

Pourquoi la grande distribution s'allie aux startups Gorillas ou Cajoo

Flink, Gorillas, Cajoo... Ces startups aux poches pleines ont lancé la mode du "quick commerce", c'est-à-dire la livraison rapide à domicile de courses. La grande distribution veut sa part du gâteau.

Temps de lecture : minute

4 novembre 2021

Des courses livrées chez vous en quelques minutes: le "quick-commerce", mode de livraison développé principalement par des startups, séduit désormais les acteurs traditionnels de la grande distribution. La tendance est née pendant les confinements. Flink, Gorillas, Cajoo, Dija, Getir... En quelques mois, les nouvelles entreprises ont pullulé dans les grandes métropoles avec la promesse de livrer un panier de courses en moins de quinze minutes. *"Quand je reviens d'une journée de boulot et qu'il me manque quelque chose, ça me sert pour dépanner"* , témoigne Océane, 19 ans, utilisatrice occasionnelle de ce type d'application en banlieue parisienne. *"C'est ça ou l'épicerie de nuit, donc tant qu'à payer cher, je préfère avoir du choix sur une application"* , ajoute Eva, étudiante de 23 ans qui commande plusieurs fois par semaine.

Le système fonctionne grâce à des "dark stores", de petits entrepôts installés dans les villes et qui n'accueillent pas de public, mais aussi grâce à ses armées de livreurs, souvent embauchés comme indépendants. Dans un premier temps, la grande distribution a cherché à s'adapter en proposant des services de livraison en moins d'une heure. Carrefour, Casino et ses filiales Monoprix et Franprix, ont ainsi noué des partenariats

avec Uber Eats ou Deliveroo pendant le premier confinement.

Mais ces derniers mois, les offres s'accélèrent et les annonces s'enchaînent: après l'entrée des supermarchés allemands Rewe au capital de la jeune pousse de la livraison express Flink en juin, le français Carrefour a investi en juillet dans Cajoo. La semaine dernière, le groupe a lancé Carrefour Sprint, un partenariat avec Uber Eats et Cajoo pour livrer ses produits en moins de quinze minutes. Deux jours plus tard, c'est le distributeur britannique Tesco qui a annoncé un partenariat similaire au Royaume-Uni avec la startup allemande Gorillas.

Un marché qu'ils ne peuvent pas laisser filer

"Les distributeurs gardent une certaine flexibilité en s'alliant aux applications, et ne prennent pas trop de risques" , indique à l'AFP Daniel Ducrocq, directeur Europe du service distribution du cabinet NielsenIQ. La livraison express à domicile peine en effet encore à trouver sa rentabilité, qui exige d'ouvrir beaucoup d'entrepôts pour livrer rapidement, et un panier suffisamment important pour absorber le coût de livraison. Le marché reste donc restreint: d'après le prestataire d'études de marché FoxIntelligence, les applications dotées de "dark stores" représentent environ 7% des commandes de courses alimentaires en ligne en France, loin derrière les distributeurs classiques (75%).

Mais à Paris, près d'un quart des commandes sont faites via ces applications. Ainsi, les distributeurs sont face à un dilemme. D'un côté, *"ils ne peuvent pas se permettre de laisser filer le marché urbain"*, qui représentent une partie importante de leur marge, indique à l'AFP Clément Genelot, du cabinet Bryan, Garnier & Co, et ils sont en capacité d'investir pour s'adapter à cette demande nouvelle. De l'autre, le "*quick commerce*" entre en concurrence directe avec les magasins de proximité, souvent tenus par des franchisés. Se lancer à corps perdu dans cette tendance risquerait de renforcer la pression sur ces magasins de ville, et

d'exposer les distributeurs à "*un risque de révolte interne*".

Pour l'heure, les distributeurs se contentent donc dans leurs partenariats d'un rôle de grossiste: ils fournissent les produits aux entreprises de livraison, et leur laissent parfois un espace dans leurs - magasins. Mais ce système risque de pousser les applications à relever les prix pour conserver une commission, et de couper les distributeurs de leur relation avec le client. "*A terme, ils seront obligés d'en faire plus*", prédit Clément Genelot. La prochaine étape pourrait être de racheter des dark stores, et de créer leurs propres applications.

Article écrit par Maddyness avec AFP