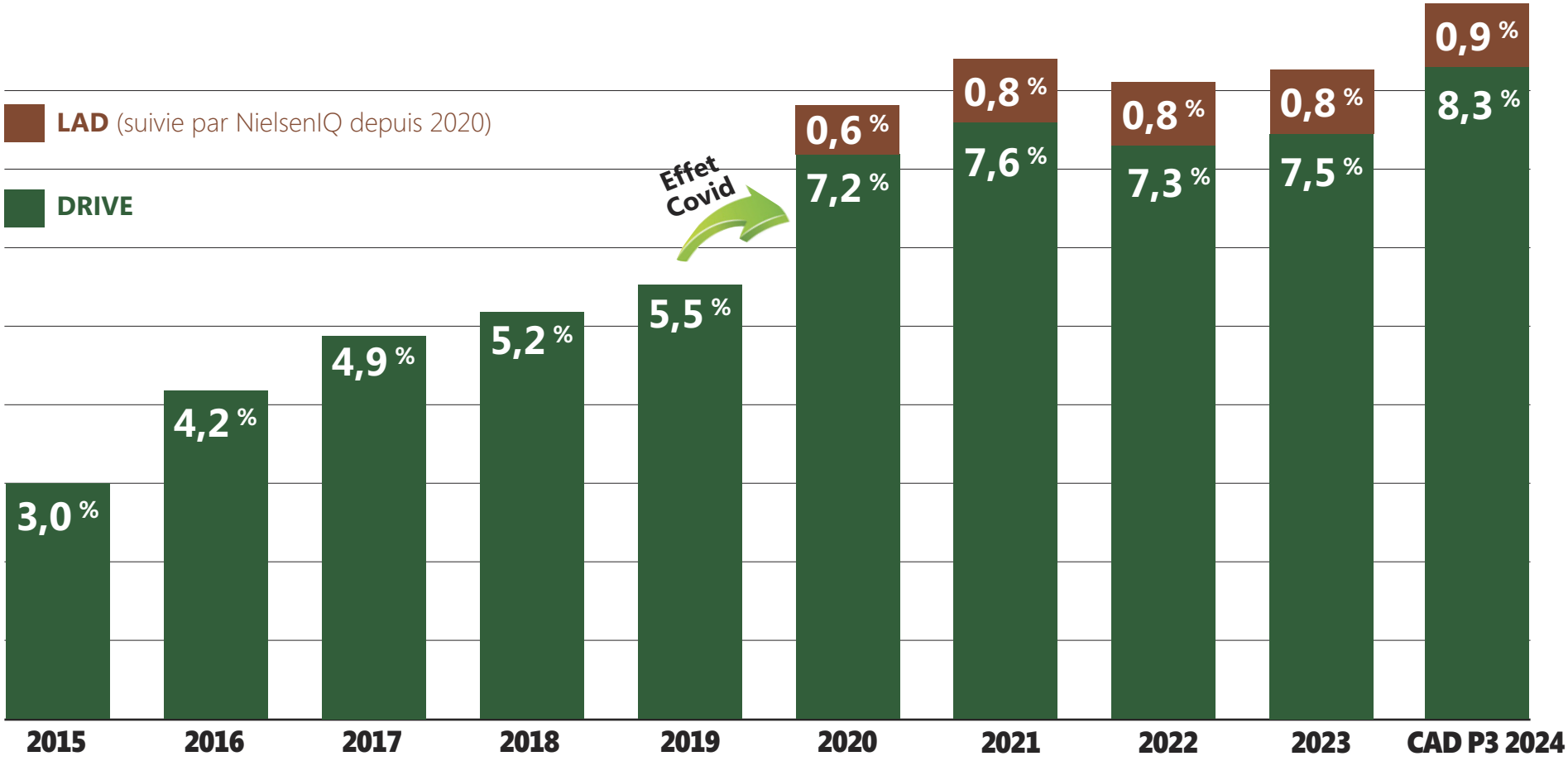
www.infinity-advertising.fr

*source : 4380 magasins drive Casino, Monoprix, Franprix et Intermarché, atelier du Drive 2023

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

NielsenIQ

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



Le e-commerce fait preuve d'une incroyable résilience. Le palier franchi à la faveur de la crise sanitaire (grosso modo 8 % des ventes alimentaires) n'a plus jamais été remis en cause. Une nouvelle accélération de la part de marché s'observe en ce début d'année 2024, portée autant par une réelle croissance des ventes que par la relative "panne" des magasins physiques.

LE POIDS DU E-COMMERCE PAR ENSEIGNE

KANTAR

Drive + LAD, périmètre PGC/FLS uniquement - cumul 12 mois à P4 2024

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

19 €	**12-13 €**	**8-9 €**	**7-8 €**	**7-8 €**

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. L'occasion de toucher du doigt le rôle du circuit dans la performance actuelle de Leclerc.

carapax

Spécialiste des abris en toile tendue

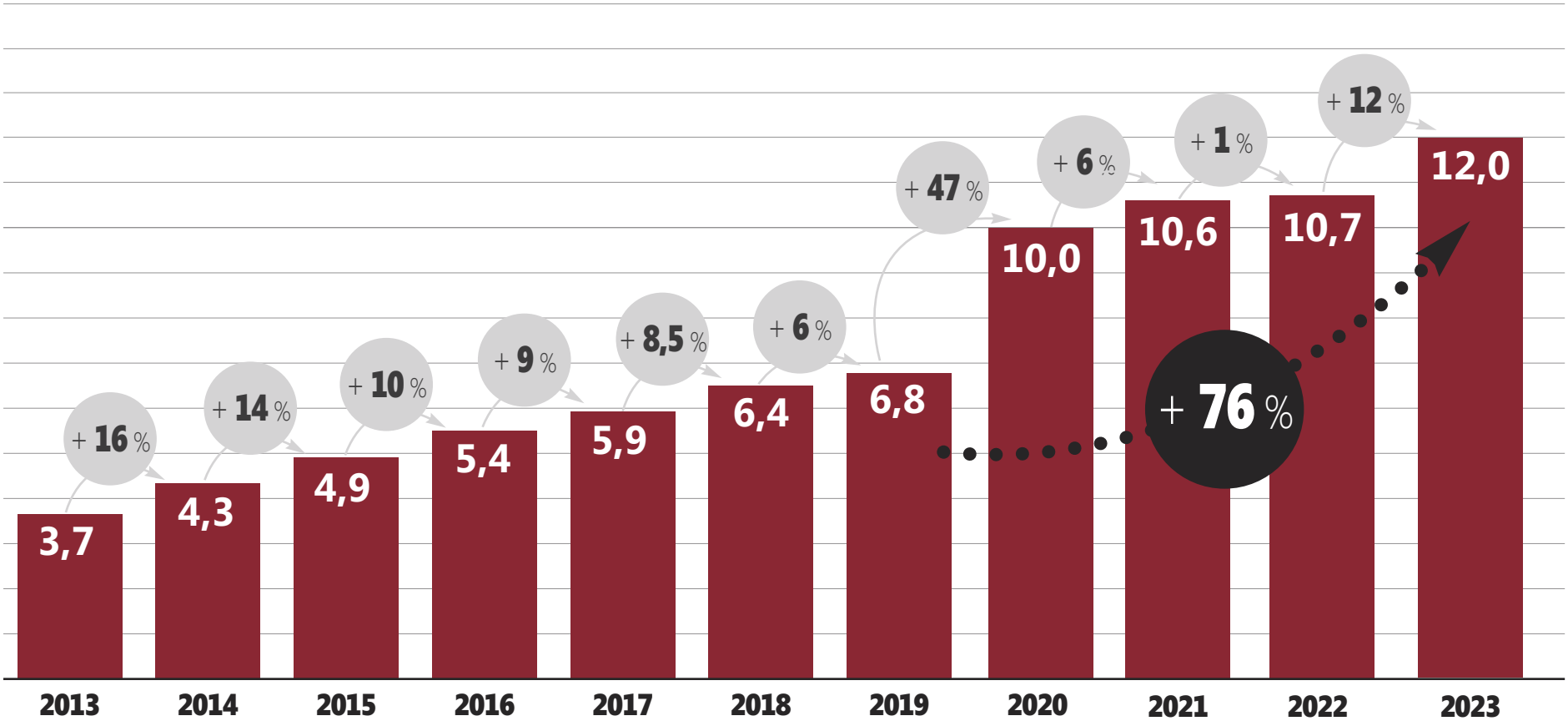
35 ans d'expérience à votre service. Tél. 33 (0)4 74 97 30 00

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

ÉVOLUTION DU CA DRIVE DEPUIS 2013

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



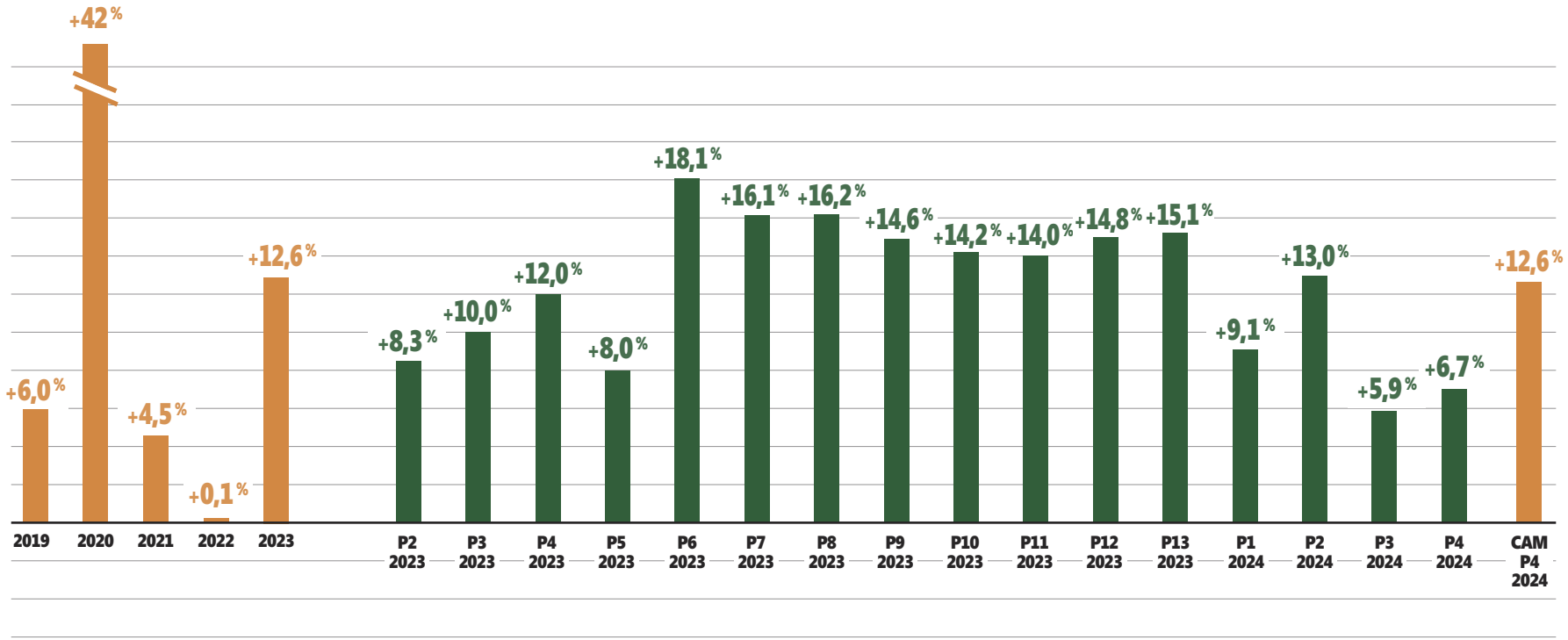
Source : Éditions Dauvers

Le circuit drive passe le seuil des 12 milliards d'euros en 2023. Avec une progression de 12 %, soit un taux de croissance qu'on n'avait plus connu (hors Covid) depuis 2015. Le chiffre intègre ici l'ensemble du périmètre produits (PGC/frais LS, frais trad, non-al) ainsi que 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).

DYNAMIQUE DU DRIVE DEPUIS 1 AN

NielsenIQ

Evolution des ventes drive France (périmètre PGC/FLS)



Au-delà de l'inflation qui porte les dépenses dans tous les circuits GMS, le drive a aussi pour atout de proposer des achats "malins" bien dans l'air du temps : meilleure maîtrise de son budget, de son agenda, avec des produits servis (gratuitement) jusqu'au coffre. Même si la hausse des prix marque désormais le pas, la croissance reste soutenue pour le drive durant les premières périodes de 2024. + 6,7 % de CA sur la P4 alors que l'historique (P4 2023) était déjà à + 12 %, excusez du peu !

Ouvrez une nouvelle ère d'efficacité et de satisfaction client

kbrw

Optimisez votre exécution de commandes, centralisez les stocks et concevez de nouveaux parcours clients grâce à la puissance des systèmes de gestion de commandes (OMS) et des solutions d'exécution en magasin.

Nous vous aidons à surmonter de nouveaux défis du secteur alimentaire:

51% | de Français se déclarent prêts à changer d'enseigne en cas de rupture de stock

60% | ont cité l'indisponibilité des produits comme élément déplaisant lors de leur achat

40% | des foyers français ont fait un achat en ligne de produits de grande consommation ces 12 derniers mois

En savoir plus

Ils nous font confiance dans l'amélioration de leur performance:

Auchan · Carrefour · MONOPRIX · cora · NATURALIA

x 2
capacité de traitement de commandes en magasin

+80%
hausse de commandes parfaites

-66%
de taux de rupture de stock

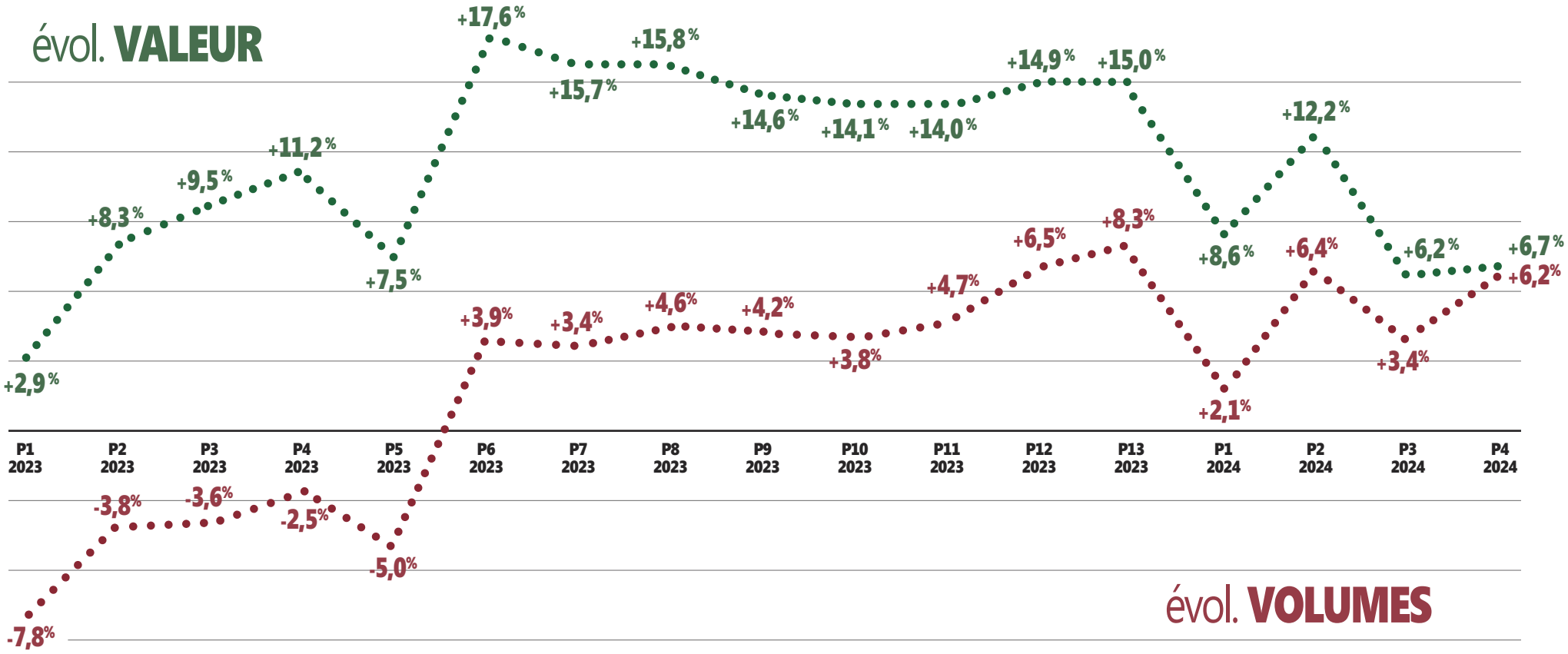
* Source: *Les Français & les ruptures de stock"*, Opinionway & Jeudi de la Retail Tech
** Source: *Les Français & la disponibilité des produits, Etude OpinionWay X autone X iloveretail*
*** Source: *Le e-commerce alimentaire reste à un haut niveau en 2023,* NielsenIQ & Fevad

