

# La géographie du e-commerce alimentaire à Paris et en Île-de-France

## Vers une reconfiguration des coulisses urbaines de la vente en ligne de produit alimentaire

*Mémoire de recherche de Master 2 réalisé par Joséphine Mariquivoi, juillet 2022, sous la direction de Karine Bennafla et Heleen Buldeo Rai (chaire Logistics City)*

### Objet d'étude et plan de recherche

L'e-commerce alimentaire des entreprises aux consommateurs ou "B2C" connaît une croissance rapide suite à la pandémie de COVID-19 marquée par la diversification des formes, des services et des offres. Cette rapidité de développement nécessite de repenser les cadres des études urbaines et géographiques qui se penchent sur la logistique urbaine. Ce mémoire étudie l'organisation des stratégies logistiques des acteurs et leurs espaces logistiques, sur la base d'études de cas de trois modèles distincts : le **"quick commerce"**, les **circuits courts** et les **paniers-recettes**. Les lieux de distribution de l'e-commerce alimentaire sont peu étudiés malgré de nombreux travaux qui étudient les évolutions au niveau des travailleurs, des bâtiments et des flux des chaînes d'approvisionnement.

Ce mémoire a plusieurs ambitions. Connaître le fonctionnement et l'organisation des flux de marchandises dans les espaces urbains. Comprendre les nouveaux flux de marchandises alimentaires dans l'espace urbain. Analyser l'efficacité de ces nouvelles formes de logistique à l'aune des externalités négatives générées.

Notre collecte de données est constituée d'une approche multiple basée sur la recherche documentaire, les entretiens semi-directifs avec des professionnels, le travail de données cartographiques et les observations. La recherche documentaire a été réalisée en deux étapes : l'une exploratoire et multi-supports, et l'autre à partir de l'analyse d'une revue française sur le commerce, *LSA*, sur la période avril 2021-avril 2022. Le travail cartographique a été effectué sur la base d'une méthode déjà existante (Heitz et al., 2017) : utilisation de la base SIRENE et observations des locaux sur le terrain et/ou sur *Google StreetView*.

### Problématique et hypothèses

Alors que les modèles d'e-commerce alimentaire se multiplient suite à la pandémie, **en quoi leurs logistiques transforment-elles les espaces de commerces et la circulation des marchandises dans la ville ?** Une première hypothèse porte sur l'e-commerce alimentaire, qui modifie la relation entre espaces commerciaux et espaces logistiques. Une deuxième hypothèse porte sur le e-commerce alimentaire, qui crée de nouvelles formes de flux de marchandises dans la ville.

### Principaux résultats

L'étude du fonctionnement des chaînes logistiques et de distribution des trois études de cas, en portant une attention particulière à leurs espaces logistiques, a abouti aux résultats suivants :

- **L'émergence d'acteurs nouveaux et très différents** qui peuvent être issus du (1) déploiement international de structures avec des rachats d'entreprises par un acteur étranger en France, grâce à un très gros capital risque et une expérience de presque 10 ans : exemple de l'américain *Gopuff*. Ces structures peuvent aussi être à l'origine (2) d'initiative entrepreneuriale locale promouvant

l'optimisation de la logistique de produits en circuits-courts par un acteur de base : exemple à la petite échelle de Paris et de la Picardie de *Kelbongoo*. Ces nouveaux services peuvent être issus d'acteurs européens, comme (3) l'expansion en France d'une entreprise allemande préparant des produits alimentaires suivant des recettes livrés à domicile sur un modèle hebdomadaire avec *Hellofresh*.

- **La myriade d'acteurs du e-commerce alimentaire** peut être distinguée par leur degré (1) d'implantation urbaine et le (2) type de produit alimentaire (cf. Figure 1). Ces deux critères correspondent à la fois au stock propre et au degré de transformation de la marchandise, soit sa valeur ajoutée. Quatre modèles économiques distincts sont retenus : le *quick commerce*, la plateforme, les acteurs omnicanaux de la grande distribution et les *marketplaces* et *pure players*. Les plateformes connectent un service de ventes de produits alimentaires à un service de livraison tandis que les quickcommerçants intègrent les deux, ces entreprises ont des stocks et un service de livraison propres.
- **La création d'un nouveau maillage d'espaces logistiques** dédié au stockage au-delà de l'offre l'existante. Le *quick commerce* crée un maillage propre de petits locaux dédiés au stockage en zone urbaine dense intra-muros comme ailleurs.
- **L'émergence d'une nouvelle hybridation des espaces** (aux fonctions logistiques et commerciales) qui réactive d'anciens processus, à l'instar du retour du stockage en ville. La *marketplace* de produits en circuits-courts étudiés s'appuie sur des espaces à faibles fonctions commerciales et hautes fonctions logistiques (préparation des commandes, stockage et point de retrait). Ces évolutions s'inscrivent dans une omni-compétence des espaces de commerce et la diversification de leurs fonctions.
- **De nouvelles connexions entre les territoires** sont introduites par les flux de ces modèles. Les espaces logistiques urbains des deux modèles confondus voient leurs fonctions devenir intermittentes pour accueillir les flux de marchandises avec une fonction renforcée de ces lieux pour des opérations intra-logistiques courtes et précises et coûteuses en technologie.
- **Les flux de marchandises alimentaires circulent plus rapidement** que dans les chaînes d'approvisionnement traditionnelles entre leur aire de production et leur aire de consommation grâce à la vente en ligne et à leur fonctionnement logistique (cf. Figure 2).
- **Les acteurs étudiés peuvent avoir des canaux de distribution multiples** plus ou moins flexibles ou ne disposer que d'un seul qui tend à être la livraison à domicile (*quick commerce* ou certains paniers à cuisiner). Le consommateur devient la dernière étape logistique, facteur clef pour garantir la satisfaction du service.

