

À LA UNE

Que faut-il penser des « dark stores » ? Ces acteurs qui n'ont de magasin que le nom



On le sait, la crise de la Covid a accéléré certains changements dans les habitudes des consommateurs.

Pas de révolution mais la Covid a fortement accéléré les tendances préexistantes.

Mieux consommer, consommer responsable en est une. Le développement des circuits courts par exemple est une des autres tendances. Autre changement majeur, l'accélération du recours à internet pour les achats de produits qui seront soit retirés dans un drive, en click & collect en magasin soit livrés au domicile du consommateur ou dans un point relais.

Le recours à internet s'est diffusé beaucoup plus rapidement qu'avant la crise Covid, probablement 3 à 4 ans plus vite.

Cette crise, en particulier avec la fermeture des magasins, a donné l'occasion à certains consommateurs de tester et de supprimer quelques craintes vis-à-vis des commandes sur internet. Une partie de la population ne ressentait pas le besoin du recours à internet par le passé. Mais aujourd'hui, ces consommateurs savent que c'est facile, faisable ; en confiance, ils continueront donc de recourir au digital et au web.

Dans la lignée de ces évolutions, nous avons vu fleurir dans les grandes villes les drives piétons, et depuis quelques mois un nouveau type de service : les « dark stores » que l'on appelle aussi le quick commerce.

« Dark stores », en français : magasins sombres ? Justement parce qu'il ne s'agit pas de magasins.

Ils n'ont pas pignon sur rues et n'accueillent aucun consommateur.

Il s'agit en fait de surface de stockage de produits du quotidien, alimentaires dans un premier temps mais certainement non-alimentaires demain. Leur rôle ; la livraison aux consommateurs en un temps record. On parlait de vingt minutes, maintenant de dix minutes après la validation de la commande sur internet ! Donc, un service qui ne s'adresse qu'aux personnes habitant à proximité pour permettre une livraison hyper rapide, le plus souvent en vélo.



© HOLLANDSEHOOGTE/Michiel Wijnbergh

En parallèle, la crise a également vu le développement du même type d'organisation dans le domaine de la restauration avec les « dark kitchen ». Même principe, le consommateur passe commande et au lieu de partir de différents restaurants, le repas est préparé dans une cuisine centrale où des livreurs s'engagent dans une course permettant le respect des délais de livraison. Des acteurs comme Deliveroo, auparavant uniquement en charge de la livraison ont ouvert leur propre « dark kitchen ».

Ces évolutions récentes doivent, me semble-t-il, nous pousser à nous interroger sur plusieurs sujets très importants ?

- Quel est le besoin pour le consommateur d'être livré en dix minutes ? Autant se faire livrer rapidement un repas à domicile ou au bureau peut se comprendre. Mais, lequel d'entre nous a besoin de se faire livrer ses courses habituelles en dix minutes ? Pourquoi pas cinq minutes demain ? Puis deux minutes ?

Cette course poursuite vers un délai toujours de plus en plus court, rendu possible par la technologie digitale a-t-elle un sens ? Objectivement aucun. Le besoin du consommateur a été créé totalement artificiellement par les acteurs de l'offre.

Amazon en premier, avec la livraison en une heure puis ont suivi tous les autres acteurs avec souvent une activité en perte compte tenu des investissements logistiques à réaliser et un coût de livraison qui n'est supporté qu'à la marge pour le consommateur. Or, le consommateur ne demande pas à être livré plus vite. Il souhaite que les engagements de livraison, d'horaires, soient respectés, qu'ils soient prévus en une heure ou un jour.

On parle de quick commerce ! Dans un monde où l'on aspire soi-disant à ralentir !

Et parlons des conséquences si de tels acteurs continuaient leur développement effréné ! N'appelons pas cela un magasin car on n'y reçoit aucun client, c'est un mini entrepôt qui ne contribue en rien à l'animation de la rue, de la ville si ce n'est par le départ incessant de vélos ou véhicules de livraison.

Au moment où nous sommes préoccupés par les centres-villes, leur attractivité et la vacance commerciale, quelle est la contribution positive de ces nouveaux acteurs ? Aucune, si ce n'est l'impact négatif sur la fragilisation des commerces en place qui, eux, quoi qu'on en dise et quelle que soit leur taille contribuent par leur présence à la dynamique de l'urbain et au lien social.