"opinionway · NielsenIQ · Fevad

VENTES DRIVE : VOLUME VS VALEUR

NielsenIQ

En % vs. n-1



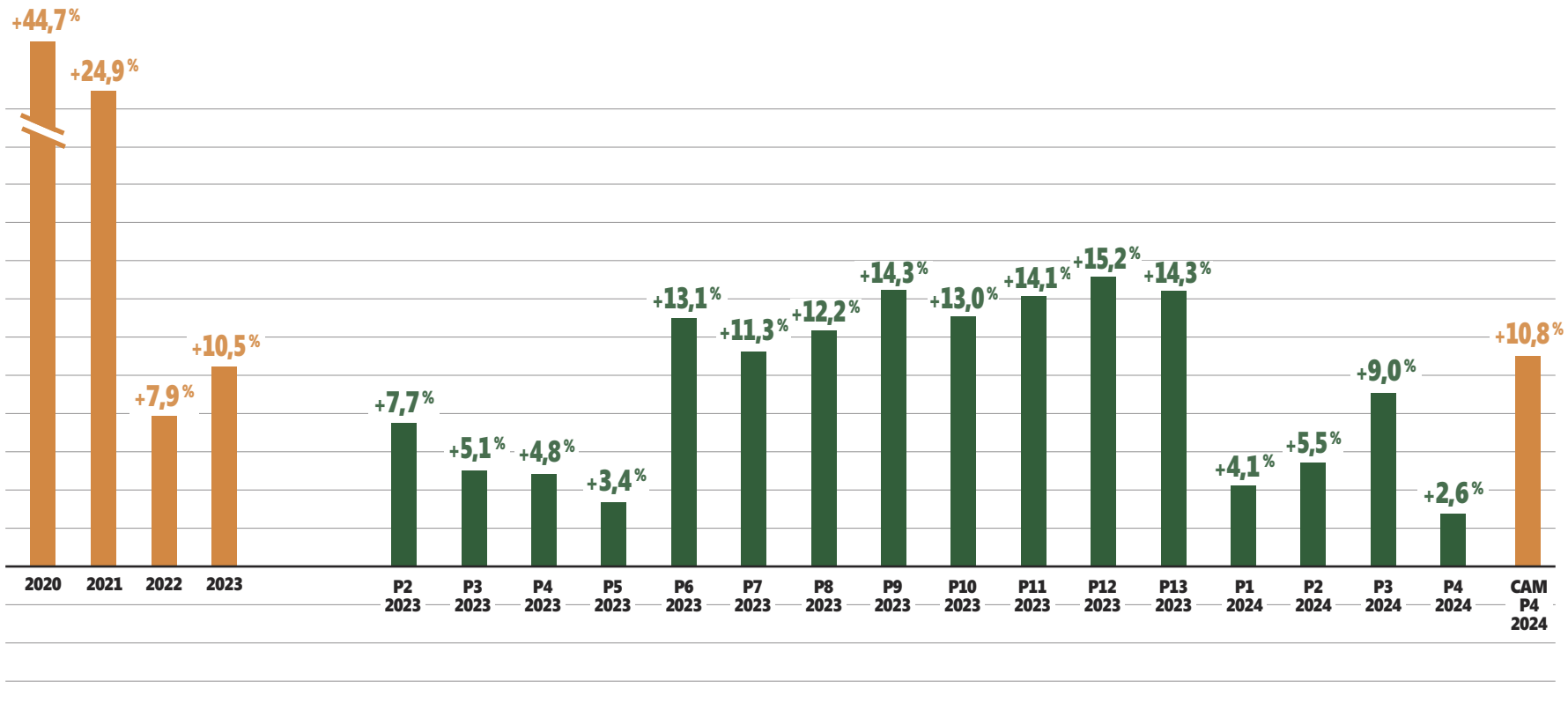
La croissance volume est repartie en drive au second semestre 2023. Depuis, l'écart entre les progressions valeur et volume ne cesse de se réduire, les deux courbes se rejoignant en avril 2024 : un effet direct de la baisse de l'inflation. La même convergence, par ailleurs, s'observe sur les autres circuits.

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'inflation a évidemment dopé la croissance de la livraison à domicile en 2023. Les étiquettes devenant plus sages, les progressions en 2024 se font plus modestes. Au vu des historiques très forts sur lesquels il faudra repasser, le second semestre 2024 fera office d'heure de vérité pour la LAD...

(1) Service gratuit + prix appel.

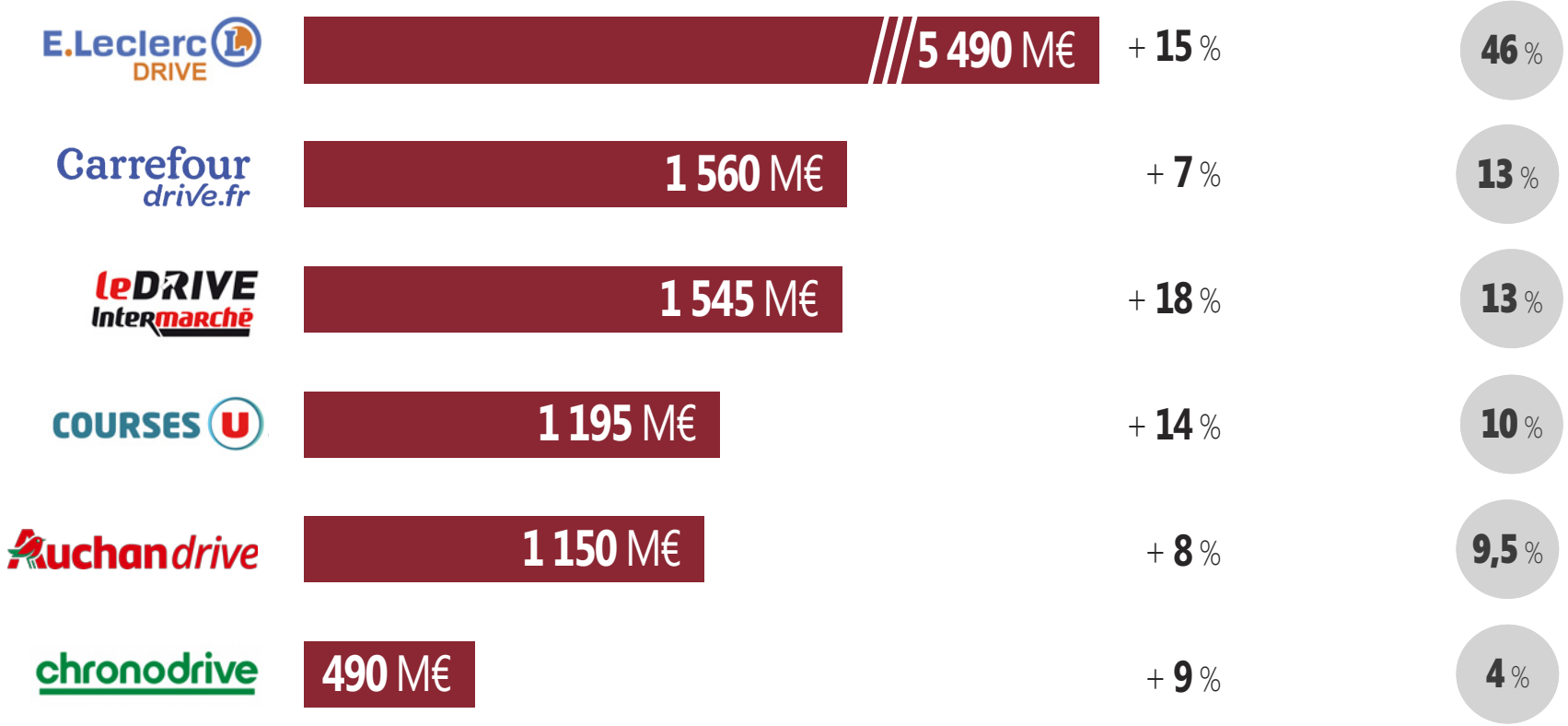
La Poste – SA au capital de 5 857 785 892 € – 356 000 000 RCS Paris. Siège social :
9, rue du Colonel-Pierre-Avia – 75015 Paris. Crédit photo : Adobe Stock – 03/2024 – HAVAS PARIS – BETC

LES PRINCIPALES ENSEIGNES DRIVE

CA 2023 en millions d'euros / évol. vs N-1

CA total drive y compris LAD à partir des sites drives comme chez Cora, Intermarché et U par exemple

Parts de marché valeur

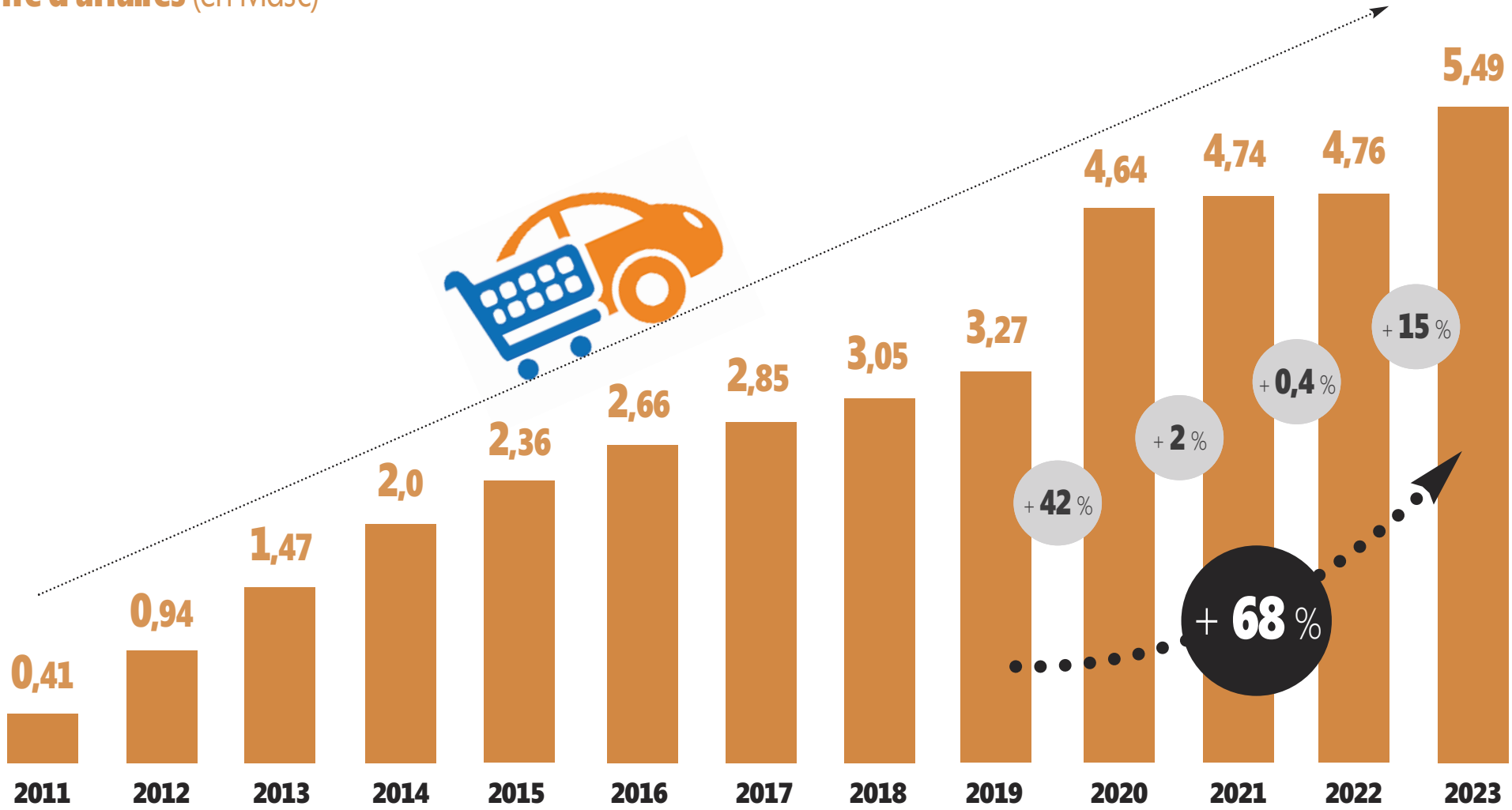


Source : Éditions Dauvers

LECLERC DRIVE, UN LEADER INCONTESTÉ

E.Leclerc DRIVE

Chiffre d'affaires (en Mds€)



Source : Éditions Dauvers

InStoreSolution
GROUPE INTERWAY

Nous accompagnons les Retailers dans l'optimisation de leur performance omnicanale.

Nos solutions robotisées ***1M ROBOTICS*** pour la préparation de commandes **drive** et ***CLEVERON*** pour le **Click & Collect** sont disponibles **24H/24** pour les produits secs, frais et surgelés.

Notre groupe est présent sur l'ensemble du territoire pour assurer les déploiements et la maintenance.

Venez découvrir en exclusivité ces solutions robotisées dans notre showroom.

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

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

BORNES & SOLUTIONS DRIVE
LOCKERS SUR MESURE ET ROBOTISÉS
ROBOTS DE PREPARATION DE COMMANDES

CLEVERON

1MROBOTICS

LE E-COMMERCE DE LECLERC EN DÉTAIL

5,49 Mds€ TTC + **15** %

Part de marché (Kantar) : **45,1** % + **1,3** pt

4,3 millions de clients + **10** %

58 millions de commandes + **10** %

E.Leclerc DRIVE — **758 drives** (voiture), + 15 en 2023

E.Leclerc Chez Moi — **615 sites départ**, + 34 en 2023

E.Leclerc RELAIS — **146 drives piétons,** + 44 en 2023
(solos ou couplés à un magasin, avec ou sans parking)

Source : Éditions Dauvers

Il y a une certaine forme de "non-sens commercial" à voir ainsi l'archi-leader du drive continuer à gagner des parts de marché sur un secteur qui avance en maturité. Les pionniers, d'ordinaire, perdent mécaniquement des points au fur et à mesure que la concurrence se développe. En 2023, Leclerc est pourtant reparti de l'avant, avec un poids sur le marché repassant au-dessus des 45 % (Kantar) ou 46 % (tous produits). Ses 15 % de croissance expliquent quasiment à eux seuls, d'ailleurs, les + 12 % du e-commerce alimentaire l'an dernier.

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

LE PARC

#12 Évolution du parc

#13 Le parc drive par enseigne

#14 Le parc Carrefour drive en détail

#15 Les drives piétons

#16 Drives piétons "solos" : le match Auchan vs Leclerc

Drive to **Home**, votre partenaire

LAD sous température dirigée

Avis Vérifiés by Skeepers **4.7**/5

Net **P**romoter **S**core = 73.64

Répondez aux attentes des consommateurs, fidélisez vos clients et démarquez-vous de la concurrence avec **Drive to Home** :

- *Livraison de courses à domicile*
- *Logistique inter-drive*
- *Lâcher de caddie*

1ère entreprise française du Last Mile alimentaire

doublement certifiée des normes

ISO 9001 ISO 22000

www.drivetohome.fr

ÉVOLUTION DU PARC

a3distrib by NielsenIQ

6 986 drives en France

au 1er avril 2024

- 40 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	

Symboliquement, le parc de drives en France est repassé sous le seuil des 7 000 unités. Un recul uniquement dû aux enseignes du groupe Casino. Pour les autres distributeurs, les créations (maigres) reposent surtout sur les drives piétons et les comptoirs de retrait en proxi. Tous les détails... pages suivantes.

LE PARC DRIVE PAR ENSEIGNE

Au 01/04/2024 - évolution sur 1 an

a3distrib by NielsenIQ

4 -	E.Leclerc DRIVE	864	(+ 28)
5 -	Auchan drive	437	(+ 56)
6 -	Casino drive.fr	361	(- 56)
7 -	MONOPRIX	142	(- 117)
8 -	franprix	118	(- 53)
9 -	SUPERMARCHÉ MATCH DRIVE	115	(+ 2)
10 -	Collect&Go service colruyt	100	(+ 6)
11-	bi1 drive	92	(=)
12 -	coradrive.fr	71	(- 2)
13-	chronodrive	55	(=)

Thoonsen

Fabricant d'innovations

Chariot de livraison dernier km à assistance électrique

DOUBLEZ VOS LIVRAISONS À DOMICILE

grâce à la toute **nouvelle solution de livraison urbaine** pour le dernier kilomètre : le **TROTLIVRAISON**

MADE IN 36 INDRE

- **120 L** de capacité
- **170 kg** de charge utile
- **Skate repliable**

Pistes cyclables, trottoirs, cours d'immeubles, ascenceurs...

Il se faufile partout !