Panorama des acteurs du e-commerce alimentaire à Paris et sa région							
	Pas d'entrepôt	Entrepôt périphérique	Entrepôt urbain	Entrepôt intra urbain : dark stores, micro-entrepôts	Point relais en boutiques partenaires	Drives	Magasin physiques, boutiques propres
Courses récurrentes		Greenweez Carrefour Monoprix Alibaba Amazon	La belle vie Mon marché.fr Amazon Fresh			Carrefour	Carrefour Monoprix Franprix
Courses de dépannage / courses supplémentaires	To good to go Phénix Everli	Potagercity.	Potagercity. Kelbongoo	Gorillas Gopuff Getir Rappi Fridge no More (Ru) Dingdong Maicai (Ch)	Potagercity Horsnormes Togoodtogo Phénix RechtstreeX (NL)	Kelbongoo	Kelbongoo
Paniers-recettes		Hellofresh Quitoque Foodette Les Commis					
Repas préparés	Deliveroo Ubereats Stuart			Frichti Rappi			

Modèles économiques: Quickcommerce    Plateformes    Omnicaux    Marketplace et e-commerce

Figure 1: Typologie des acteurs du e-commerce alimentaire à Paris

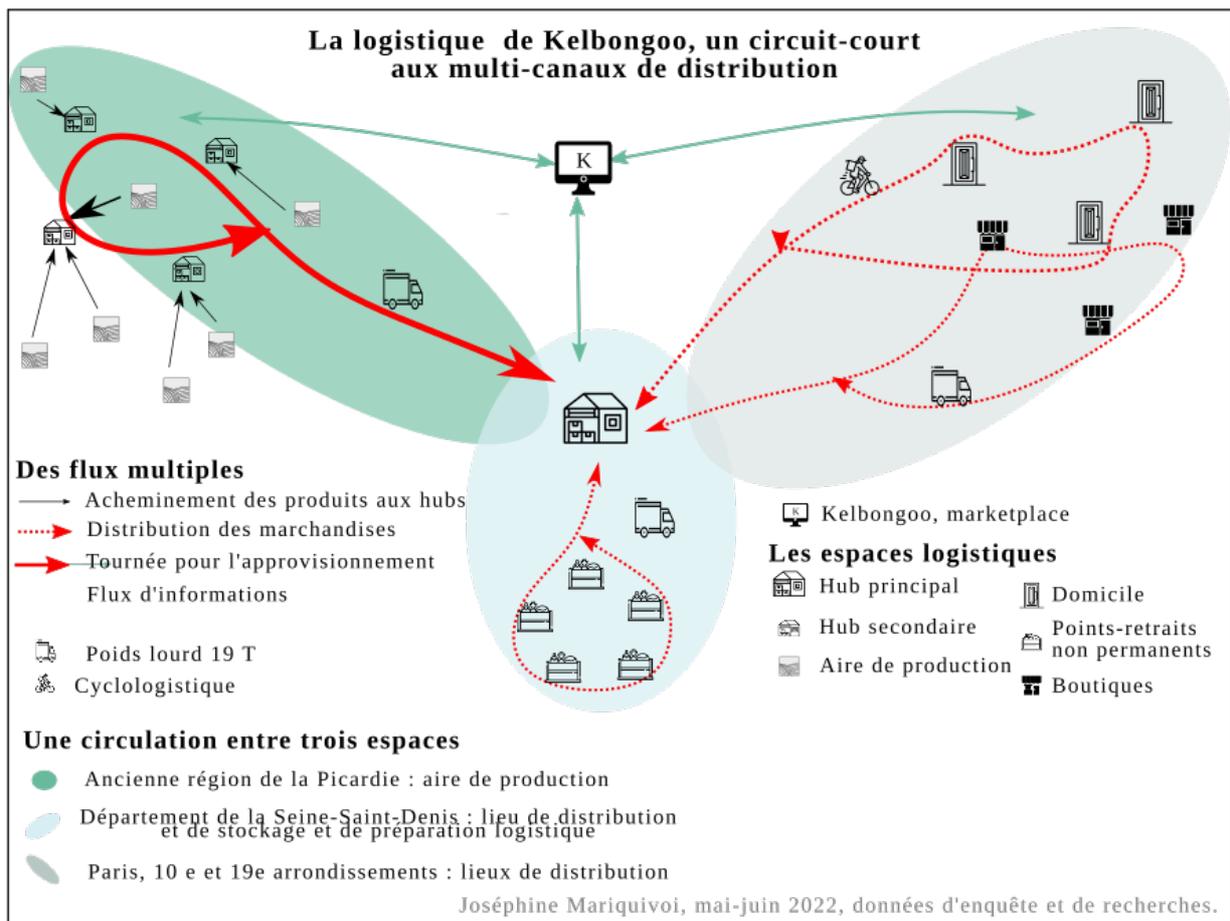


Figure 2: Schéma de la logistique de la marketplace Kelbongoo