Quel lien social peut-on en effet créer de chez soi en attendant la réception d'une commande passée sur internet ? Ici, l'exemple est exagéré. Mais ce qui n'est uniquement qu'une livraison ultra rapide qui ne répond à aucun besoin à l'origine, ne correspond pas au complément des magasins dans leur développement omnicanal, il n'y a là ni point d'accueil client, ni conseil....

Que se passera-t-il ? Ces quelques acteurs chercheront à se développer très vite, lever des fonds, mener une course poursuite afin que l'un d'eux rafle la mise et devienne un méga acteur. Les autres disparaîtront car la rentabilité d'un tel modèle dans le temps est douteuse compte tenu des coûts de livraison, ou certains grands distributeurs s'en serviront comme partenaire de livraison dans un premier temps, éventuellement les rachèteront ou, plus probable, jeteront l'éponge parce qu'une rentabilité est espérée mais les coûts seront insupportables. L'enjeu : des centaines de millions d'euros de levée de fonds pour acquérir de la data client et devenir le plus gros dans cinq à dix ans.

Que restera t-il à l'issue de cette guerre de parts de marché ?

Tout d'abord, **la faillite de ceux qui auront perdu la course mais tant pis pour eux.**

Ensuite, des centaines de magasins fermés car ceux-ci ne pourront pas lutter et donc perdront une partie de leur chiffre d'affaires ; les plus affaiblis fermeront. Notons, bien entendu que les « dark stores » peuvent s'installer sur des emplacements numéro 2 et que seuls les commerçants supporteront toujours les mêmes coûts immobiliers.

La fermeture de ces magasins, épiceries alimentaires de proximité, entraînera celle d'autres points de vente voisins. Car, s'il y a moins de consommateurs qui se déplacent, c'est l'affaiblissement de tout l'écosystème.

Enfin, bien sûr, le développement de la vacance commerciale et sa conséquence tant redoutée : la rue en déprise sans animation des rez-de-chaussée.

Alors bien entendu, on peut relativiser le phénomène en arguant que seules les grandes villes sont concernées. C'est vrai. Mais n'oublions pas que la fragilisation d'un réseau de commerce peut partir de la fragilité de quelques magasins avec ensuite des conséquences sur l'ensemble, y compris dans les villes moyennes.

Il y a deux poids deux mesures. Il y a quelques semaines, nous avons eu un débat sur la possibilité pour les élus locaux de règlementer la présence d'écrans digitaux dans la vitrine des magasins, ouvrir un point de vente de plus de 400 m² est soumis à Cdac dans Paris et en parallèle, aucun élu ne s'émeut du développement rapide de ce type d'acteurs.

On se préoccupe en permanence de la manière d'empêcher les développements du commerce en périphérie des villes mais pas de problème pour laisser librement se développer des acteurs dont le modèle videra les lieux de commerce de leurs flux de consommateurs.

Le souhait de quelques-uns de se faire livrer en dix minutes mérite-t-il de payer un tel prix ? Certainement pas. Et ensuite, débattre-nous d'un indispensable plan financé par l'argent public pour reconstituer l'attractivité de rues et de centres-villes ?

Réagissons avant qu'il ne soit trop tard. La liberté d'entreprendre peut trouver des limites si ces externalités faciles à anticiper deviennent trop importantes ; elles peuvent générer de nombreuses conséquences sur le bien commun. Or, la vie des villes et leurs lieux de commerce représente un bien commun.

Projetons-nous et tentons d'imaginer ce vers quoi nous voulons aller pour la société de demain et réfléchissons aux dispositifs qui nous permettraient d'y parvenir avec le plus de probabilité.

Bien entendu, il faut respecter la liberté d'entreprendre et restés ouverts à l'innovation. Mais, cela ne suppose pas d'être naïf ou passif, et de se réveiller trop tard. Sinon, cela signifierait l'impuissance politique alors que le rôle de cette dernière est de créer les conditions pour une société avec une vision partagée, la plus inclusive possible, sans laisser une partie de la population sur le côté mais aussi, une société où il faut bon vivre, avec des villes et des lieux vivants, riches en vie sociale et qui ne peuvent pas être guidée en priorité par une démarche d'excellence logistique. ■