Scannez-moi pour **VOIR LA VIDÉO**

90 rue Ampère
36000 CHÂTEAUROUX
FRANCE

02 54 08 08 04
contact@thoonsen.fr

www.thoonsen.fr

LE PARC CARREFOUR DRIVE EN DÉTAIL

a3distrib by NielsenIQ

Carrefour drive.fr

1 820 unités (+ 35)

	Parc	évol / 1 an
Carrefour	**219**	=
market	**837**	=
city	**342**	+ 19
contact	**276**	+ 21
express	**145**	+ 1
Carrefour drive piéton	**6**	nc

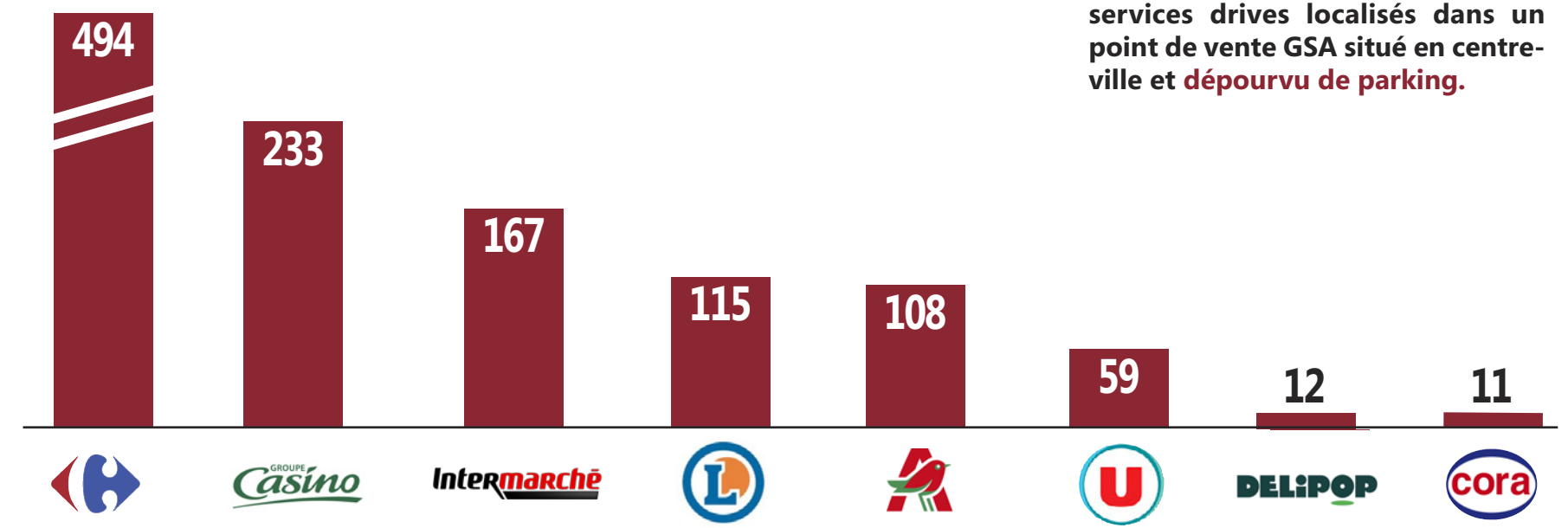
La frénésie d'ouvertures observée chez Carrefour lors du décompte précédent de l'Essentiel Drive (355 unités créées en un an) a pris fin. L'activité du distributeur ces 12 derniers mois se résume à quelques mises en place de comptoirs de retrait en proxi.

LES DRIVES PIÉTONS

NielsenIQ TradeDimensions

> AU 01/04/2024 LEUR NOMBRE EST DE 1 226

Périmètre : drives piétons dédiés ou services drives localisés dans un point de vente GSA situé en centre-ville et dépourvu de parking.



- 494 — 6 PIÉTONS SOLOS + CRF CITY + CRF EXPRESS + CASIERS
- 233 — DONT 223 SPAR + CASIERS
  ▲ Les 600 magasins proxi Casino, dont les Spar cités ici, proposant de la vente en ligne ne sont pas inclus dans le comptage drive. Mais une majorité peuvent être considérés comme des piétons.
- 167 — ITM EXPRESS + CASIERS OUVERTS AU PUBLIC ET POINTS DE RETRAIT
- 115 — RELAIS LECLERC ET CASIERS
- 108 — DRIVES PIÉTONS + CASIERS PUBLICS + POINTS DE RETRAIT MY AUCHAN
- 59 — DONT POINTS DE RETRAIT DANS LES U EXPRESS ET CASIERS
- 12 — CASIERS ROBOTISÉS ET MUTUALISÉS
- 11 — 11 CORA EN VILLE
  ▲ Cora dispose aussi de plus de 300 points de retrait dans des commerces tiers qui ne sont pas inclus dans le comptage drive.

Sources : NielsenIQ TradeDimensions et Éditions Dauvers

+99 %

Livraisons honorées

18

Enseignes partenaires

4,87/5

★ ★ ★ ★ ★

Satisfaction clients livrés

Livraison collaborative

Vos trajets font la différence

CONTACTEZ-NOUS

04 65 00 06 15

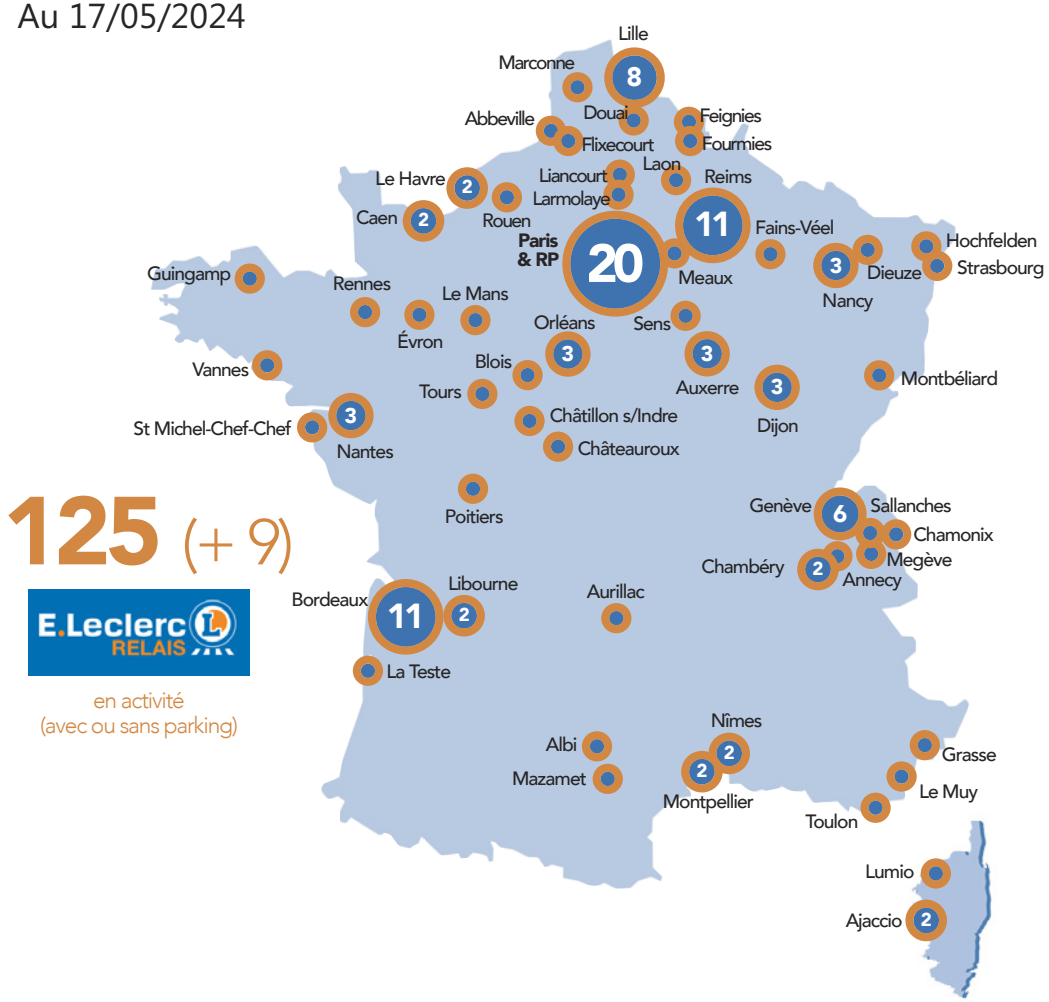
pro@tut-tut.com

En savoir plus

Tut Tut

DRIVES PIÉTONS "SOLOS" : LE MATCH LECLERC VS AUCHAN

Au 17/05/2024



125 (+ 9)

E.Leclerc RELAIS

en activité
(avec ou sans parking)

85 (- 27)

Auchan Piéton

en activité
(hors My Auchan)

Quelques rationalisations s'observent dans le parc des Leclerc Relais (fermetures à Nantes notamment) mais la tendance reste à la croissance. Auchan, en revanche, s'est résolu à un sacré virage stratégique. Après le développement à marche forcée des années 2021/2022 puis le coup d'arrêt, place aux... fermetures.

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

L'OFFRE

#17 L'évolution de l'assortiment drive moyen

#18 L'assortiment drive par enseigne

#19 L'assortiment des sites de livraison à domicile

#20 Part de marché des MDD en drive + LAD

#21 MDD vs marques nationales en drive + LAD

#22 L'offre premiers prix en drive

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

Les Paysans de Rougeline

Cultivées dans le Sud de la France

ENFIN DES TOMATES LABEL ROUGE !

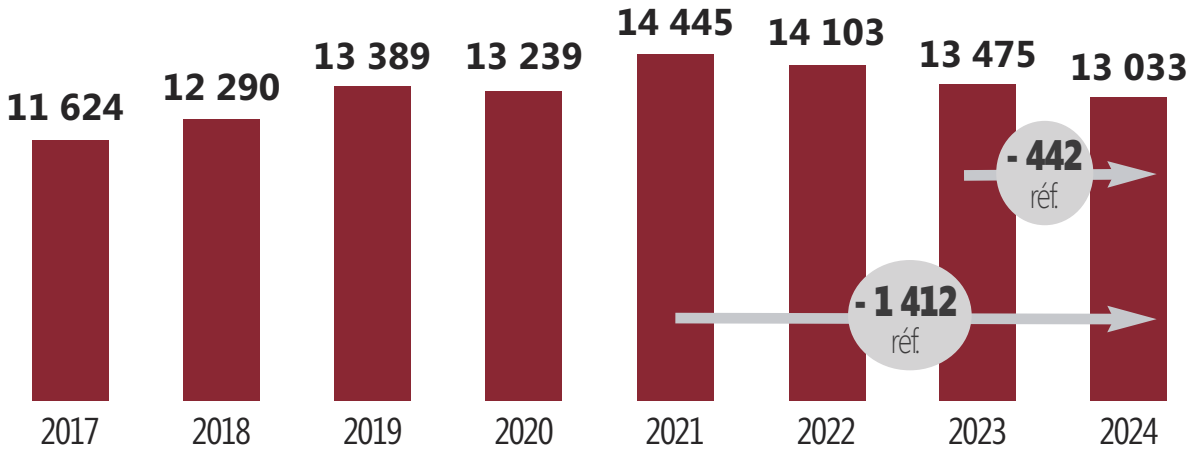
En savoir plus
sur rougeline.com

GARANTIE QUALITÉ SUPÉRIEURE label Rouge

L'ÉVOLUTION DE L'ASSORTIMENT DRIVE MOYEN

> Évolution depuis 2017

Nb de réf. au T1 de chaque année



a3distrib by NielsenIQ

> Offre vendante

Nombre de réf. PGC/FLS
achetées au moins une fois par mois (T1 2024)

5 469
références en moyenne

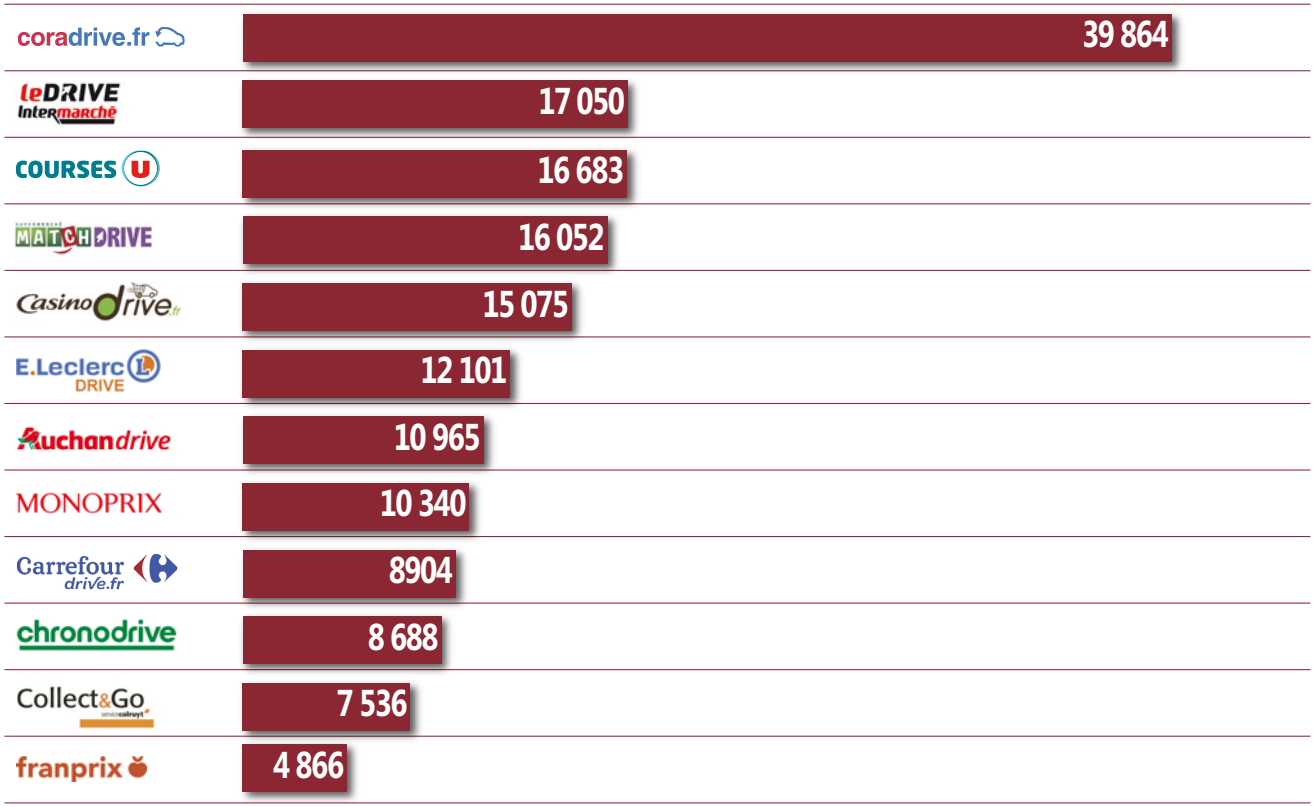
NielsenIQ

La baisse tendancielle des assortiments se poursuit en drive, poussée par le développement du parc sur de plus petites unités. Logiquement, le nombre de références "vendantes" suit la même tendance (moyenne à 5 600 un an plus tôt).

L'ASSORTIMENT DRIVE PAR ENSEIGNE

a3distrib by NielsenIQ

Au T1 2024 (nb de réf.)



offre moyenne France

13 033 références

Avec **47 691 réf.** Cora Wittenheim (68) est le drive français le plus fourni !

Les distributeurs avancent en ordre dispersé sur la question des assortiments. Leclerc étoffe son offre (+ 501 réf.), Cora rationalise – un peu – la sienne (- 1 968 réf.). La forte diminution des gammes chez Carrefour (- 2 851 réf.) s'explique autant par la rationalisation que par le développement de petits drives, tandis qu'à l'inverse la fermeture des piétons chez Auchan contribue à regonfler l'assortiment moyen (+ 1 485 réf.).

DEPUIS LE DÉBUT DE L'ANNÉE 2024, LUCIEN GEORGELIN C'EST :

+ DE 650 000 POTS DE PÂTES À TARTINER VENDUS

NOTRE BOUTIQUE

+ DE 500 000 POTS DE PÂTÉS VENDUS

+ DE 2 500 000 POTS DE CONFITURES VENDUS

Fabriqué dans le Lot-et-Garonne par Lucien Georgelin
47 Route de la Prairie de Londres 47200 VIRAZEIL
05 . 53 . 20 . 15 . 20 - georgelinsa@georgelin.fr

L'ASSORTIMENT DES SITES DE LIVRAISON À DOMICILE

a3distrib by NielsenIQ

[TOUS MARCHÉS - MOIS DE FÉVRIER 2024, ÉVOLUTION VS FÉVRIER 2023]

La bataille de la livraison se livre autour d'assortiments compris entre 10 000 et 12 000 références. La logistique de la livraison express suppose de travailler une gamme deux fois plus courte, tandis qu'à l'autre extrême du spectre Monoprix et Houra jouent la carte du large choix, en contrepartie de prix plus élevés (avec l'automatisation signée Ocado pour l'enseigne du groupe Casino).

MONOPRIX plus

19 858 réfs.
(- 5 384)

houra.fr
Tout va bien, il y a houra !

16 602 réfs.
(+ 1 369)

Carrefour livré chez vous

11 878 réfs.
(- 914)

E.Leclerc Chez Moi

10 624 réfs.
(+ 161)

Auchan

10 330 réfs.
(+ 1 241)

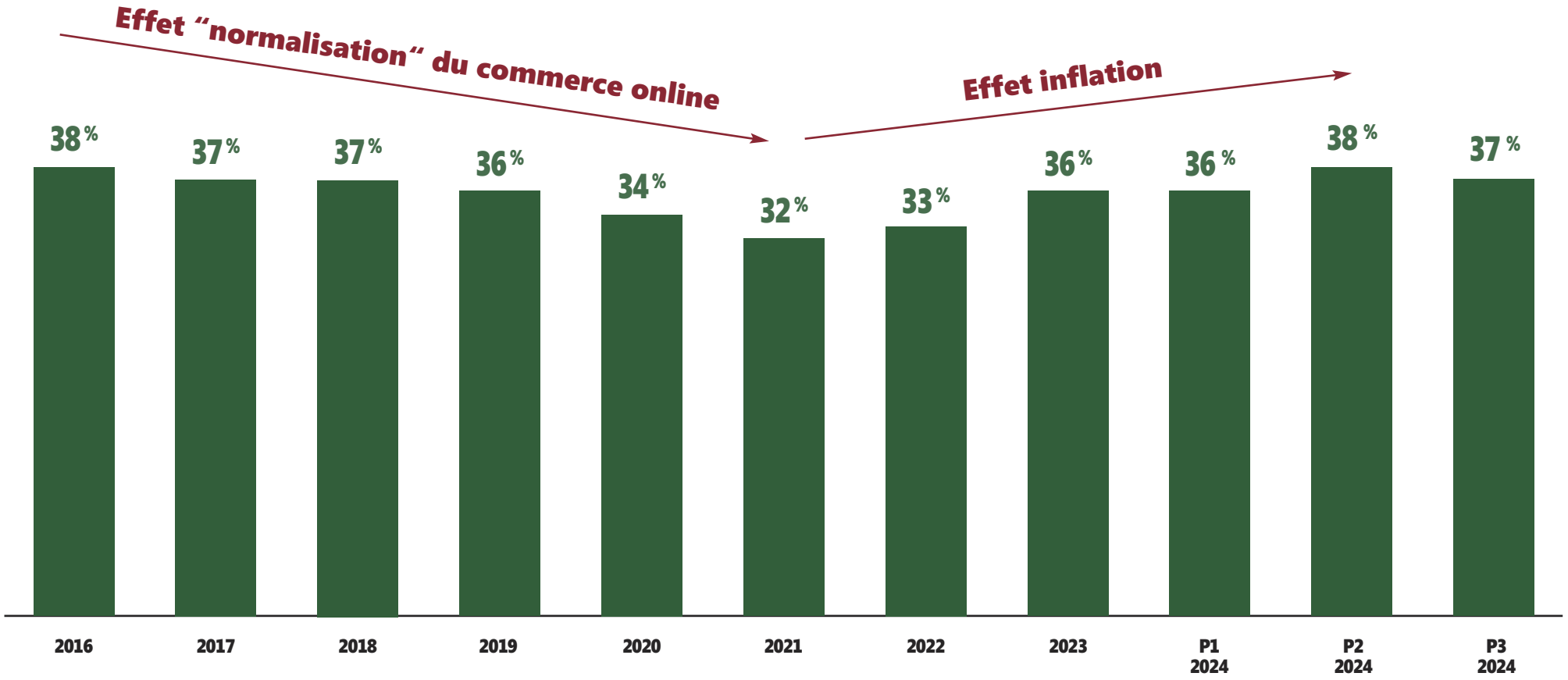
Livraison 1h

5 564 réfs.
(- 72)

PART DE MARCHÉ DES MDD EN DRIVE + LAD

NielsenIQ

En % du CA



VusionGroup

Optimisez la préparation des commandes Click & Collect et du drive en magasin !

Améliorez l'expérience d'achat en ligne et de retrait en magasin de vos clients grâce aux fonctions de pick-to-light intégrées à nos étiquettes électroniques.

- Augmentation de la satisfaction client
- Guidage en magasin par LED clignotantes
- Jusqu'à 30% de gain de productivité par panier

www.vusion.com

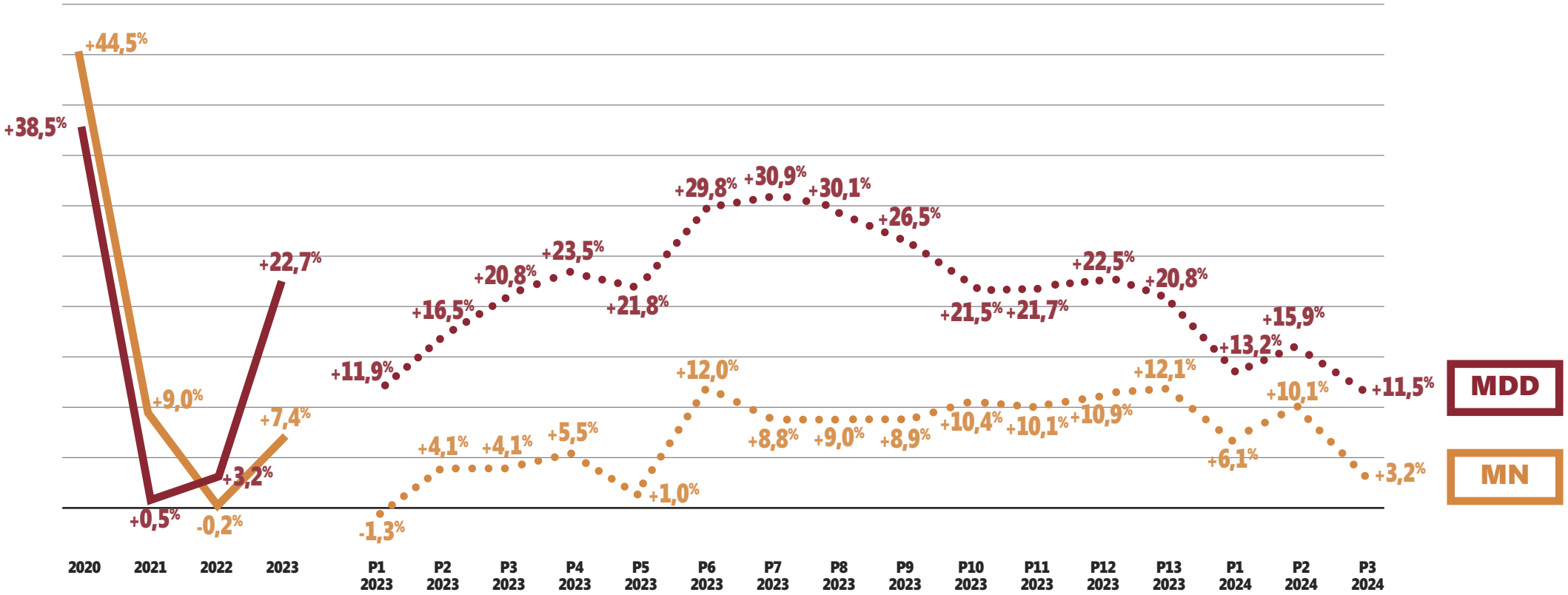
WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT

PLATINUM 2023 ecovadis Sustainability Rating

MDD VS MARQUES NATIONALES EN DRIVE + LAD

NielsenIQ

Évolution du CA en % vs n-1

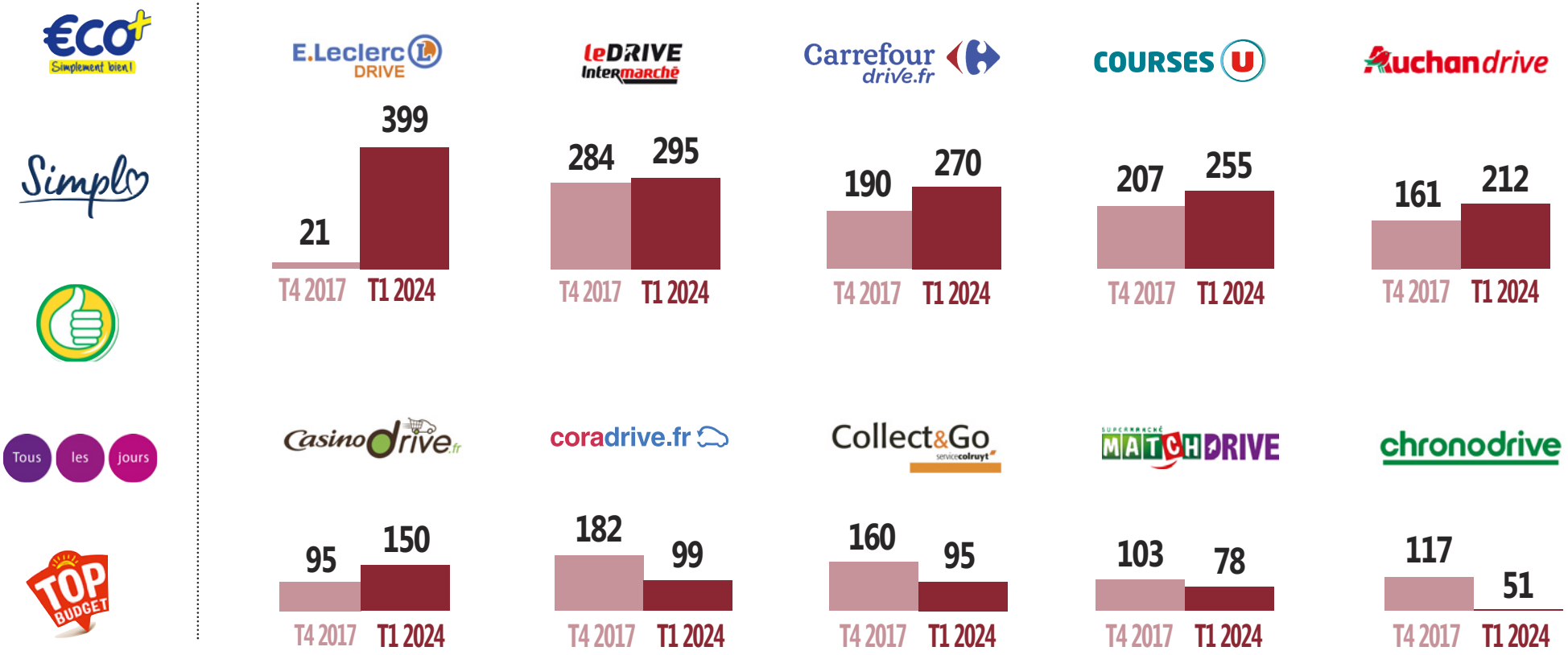


Les MDD bénéficient toujours d'une meilleure dynamique que les marques nationales. L'écart tend à se résorber avec le recul de l'inflation mais, les prix restant élevés, il y a peu de chances que les consommateurs renversent leurs arbitrages. D'autant que les sites de e-commerce poussent toujours très bien les marques des enseignes.

L'OFFRE PREMIERS PRIX EN DRIVE

a3distrib by NielsenIQ

Nombre de références premiers prix



Historiquement peu enclins à référencer beaucoup de premiers prix dans leurs drives (ces produits ne "payent" pas la valeur du service), les distributeurs ont fait contre mauvaise fortune bon cœur. Leclerc, en particulier, est passé d'un extrême à l'autre (+ 148 codes rien que sur les 12 derniers mois).

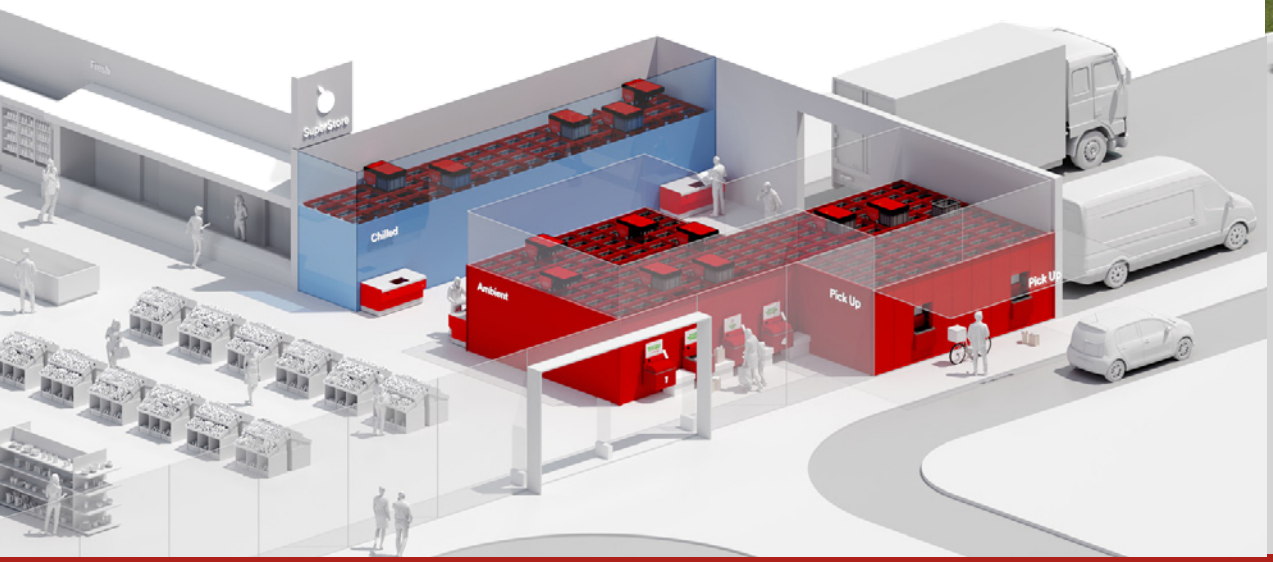
Le drive par AutoStore !

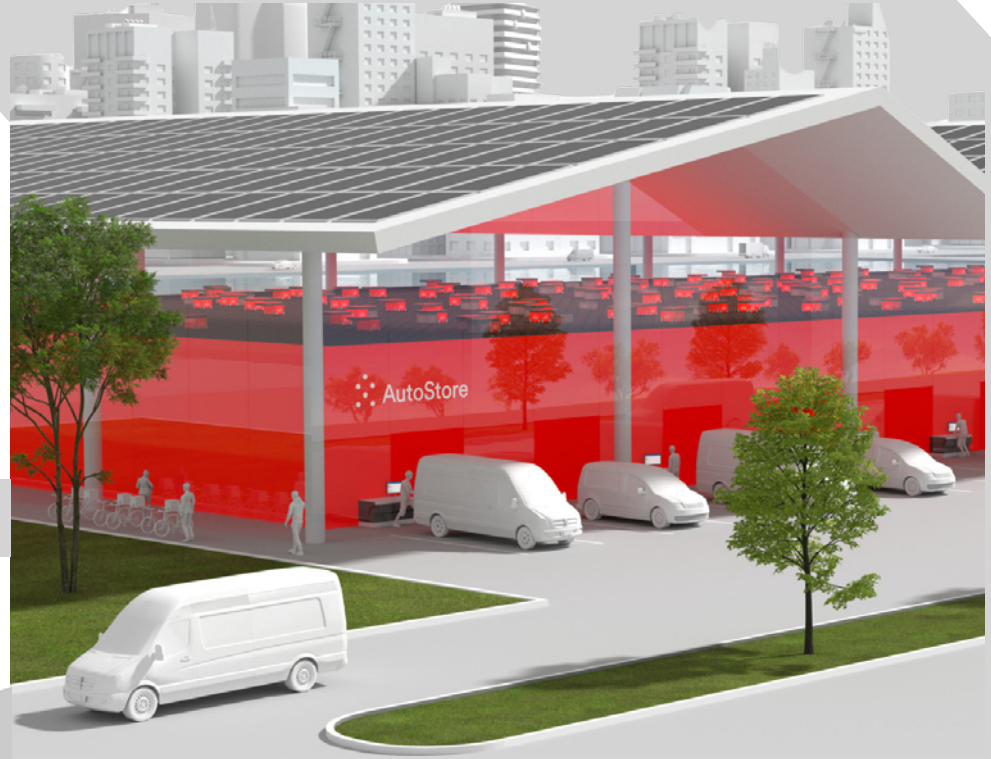
Vous cherchez à améliorer la performance de votre drive ?

Vos principaux problèmes ?

- Le manque de place
- Une pénurie de ressources
- Une productivité inférieure à vos objectifs
- Un assortiment limité par la taille de votre bâtiment
- Une capacité de préparation réduite malgré un marché demandeur

Et si demain nos robots venaient renforcer vos équipes ?





AutoStore est la solution adaptée aux drives :

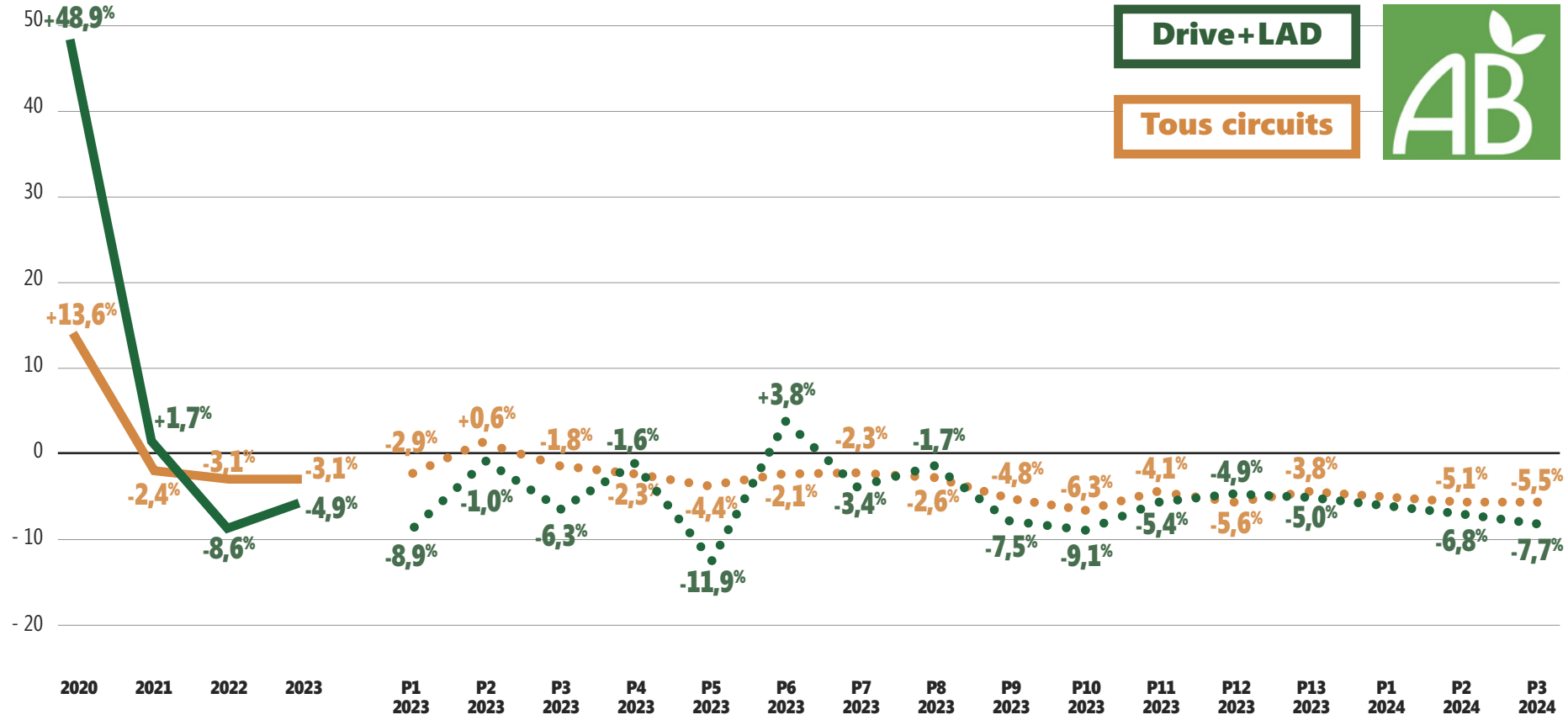
- Des postes de travail ergonomiques pour réaliser le réapprovisionnement et la préparation de commandes
- Des robots qui se chargent pour vous de stocker et déplacer les produits
- Une solution capable de gérer l'ensemble de votre assortiment (sec, frais & surgelé)

www.autostoresystem.com

DYNAMIQUE DU BIO EN DRIVE + LAD VS TOUS CIRCUITS

NielsenIQ

Évolution du CA en % vs n-1



Le recul du bio en e-commerce reste (un peu) plus marqué que dans les autres circuits. Mais cet écart de performance ne doit pas faire oublier que drive et livraison sont toujours survendeurs de bio : les produits labellisés y assurent 6,0 % du chiffre d'affaires PGC-FLS sur les 12 derniers mois, contre 3,6 % en hypers et 4,6 % en supers.

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

LE PRIX

#24 Indice prix drive exhaustif

#25 Indice prix livraison à domicile

Shopopop

Le cotransportage, la solution vertueuse pour livrer vos clients !

Des particuliers profitent de leurs trajets du quotidien pour livrer d'autres particuliers en échange d'un pourboire. C'est ainsi que nous rendons le dernier kilomètre **plus vertueux**, **économique**, mais aussi **humain**.C'est ça le cotransportage, c'est ça Shopopop.

Les avantages du service :

- **Bénéfice économique :** aucun surcoût structurel ou humain.
- **Solution ultra-flexible :** mise en place rapide et sans limites de livraisons sur un même créneau horaire.
- **Couverture nationale :** 100 % du territoire français couvert.
- **Solution responsable :** livraisons sur des trajets déjà existants, pour une empreinte carbone plus faible.
- **Service de qualité :** équipe support disponible 6j/7, de 8 h 30 à 20 h 30

Aujourd'hui, **Shopopop c'est ...**

+8 millions
de livraisons réalisées

+6 000
magasins partenaires en France

+157 000
cotransporteurs actifs

Délai moyen de prise en charge d'une livraison
24 min

Une satisfaction client de
4,8 / 5
(trustpilot)

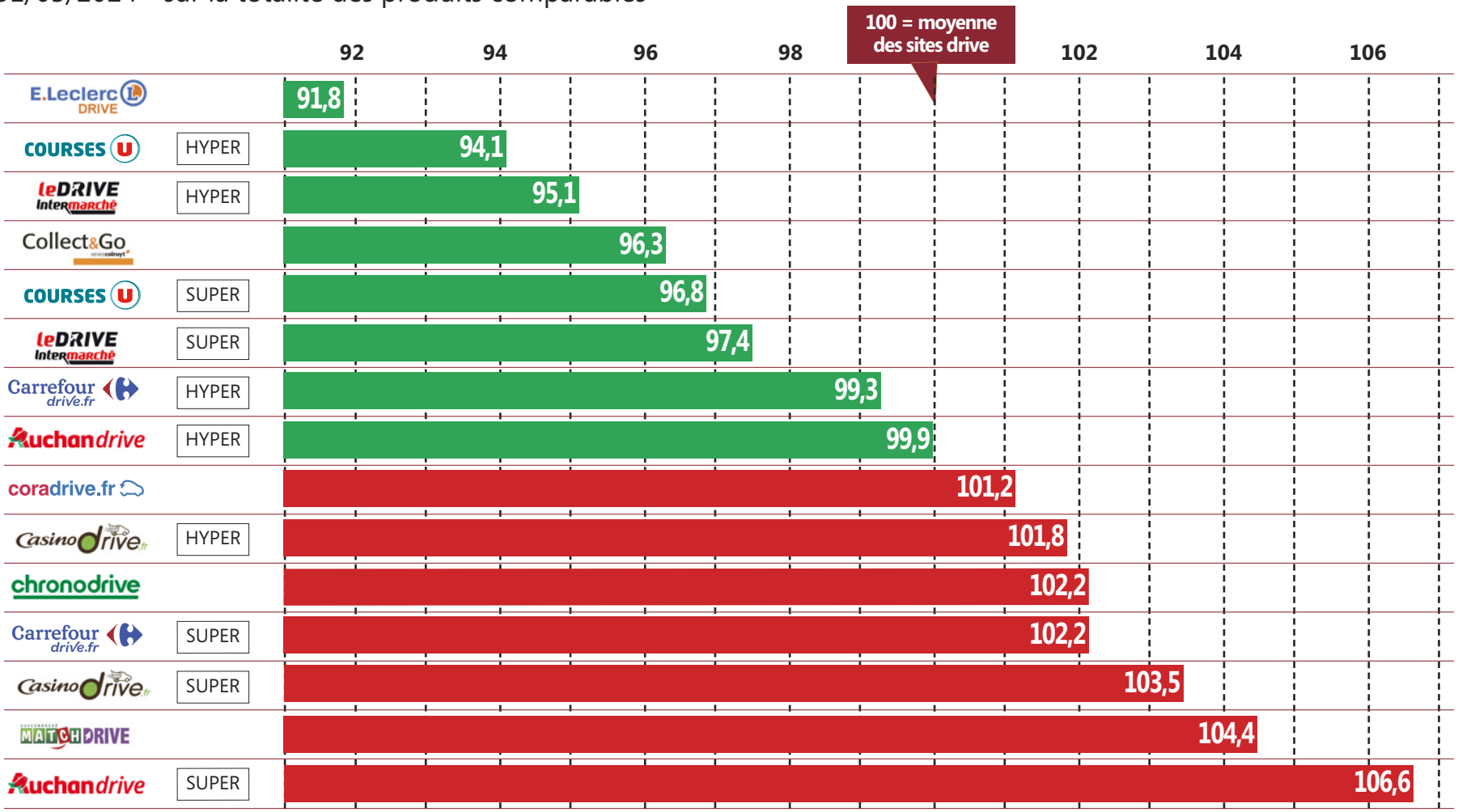
Alors, on en discute ?
commerce@shopopop.com

En savoir plus

INDICE PRIX DRIVE EXHAUSTIF

a3distrib by NielsenIQ

Au 31/03/2024 - sur la totalité des produits comparables



Il y a encore un an, les hypermarchés Casino disputaient aux Hyper U la seconde place du podium des prix en ligne (grâce à des tarifs en drive déconnectés de ceux des magasins)... Toutes les meilleures places sont tenues désormais par des indépendants : à l'exception de Colruyt (Collect & Go), les distributeurs intégrés pointent au-delà de l'indice 99.

INDICE PRIX LIVRAISON À DOMICILE

a3distrib by NielsenIQ

L'indice prix des sites de LAD alimentaire

DISTRI PRIX AVRIL 2024

datas du 1er au 31 mars

Indice (vs 100 moyenne)

84,4
4 623 produits comparés

86,5
1 250 produits comparés

87,0
4 315 produits comparés

90,4
4 922 produits comparés

98,3
5 323 produits comparés

104,0
7 124 produits comparés

104,9
6 650 produits comparés

111,2
2 510 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 tiennent 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. **Étape 1 :** sont comparés tous les produits de marques identiques, présents dans un minimum de 3 de ces sites web. **Étape 2** : pour chacun des produits retenus dans l'étape 1, un prix moyen est calculé. Il s'agit du « prix moyen marché ». **Étape 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). **Étape 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, Veepee, Houra, Monoprix Plus, Vinatis, Cdiscount, Carrefour Livraison Express et Maison du Whisky. Seuls les résultats avec plus de 500 produits comparés sont publiés.

Tout en restant compétitif, Picnic ne cherche plus à marquer Leclerc à la culotte sur les prix en livraison. Le spécialiste était crédité d'un indice 78,4 il y a un an, soit à l'époque... quatre points de mieux que le mouvement d'indépendants.

Yper

Bien + qu'une livraison, Yper booste votre activité !

Depuis plus de 8 ans, la solution de **cotransportage** Yper vous permet de livrer vos clients à domicile de **façon flexible, pratique et idéale pour votre magasin**.

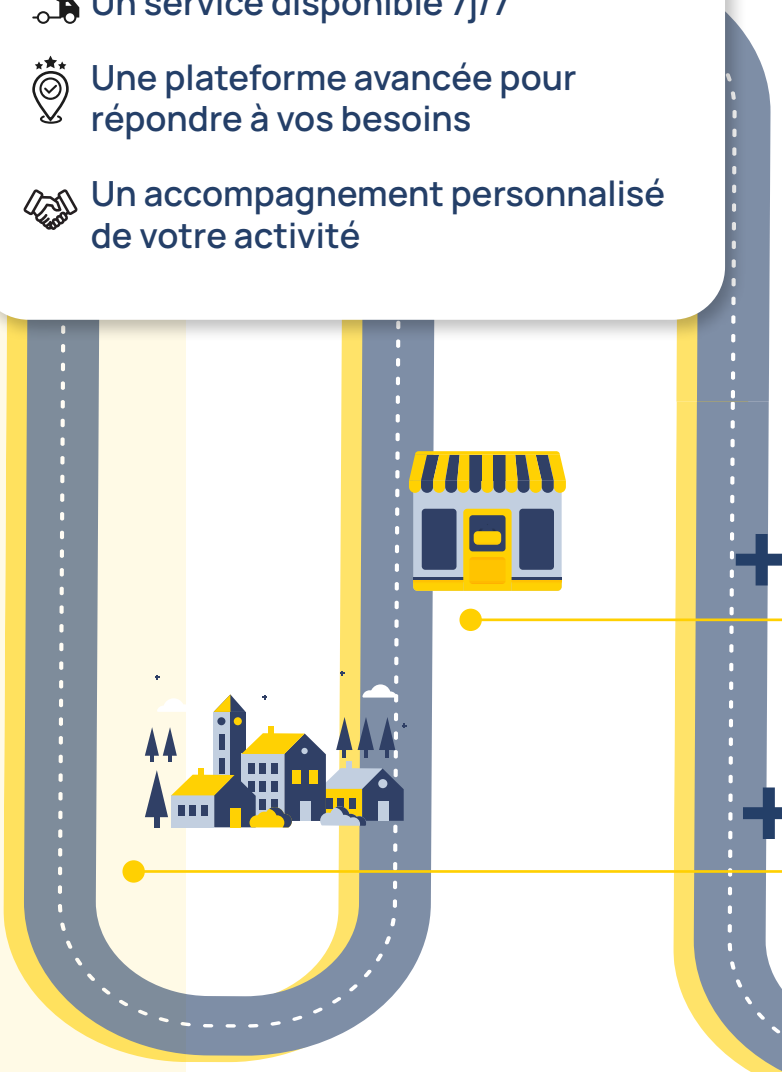
Les livraisons sont réalisées par **des particuliers, cotransporteurs** qui livrent les courses de vos clients sur **leurs trajets du quotidien**. C'est un service rapide à mettre en place et **porteur de sens !**

LE COTRANSPORTAGE, C'EST SIMPLE !

- **Votre livraison est saisie en quelques clics** (ou transmise avec succès depuis votre site marchand)
- Un **cotransporteur accepte votre livraison** via notre application
- Votre **client est livré**, le tout suivi en direct !

La livraison Yper, c'est :

- Un service disponible 7j/7
- Une plateforme avancée pour répondre à vos besoins
- Un accompagnement personnalisé de votre activité



2,5 millions de livraisons réalisées

+2500 partenaires

+7500 villes couvertes

Contactez nous :
pro@yper.fr

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

LES CLIENTS

#26 Les clients du e-commerce

#27 Le taux de fidélité par enseigne

#28 La clientèle par mode de retrait

#29 La clientèle du drive piéton

#30 Les Français champions d'Europe des courses en ligne

LES CLIENTS DU E-COMMERCE

KANTAR

PGC / Frais LS - cumuls 12 mois à P4

	Taux de pénétration	Panier moyen	Fréquence d'achat	Budget annuel	Fidélité
2020	38,8 %	59,20 €	x 9,5	563 €	18,7 %
2021	38,4 %	64,20 €	x 11,7	753 €	22,5 %
2022	38,4 %	64,60 €	x 12,0	773 €	23,8 %
2023	39,3 %	65,50 €	x 12,1	795 €	23,3 %
2024	**39,1 %**	**69,70 €**	**x 12,8**	**892 €**	**24,8 %**

Avant Covid (2019), 32 % des foyers étaient clients du e-commerce (drive ou livraison) et y consacraient en moyenne 20 % de leurs dépenses. Le taux de pénétration a dépassé les 40 % dans le courant de l'année 2020, mais n'a finalement pas beaucoup reculé depuis. Autre phénomène frappant et très structurant pour le circuit on-line, la montée en puissance observée ces derniers mois repose sur une hausse de la fidélité : davantage de visites dans l'année et un taux de nourriture (part des dépenses accordée au format) qui flirte avec les 25 %.

bascule

La data sur le comportement d'achat des shoppers eCommerce en temps réel

bascule.data est le 1er outil de data analytics centré sur l'analyse du comportement des eShoppers.

Tous les clics sont trackés pour donner une vision précise du trafic et de la conversion sur plus de 100 000 sessions de courses eCommerce.

Nos données sont disponibles à la catégorie et pour chaque enseigne du TOP 5 Drive, pour les cinq chemins d'accès au panier : l'arborescence , le search, le rayon promotions, l'historique d'achat et les listes de favoris.

RCS 882 681 612 R.C.S. Paris - Crédits photos : Adobe Stock, Freepik

NOUVEAU

4 indicateurs ajoutés cette année :

1. L'AUTOCOMPLETION EN SEARCH
2. LES COURSES A L'IDENTIQUE (HISTORIQUE D'ACHAT)
3. LE DETAIL DES MECANIQUES PROMO
4. L'EFFICACITE DE CHAQUE FORMAT ERETAIL MEDIA

---

bascule data

L'outil privilégié des consultants bascule

bascule consulting

Accompagnement stratégique et opérationnel pour augmenter votre performance en eCommerce

bascule media

Conseil et optimisation des investissements eRetail media pour maximiser l'impact de vos campagnes

je contacte bascule

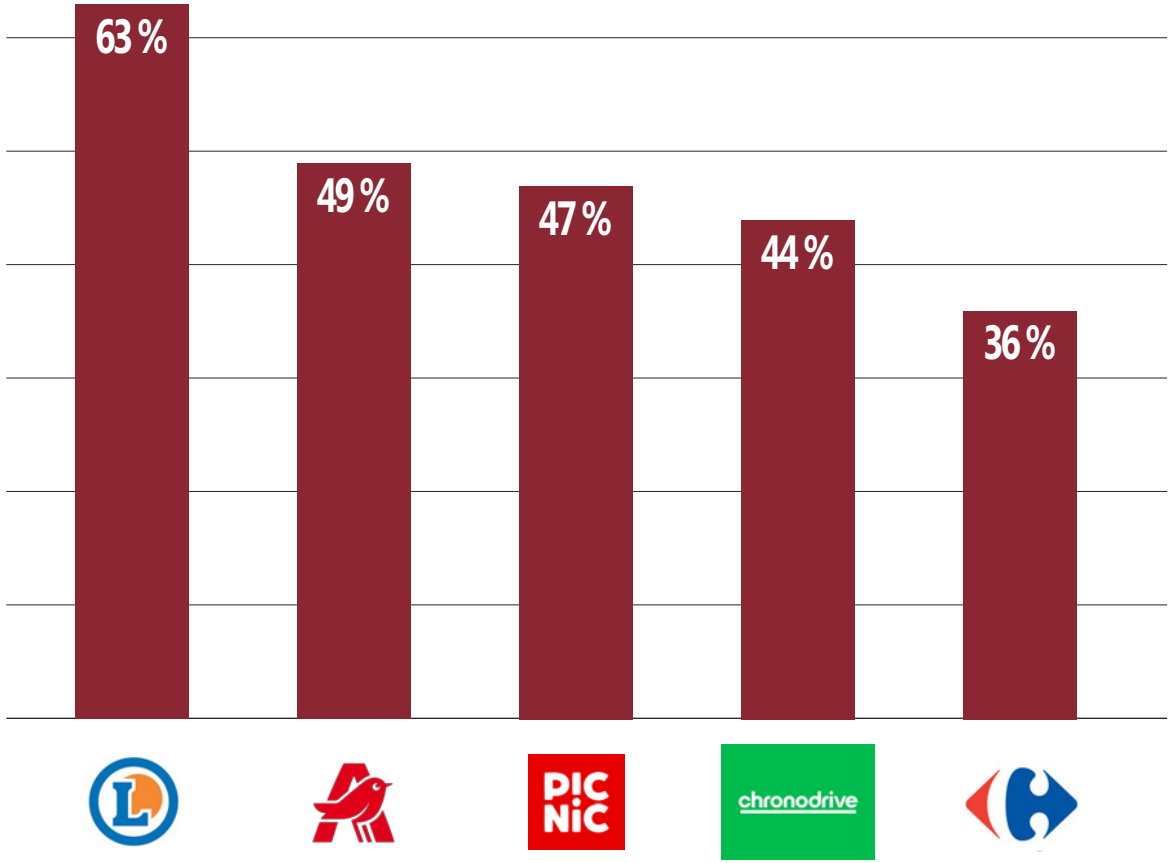
je bascule vers le site

LE TAUX DE FIDÉLITÉ PAR ENSEIGNE

NielsenIQ

Poids des enseignes dans le budget que les clients consacrent aux PGC en ligne (hors magasins physiques, donc)
Cumul de janvier à avril 2024

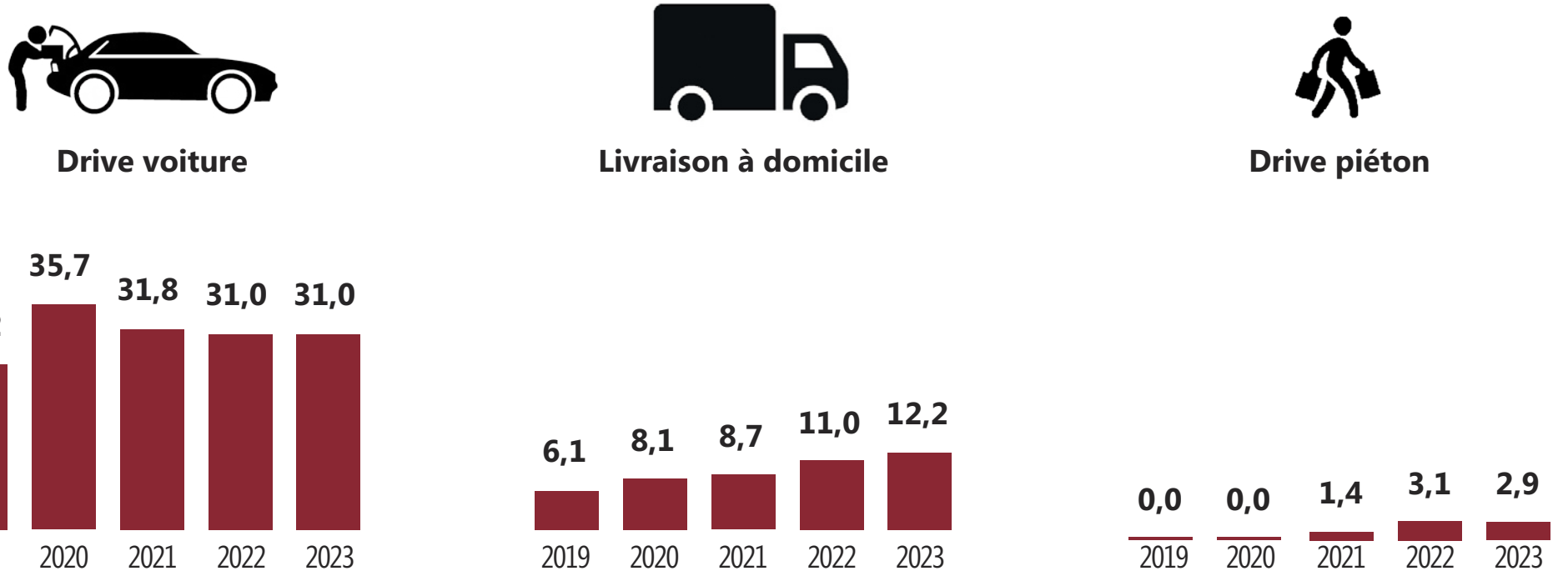
S'agissant des courses alimentaires en ligne, les Français sont moins "zappeurs" qu'avec les magasins physiques. Les parcours d'achat en drive poussent davantage à la routine. Depuis le début de l'année 2024, Leclerc réussit ainsi à capter 63 % des dépenses alimentaires en ligne de ses clients. L'emprise de Picnic, elle, est assez spectaculaire pour un jeune opérateur qui ne propose que de la livraison. Son modèle de tournées rue par rue, assorti de tarifs compétitifs, est aussi "fidélisant" qu'un bon drive. Dans les Hauts-de-France, sa première région d'implantation, Picnic s'arroge pour l'heure 26 % du marché de la LAD.



LA CLIENTÈLE PAR MODE DE RETRAIT

KANTAR

PGC / Frais LS - taux de pénétration (foyers clients), cumuls 12 mois à P8

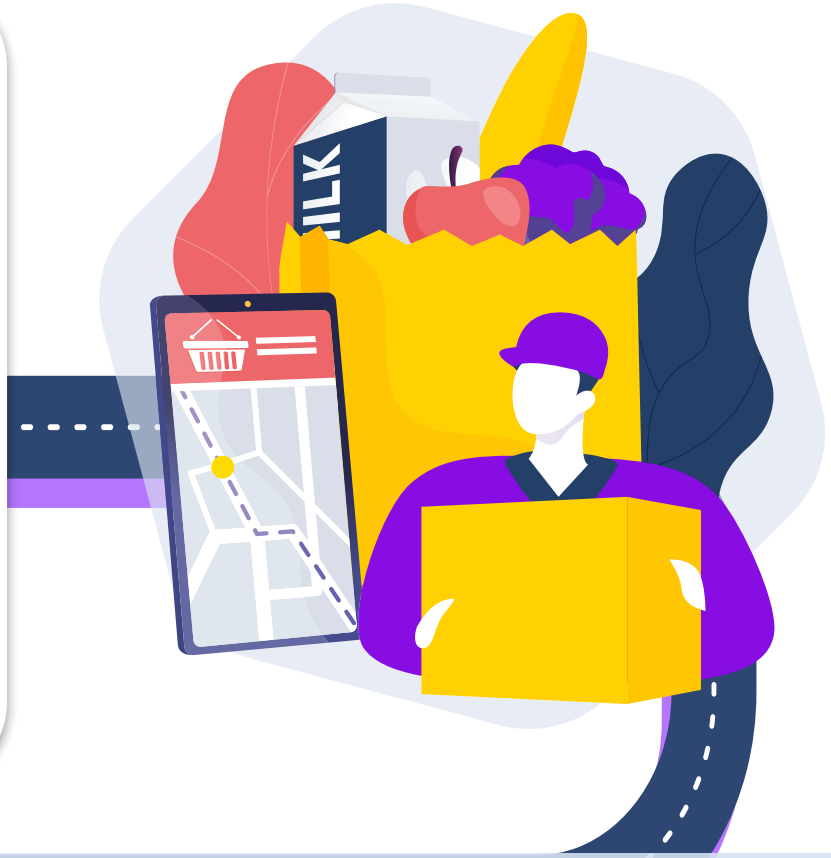


Le recrutement de nouveaux foyers est globalement en panne. Seule la livraison tire son épingle du jeu. Même si elle ne pèse pas encore bien lourd, la taille de sa clientèle a doublé en quatre ans.

Pourquoi choisir, lorsqu'on peut avoir le meilleur des deux mondes de la livraison à domicile ?

Yper x Drive to Home

Yper et **Drive to Home** redéfinissent le paysage de la livraison de courses à domicile et vous proposent dès aujourd'hui de bénéficier de conditions préférentielles en choisissant les services et les avantages de 2 experts.



Nous continuons d'innover !

Découvrez prochainement notre nouvelle plateforme All-in, issue des nouvelles évolutions technologiques, véritable concentré du meilleur des 2 mondes de la livraison.

- Livraison garantie à 100%
- Service disponible 7j sur 7
- Respect de la chaîne du froid ISO 22000
- Qualité de service ISO 9001
- Optimisation des flux de livraison
- Facturation unique

Drive to Home

Livraison professionnelle

Qualité certifiée
Froid actif & froid passif
Engagements décarbonation (Objectifs CO2 - ADEME)
Management de proximité

www.drivetohome.fr

Yper

Livraison collaborative

Agilité
Flexibilité du service
Optimisation des coûts
Rapidité de mise en place

www.yper.fr

Vous souhaitez en savoir plus ?

Cliquez-ici

LA CLIENTÈLE DU DRIVE PIÉTON

KANTAR

PGC / Frais LS - taux de pénétration (foyers clients), cumuls 12 mois à P8

840 000 foyers

5 visites par an

5 % de fidélité
(taux de nourriture)

141 M€
en 2023

Drive piéton

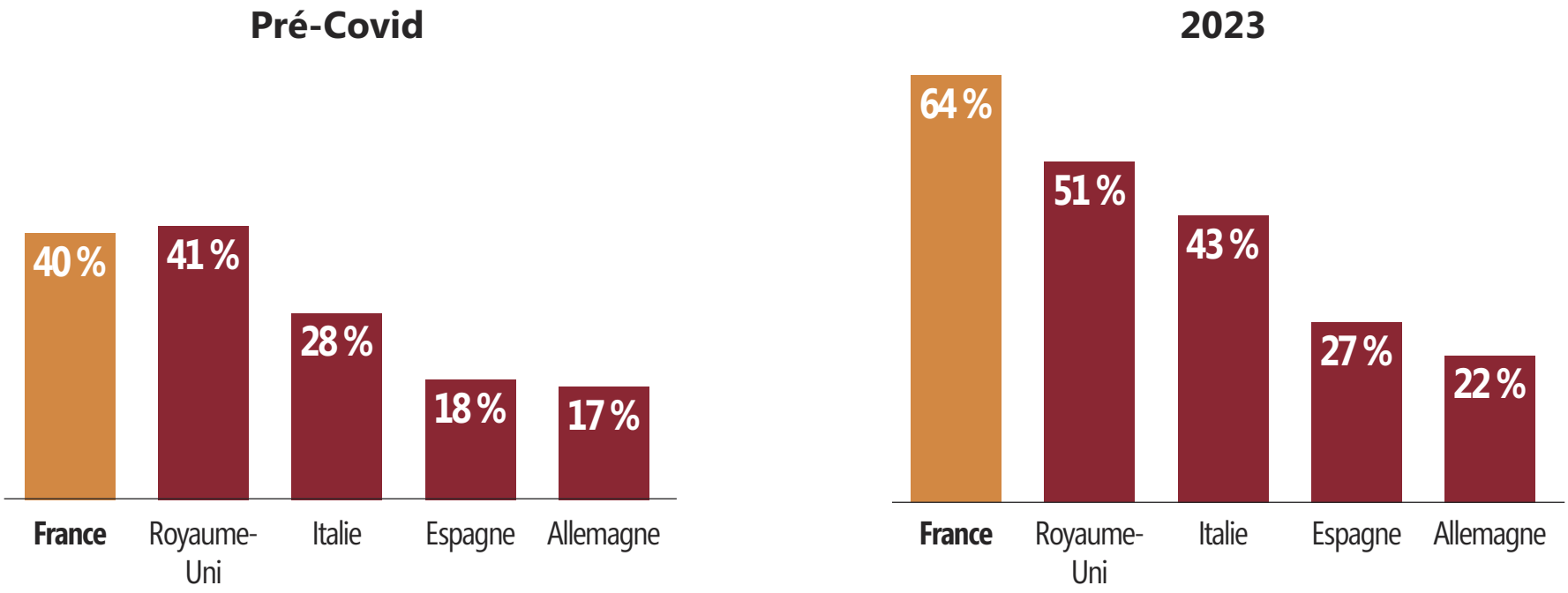
Ce n'est évidemment pas à son poids sur le marché national qu'il faut juger de l'intérêt du drive piéton : il cumulait moins de 150 M€ de chiffre d'affaires l'an dernier. Son modèle économique suppose de l'intégrer dans un schéma e-commerce plus global, où les préparations de commandes sont mutualisées avec des drives et/ou de la livraison.

LES FRANÇAIS CHAMPIONS D'EUROPE DES COURSES EN LIGNE

foxintelligence by NielsenIQ

Au sein de la clientèle e-commerce, taux de foyers acheteurs de PGC en ligne (sur un an)

Le taux ne s'exprime pas ici en pourcentage de la population totale, mais en pourcentage de la population déjà acheteuse en ligne, tous produits confondus.



La pandémie a favorisé le développement du e-commerce alimentaire dans les principaux pays d'Europe occidentale. Mais l'effet s'est révélé bien plus puissant en France : l'existence d'un parc drive déjà conséquent et sans surcoût pour les consommateurs y est évidemment pour beaucoup.

LES CONFS
GRANDE CONSO

Avec l'expertise métier d'Olivier Dauvers

éditions DAUVERS

DRIVE Faites monter vos équipes en compétence

Le drive est indéniablement le grand gagnant de l'époque avec des niveaux de croissance inédits. **Pour faire monter vos équipes en compétence sur ce circuit gagnant, Olivier (Dauvers) vous propose une session décryptage d'un marché qui pèse désormais pas moins de 9,9 milliards d'euros de CATP :**

- Compréhension du circuit drive
- Les différents modèles et les structures de coûts
- Les stratégies des enseignes
- Les perspectives du circuit à 1 an, 5 ans, 10 ans
- Les politiques marchandises

  Etc.

De 1h à 3h
de présentation/échange

Datas exclusives
Insights photos et vidéo

La capacité (reconnue) d'Olivier Dauvers à partager son expérience et son expertise

Infos & devis : Caroline Bazin – 06 68 06 16 06
caroline.bazin@editionsdauvers.fr

édition 2024
L'ESSENTIEL DRIVE
& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

éditions DAUVERS

FOCUS

#1 Les casiers de retrait

#2 Casiers : le modèle Delipop

#3 Mi-drive, mi-livraison : le camion itinérant fait son retour !

#4 L'éco-système e-commerce de Cora

#5 Le succès des applis anti-gaspi

#6 L'audience des sites/applications de e-commerce

#7 Les achats en ligne les plus populaires

#8 Spécial 20 ans de Chronodrive

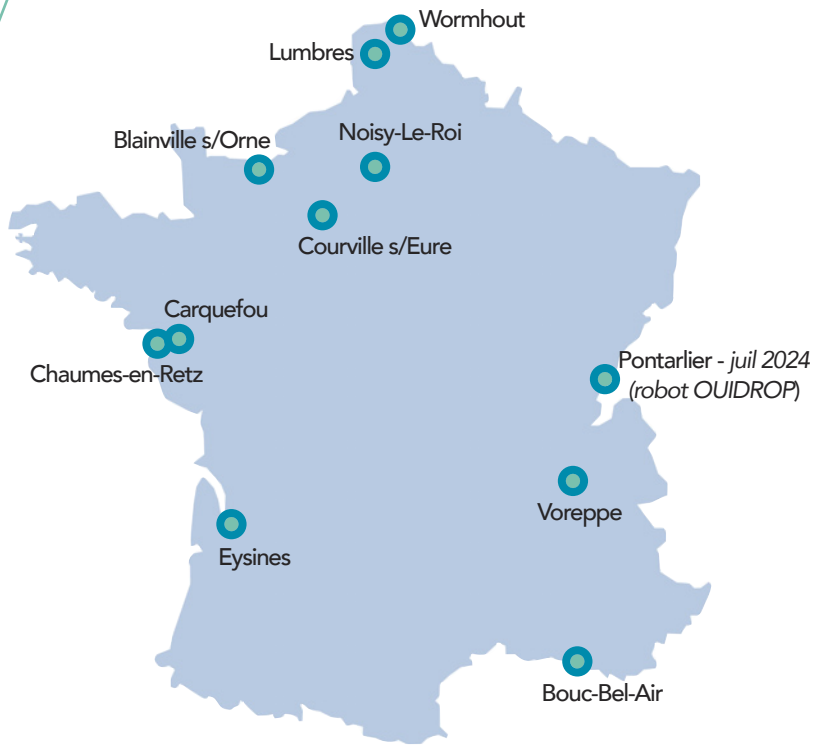
LES CASIERS DE RETRAIT

Au 01/04/2024 - nombre de casiers de retrait alimentaires publics*

Les premiers casiers automatiques de retrait ont fait leur apparition en France en 2014, dans... un magasin discount Dia à Paris. Intermarché s'est lancé l'année suivante et dispose aujourd'hui, avec Carrefour, du parc le plus conséquent. Ces casiers de retrait remplissent plusieurs fonctions d'usage. Accolés à un drive, un drive piéton ou un magasin, ils permettent d'élargir les créneaux de retrait grâce à leur accès 24/24. Idem lorsqu'ils sont installés dans des zones d'activité à horaires décalés (hôpital, etc.). D'autres casiers ont une fonction "privée", sur des sites d'entreprise, et sont réservés aux salariés de ces sociétés. À commencer par les sièges des enseignes elles-mêmes. Des casiers sont par exemple disponibles chez Coopérative U pour les employés du siège national (Rungis), mais aussi pour ceux de la centrale régionale de Vendargues.

Intermarché	24
Carrefour	24
Casino	11
Auchan	10
U	10
Leclerc	6

Zoom sur le parc Coopérative U



Sources : NielsenIQ TradeDimensions et Éditions Dauvers

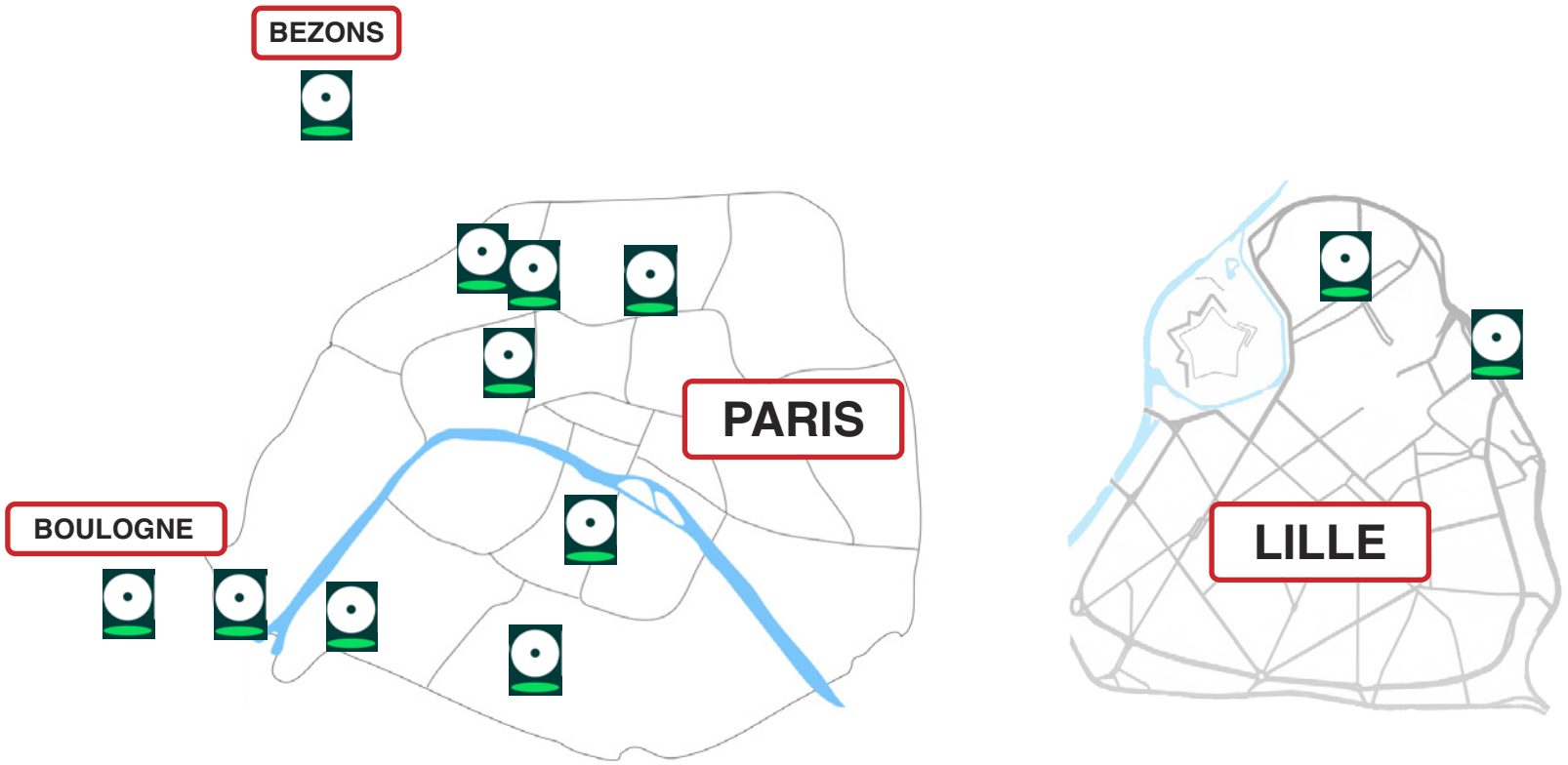
* Ne sont pas pris en compte les casiers/consignes privatifs installés sur des lieux de travail et réservés aux employés d'une entreprise, d'un campus, etc. ni les casiers mutualisés entre enseignes.

CASIERS : LE MODÈLE MUTUALISÉ DELIPOP

DELIPOP

12

points de retrait robotisés et mutualisés



Delipop, ce sont des points de retrait automatisés destinés à l'alimentaire (frais et surgelés sont pris en charge). Un peu comme des casiers, mais les commandes sont poussées par un robot dans un tiroir. Le concept repose sur la mutualisation, partant du principe que les emplacements sont chers en centre-ville : 3 enseignes de GMS utilisent déjà des sites Delipop comme points de retrait (Carrefour, Monoprix, Intermarché). Cora va se joindre sous peu à l'aventure, à partir de son hyper d'Arcueil. Match et Chronodrive sont annoncés à Lille. S'ajoutent aussi aux partenaires de Delipop La Ruche qui dit oui et Bene Bono (paniers anti-gaspi sur abonnement). Afin de pousser encore plus loin la mutualisation, Delipop partage également les locaux avec Qomod, son "alter ego" sur le non-al (casiers utilisés par Boulanger, Leroy Merlin, Decathlon, Kiabi, etc.), Mondial Relay, Monkey Locky (consignes pour clés) ou des commerçants de quartier.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

RENTABILISER SON DRIVE PIÉTON

Vidéo Dropper

L'AUTOMATISATION DE LA REMISE EN MAIN PROPRE CHANGE LA DONNE

OUIDROP conçoit et fabrique des systèmes robotisés tri températures (sec, frais, surgelé) pour **améliorer la rentabilité du drive,** en automatisant la remise en main propre des courses et colis.

Le Dropper permet de :

- Réduire de **44%** les coûts d'exploitation d'un drive piéton/déporté,
- Optimiser l'espace en réduisant de **50%** l'emprise au sol,
- Multiplier **par 2** la capacité de commandes traitées (pour une même surface).

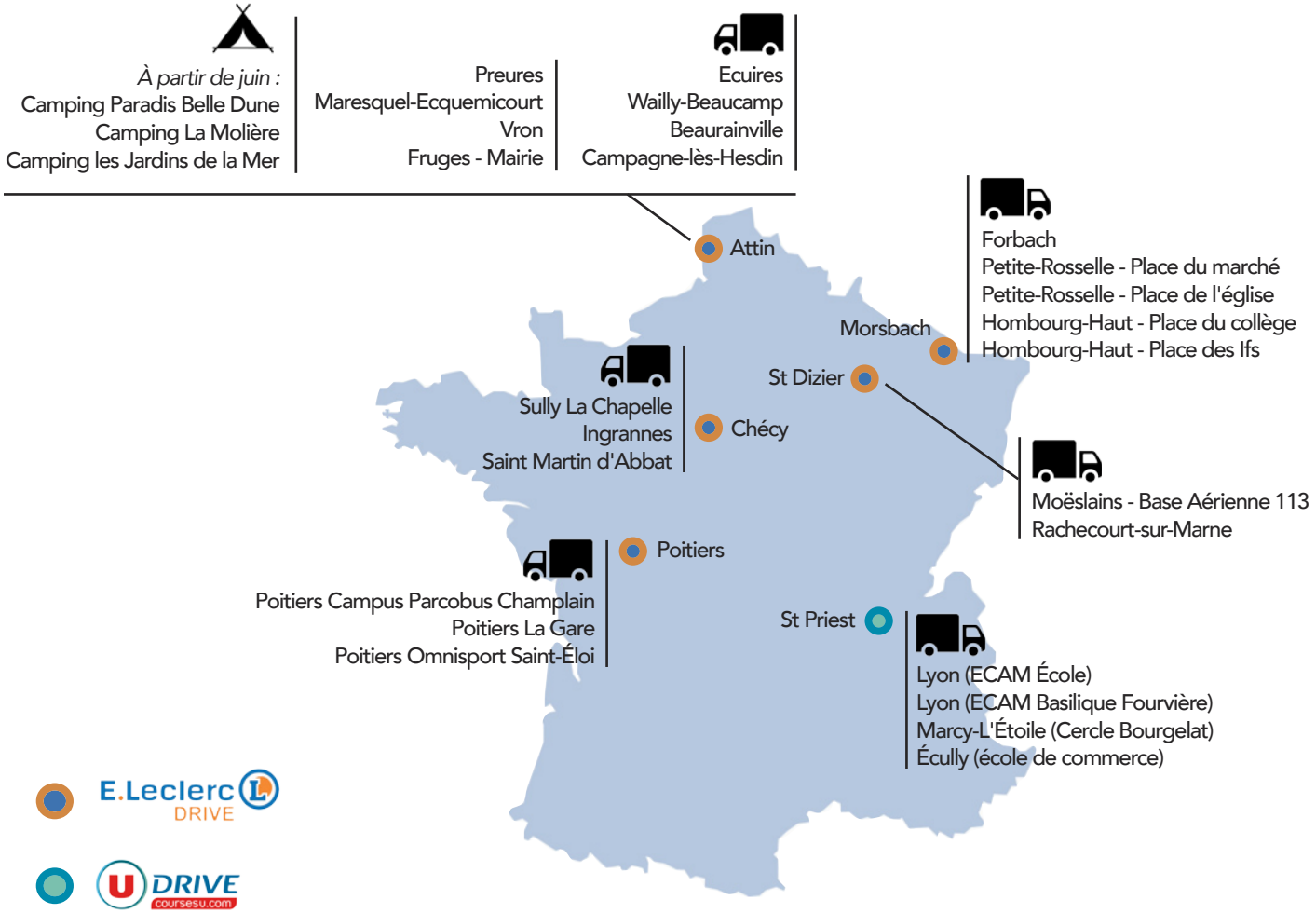
*L'installation du Dropper sur notre point relais Leclerc Paris Ordener en juin 2024 va nous permettre d'apporter une **amélioration importante du service** que nous offrons à nos clients, notamment grâce à l'ouverture de **nouveaux créneaux** de retrait de commandes **(24/7)**.*

Sébastien MACHEREY
Adhérent Leclerc Paris Nordis
E.Leclerc

OUIDROP

MI-DRIVE, MI-LIVRAISON : LE CAMION ITINÉRANT FAIT SON RETOUR !

La tournée du camion revient sur le devant de la scène. Pas seulement pour des livraisons à la porte (façon Picnic), mais aussi comme les commerçants itinérants d'autrefois, avec des rendez-vous fixes dans des places de villages. À la différence, en mode drive, qu'il faut avoir passé sa commande au préalable, le camion jouant le rôle d'un point de retrait mobile. Leclerc y voit un nouveau moyen de conquête des campagnes. Les expérimentations menées l'an dernier à Morsbach et Attin ont fait des émules. Attin, qui avait démarré en ciblant deux villages, a lui-même bien étoffé son maillage ! Chez U, ces tournées existent depuis 2019, préparées dans l'entrepôt mutualisé près de Lyon et réservées à des campus. Plus tôt, des tests étaient restés sans suite chez Auchan (2013) et Carrefour (en 2015, auprès de campings de la Côte d'Azur).



L'ÉCO-SYSTÈME E-COMMERCE DE CORA

11 drives piétons — cora en ville

5 casiers automatisés — Easy Box

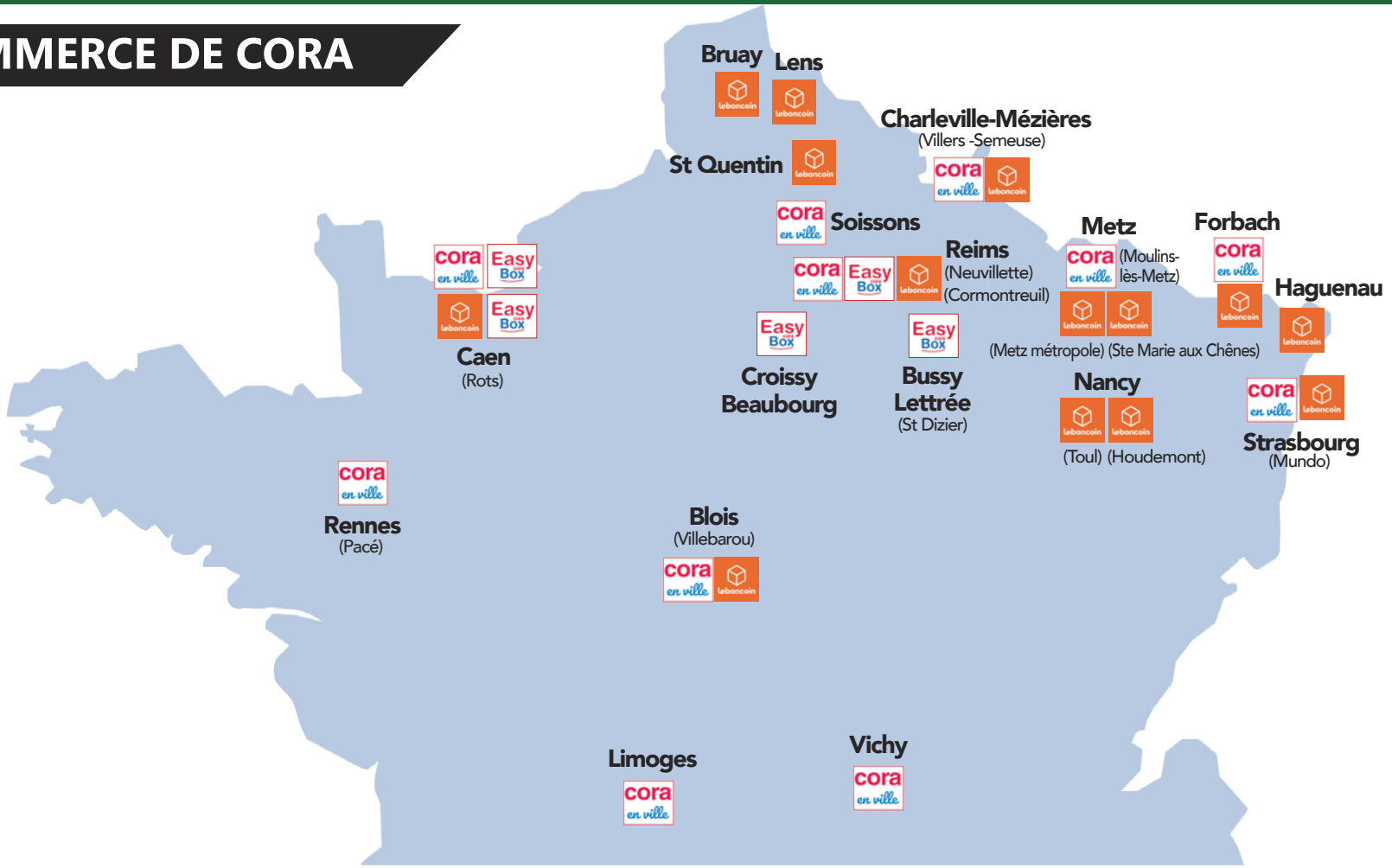
14 boutiques en ligne — leboncoin

> 400 commerçants partenaires — Point Retrait

60 hypers

60 drives

60 services LAD



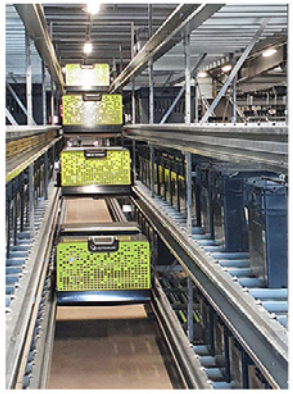
Cora expérimente de multiples façons de faire du commerce "hors les murs". 100 % du parc hyper propose un service drive ainsi que la livraison à domicile. Le dense réseau de commerçants partenaires représente autant de points de retrait supplémentaires, même si la moitié seulement, en réalité, est "active" tous les mois (le test mené l'an dernier avec des bureaux de Poste à Caen a pris fin faute de résultats). Un abonnement payant (Coraplus) autorise les livraisons gratuites illimitées. Le click and collect est disponible sur le non-al mais aussi pour la commande de plateaux traiteur. Les prestations destinées aux entreprises (Corapro) incluent également la livraison ; certains hypers fournissent ainsi, tous les matins, boulangerie et/ou viennoiserie à des collectivités. 11 drives piétons sont opérationnels en centres-villes, de même que 5 casiers automatisés sur des sites d'entreprises (2 équipements testés, Cleveron 501 et Renz). 14 hypers, enfin, "bricolent" sur Leboncoin en publiant quelques annonces sur une page dédiée.

ACTEMIUM

Zoom sur l'automatisation des drives, *booster* de productivité !

Aujourd'hui, l'automatisation répond aux enjeux forts des Drives : croissance du nombre de commandes, livraison dans les meilleurs délais, augmentation du prix du foncier, recherche de personnel, rentabilité…

Romain DJINIADHIS
Responsable Grands Comptes
Spécialisé solutions Drive
Actemium Lyon Logistics



Comment faire face à l'engouement pour les courses alimentaires en e-commerce, via les drives ?

Pour permettre au drive de livrer plus de clients par jour notamment aux heures de pointes, l'automatisation du processus de livraison sur piste est d'une redoutable efficacité. Le système de livraison sur piste développé par Actemium permet de livrer les commandes en moins de 3 minutes et d'absorber un peu plus de 10 clients par heure par piste.

Avec l'augmentation du prix du foncier aux alentours des villes et du coup de l'énergie avez-vous réfléchi à des moyens de compacter votre solution Actemium ?

Pour chaque client, nous créons une solution répondant à son besoin et ses contraintes. Que ce soit par un système de stockage robotisé, une solution compacte intégrée dans l'auvent ou bien par la création de mezzanines. Nous adaptons systématiquement nos solutions pour réduire l'impact sur le bâtiment, que ce soit un bâtiment neuf ou un drive existant.

Certaines régions sont plus touchées par la recherche de personnel que d'autre, avez-vous des solutions pour répondre à cette problématique ?

Trois avantages de notre système pour répondre à cet enjeu majeur pour nos clients : Tout d'abord des process de préparation qui diminuent par 10 les distances parcourues.

Notamment par une préparation en ramasses globales pour 20 commandes à la fois puis un tri sur des postes ergonomiques.
Ensuite les différents moyens de transitiques qui permettent de ne plus porter les bacs, mais seulement de les faire glisser pour les insérer dans la machine.
Et pour terminer le stockage automatisé qui permet de lisser la charge de préparation sur toute la journée et d'absorber les heures de pics de livraison.

> **Frais de personnel : < 9%**

L'automatisation représente un investissement important pour les adhérents, quelles sont les pistes de gains afin d'assurer une bonne rentabilité ?

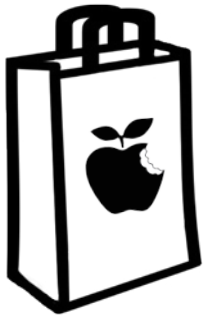
Hormis le gain fort de productivité du personnel qui font passer les frais de personnel sous les 9%, nous avons aussi développé une solution d'empilage robotisé sur dolly. Cette solution permet de développer les points de livraison secondaires et par conséquent d'augmenter considérablement le rayon d'influence du drive.

VOIR LA SOLUTION EN VIDÉO

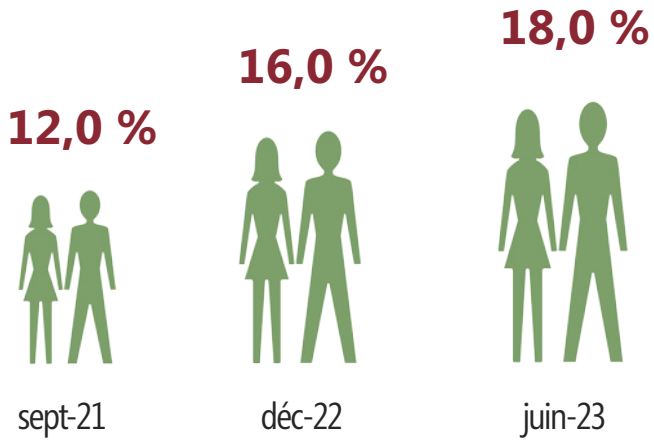
Contactez-nous !
logistics@actemium.com
+33 (0)4 72 89 30 50

LE SUCCÈS DES APPLIS ANTI-GASPI

KANTAR



Taux de pénétration
(foyers clients)



Kantar LinkQ (11 137 foyers répondants)

Too Good To Go : 3e vendeur online hors GSA !
(tous biens, en nb de commandes)

Kantar panel Ekommerce (12 000 individus), cumul 12 mois à juin 2023

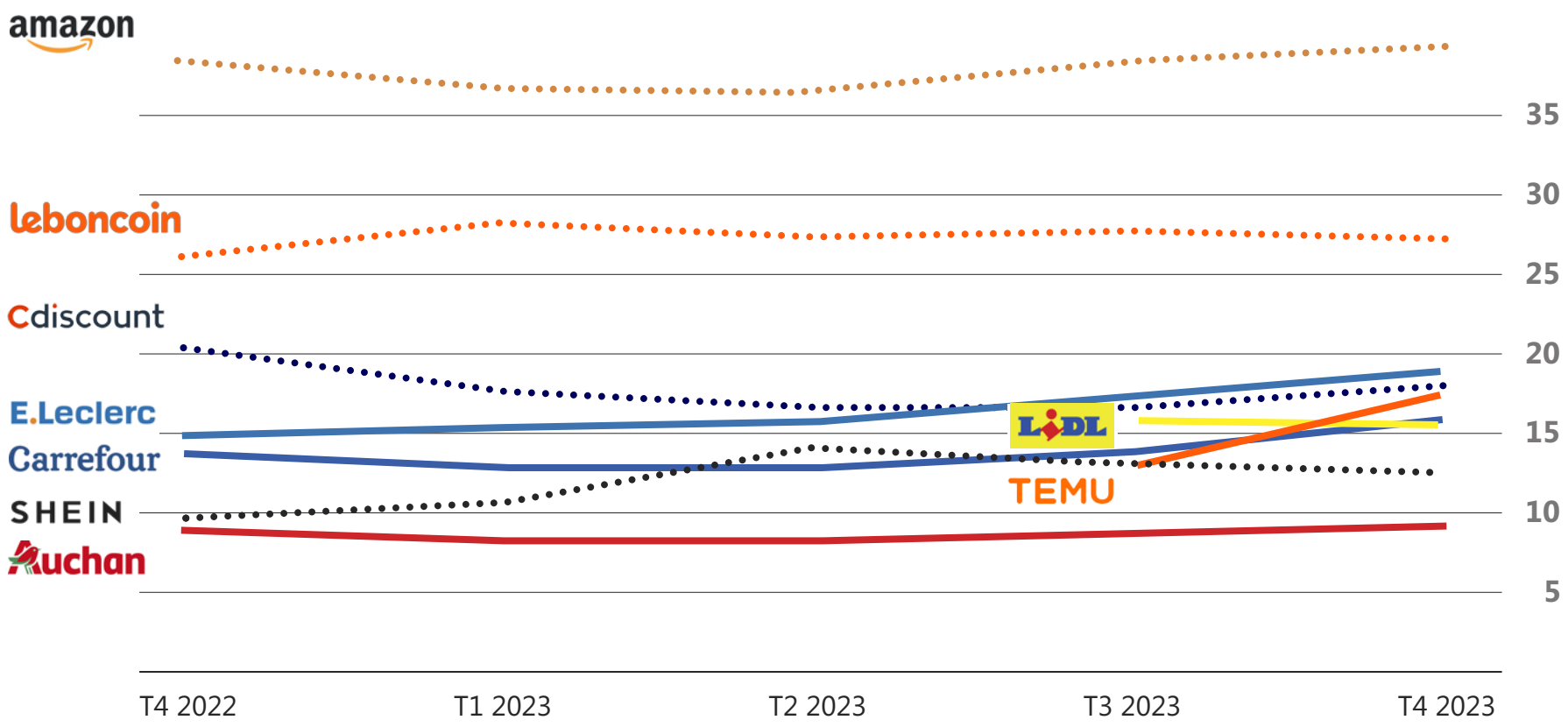
De la même manière que Leboncoin ou Vinted redistribuent les cartes du e-commerce en vendant des produits de seconde main, les applis anti-gaspi grignotent désormais des parts d'estomac. Et pas qu'un peu : dans le grand fourre-tout des achats de biens en ligne hors grandes surfaces alimentaires, l'appli Too Good To Go a capté à elle seule, l'an dernier, près de 4 % des commandes.

L'AUDIENCE DES SITES/APPLICATIONS DE E-COMMERCE

En millions de visiteurs uniques par mois (moyennes trimestrielles)

fevad

Mediametrie

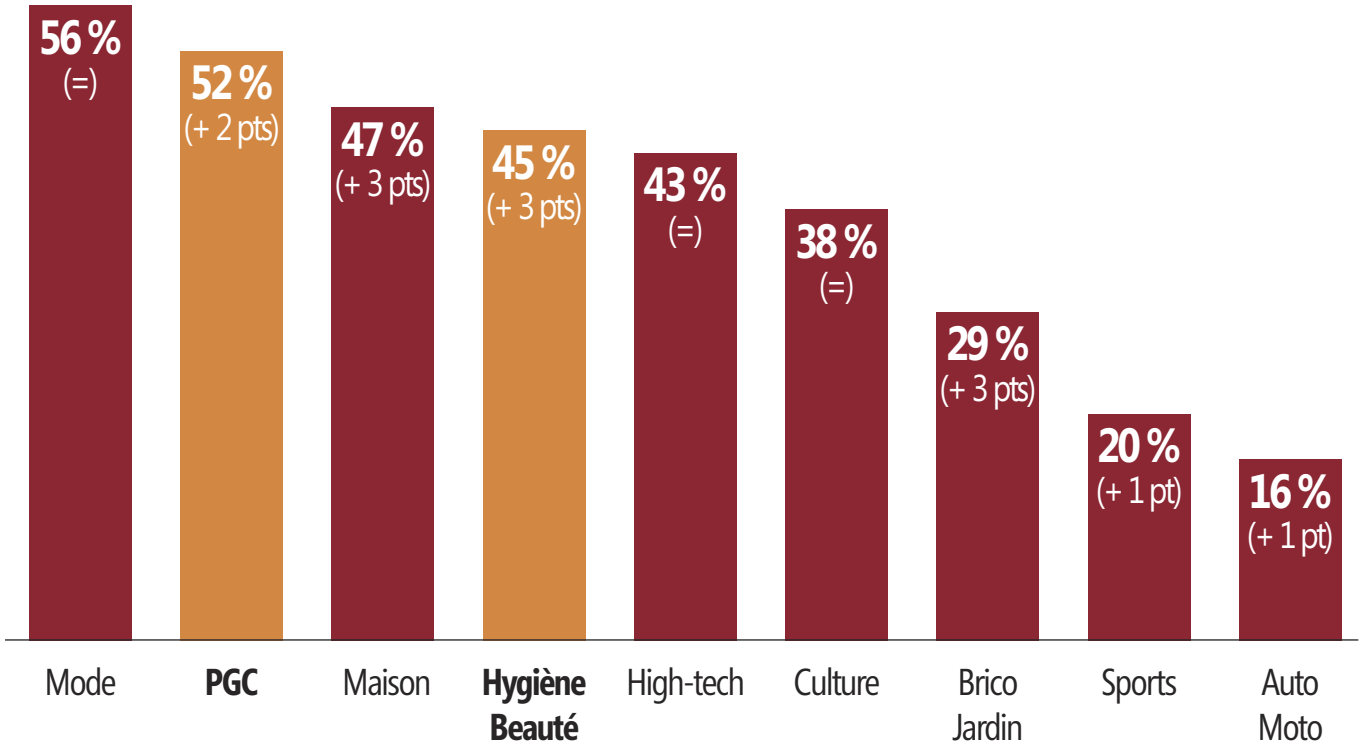


C'est le non alimentaire, indéniablement, qui popularise le e-commerce en France. Avec ses acteurs historiques (Amazon, Cdiscount) et des nouveaux venus qui bousculent le jeu : Leboncoin, Vinted (seconde main) ainsi que les géants chinois (Temu, Shein, Aliexpress). 4 enseignes de GMS jouent néanmoins des coudes dans le classement des audiences Mediametrie-Fevad dressé chaque trimestre : Leclerc, Carrefour, Lidl (non-al exclusivement) et Auchan.

LES ACHATS EN LIGNE LES PLUS POPULAIRES

Parmi les foyers acheteurs en ligne (base 100), taux de pénétration des catégories de produits au cours du 1er trimestre 2024 (évolutions vs T1 2023)

Le succès d'audience du non alimentaire en ligne repose sur des familles de produits variées. Derrière la mode, qui reste le secteur star, l'alimentaire (PGC) est en réalité l'un des marchés qui attirent le plus de clients adeptes du e-commerce. En matière de dépenses au cours du trimestre, les PGC arrivent même en tête du classement : 263 € par acheteur, devant le high-tech (249 €), la maison (192 €) et la mode (163 €).



SPÉCIAL 20 ANS DE CHRONODRIVE

À défaut de l'avoir inventé, Chronodrive fut le premier à déployer le concept du drive en France, à partir de 2004.

En vingt ans, Chronodrive a multiplié les expérimentations. Qu'importe qu'elles aient été ou non couronnées de succès, c'est bien le rôle des pionniers que de chercher à faire évoluer leur modèle. Qui se souvient par exemple d'Izy, la "zapette" qui permettait aux clients de scanner directement les codes-barres à la maison ? Un flop, certes, mais l'usage était précurseur du rôle qu'allait pouvoir jouer le smartphone dans le quotidien des foyers.

Le premier Chronodrive a ouvert ses portes en 2004 à Marcq-en-Barœul (59), inaugurant le drive dans un concept qui n'a pas changé depuis.

Une autre initiative, elle aussi peu concluante à l'époque, n'en reste pas moins pétrie de bon sens : l'enrichissement de l'offre du drive grâce à des tiers, façon marketplace. En 2015, Chronodrive vend des produits Flunch Traiteur. En 2016 arrivent les jouets (400 réf. du catalogue Auchan), les fournitures scolaires, le vin (300 codes Wine & Co). Puis en 2017 le petit électro et le multimédia (2 400 produits poussés par Boulanger), ainsi que la parfumerie (600 articles L'Oréal).

Parce que les distributeurs ne peuvent pas, c'est une évidence, développer largement les gammes en drive au détriment de la productivité. Parce que s'appuyer sur un spécialiste (qui gère ses stocks) apporte aussi la crédibilité qui fait défaut à une enseigne de GMS, a fortiori spécialiste du drive. Et, enfin, parce qu'il est intelligent de capitaliser sur le flux client déjà existant pour remplir un peu mieux les coffres des voitures. Pour toutes ces raisons, les 20 ans de Chronodrive méritaient d'être salués dans cet Essentiel Drive 2024.

En 2017, Chronodrive proposait une boutique L'Oréal sur son site, alignant 600 références gérées directement par l'industriel (48 h de délai étaient nécessaires avant de pouvoir retirer sa commande).

> BESOIN D'ALLER PLUS LOIN ?

powered by

a3distrib GROUPE NIELSEN

éditions DAUVERS

DRIVE Insights

ÉTUDE DE RÉFÉRENCE DEPUIS 2012

ENSEIGNE PAR ENSEIGNE

- La dynamique commerciale
- Les ouvertures / fermetures
- Les assortiments
- Les prix, les promos

RAYON PAR RAYON

- Les marques stars
- Les produits les plus diffusés
- Les stratégies d'offre des distributeurs

PUBLICATION

CHAQUE TRIMESTRE

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

éditions DAUVERS

30 insights + 8 FOCUS

L'ESSENTIEL DRIVE

& E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Édition 2024