



HAL
open science

Flink, Getir, Cajoo... Les “ dark stores ” et le “ quick commerce ” remodelent les grandes villes

Matthieu Schorung, Heleen Buldeo Rai, Laetitia Dablanc

► **To cite this version:**

Matthieu Schorung, Heleen Buldeo Rai, Laetitia Dablanc. Flink, Getir, Cajoo... Les “ dark stores ” et le “ quick commerce ” remodelent les grandes villes. 2022, pp.6. hal-04491157

HAL Id: hal-04491157

<https://hal.science/hal-04491157>

Submitted on 7 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THE CONVERSATION

L'expertise universitaire, l'exigence journalistique

Flink, Getir, Cajoo... Les « dark stores » et le « quick commerce » remodelent les grandes villes

Publié: 3 mai 2022, 20:37 CEST

Matthieu Schorung

Docteur, Postdoctorant, Chaire Logistics City, SPLOTT, Université Gustave Eiffel, Université Gustave Eiffel

Heleen Buldeo Rai

Postdoctorante, Chaire Logistics City, Université Gustave Eiffel, Université Gustave Eiffel

Laetitia Dablanc

Professor, Université Gustave Eiffel



Un dark store JOKR à New York. Matthieu Schorung, Author provided

129 milliards d'euros. Voilà le montant atteint en 2021 par les ventes du e-commerce en France. C'est plus de deux fois le montant de 2014 (57 milliards d'euros).

L'alimentaire en ligne pèse dans ce premier chiffre pour presque 20 milliards d'euros. Il s'agit là surtout de la livraison de repas ou de courses venant de la grande distribution. Le segment de la livraison rapide voire « instantanée », parfois appelé « quick commerce », n'a, lui, engendré « que » 122 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021 en France.

Ce segment reste encore un marché de niche, essentiellement réservé aux grandes villes, mais il a connu tout de même un taux de croissance entre 2020 et 2021 de 86 %. De nouveaux acteurs se sont développés à Paris, Londres et New York. Leurs noms sont Cajoo, Gorillas, Flink, Getir, JOKR ou encore Gopuff et l'explosion du secteur impose désormais sa marque dans le paysage urbain.

Cette activité nécessite en effet des espaces de stockage et de traitement des commandes implantés dans les zones urbaines, afin d'organiser des livraisons ultrarapides dans un rayon d'environ deux kilomètres. Aménagés comme des supérettes, ces petits entrepôts d'une surface inférieure à 400 m² ne sont accessibles qu'au personnel chargé de la collecte et de la livraison des produits. D'où leur nom plus répandu de « dark store », que certains traduisent en France en « magasin sombre » ou « entrepôt de l'ombre ».

Un rapport récent de l'Atelier parisien d'urbanisme (Apur), estime en janvier 2022 leur nombre à 80 dans la capitale française. Amsterdam en comptait environ 28 en activité à la mi-décembre 2021 et New York 110 à la fin du mois de février 2022.

Le phénomène s'avère désormais bien visible donc, mais loin de la déferlante parfois évoquée dans la presse ou par certains politiques. Le secteur reste d'ailleurs encore en pleine consolidation comme en témoignent processus de rachat (Frichti par Gorillas, par exemple) et retraits précipités de marché.

Pas les premiers

L'un des effets de la pandémie a été d'obliger bon nombre d'entreprises à élargir leurs modes de distribution, ou tout du moins d'accélérer le mouvement existant. Elles n'étaient qu'un magasin physique ou qu'une plate-forme numérique ? Avec le « click and collect », beaucoup jouent maintenant sur les deux tableaux, avec plusieurs supports sur chacun. On parle de modèles « omnicanaux ».

Le magasin devient désormais un hub multifonctionnel. Il fait office de salle d'exposition, de point relais, de lieu de retour, de micro-entrepôt et de microcentre de traitement des commandes.

Le quick commerce n'a donc pas inventé les dark stores mais s'inscrit plutôt dans un modèle de vente au détail qui était déjà en mutation avant la crise de la Covid-19. Ce n'est pas non plus le premier à tester le magasin comme centre de traitement pour la livraison locale. La chaîne de supermarchés Monoprix exploite par un exemple un entrepôt de l'ombre à Paris depuis 2019. Franprix a, lui, dédié cinq de ses magasins situés dans des zones de bureaux, vides pendant le confinement, aux commandes en ligne avant de les rouvrir à nouveau au public.

Le modèle trouve en fait ses origines en Asie. En Chine notamment, la livraison instantanée de produits d'épicerie est une pratique de consommation établie depuis plus de cinq ans avec des entreprises comme Hema Fresh.

Un mode de développement en question

Reste que, plus que d'autres détaillants qui font usage de dark stores, le quick commerce se heurte à leur implantation désordonnée dans les villes. De fait, les investisseurs poursuivent une stratégie dite de « blitzscaling ». Il s'agit de se lancer dans une course à la croissance pour prendre l'avantage sur ses concurrents. L'idée : devenir le plus gros et tout emporter.

La Tribune 
@LaTribune · [Follow](#)

 OPINION - Les 25 licornes de Macron, une dangereuse fascination?

«L'hyper-priorisation de la croissance est une injonction qui ne fonctionne pas pour une majorité d'entrepreneurs», estiment Cyrine Ben-Hafaïedh et Anaïs Hamelin

latribune.fr
Les 25 licornes de Macron, une dangereuse fascination ?

12:41 PM · Mar 18, 2022 

 1  Reply  Copy link

[Read more on X](#)

Getir est ainsi devenue la deuxième licorne, tous secteurs confondus, d'origine turque. La brésilienne Daki a atteint ce statut en dix mois d'activité seulement. Gorillas a, elle, levé près d'un milliard de dollars pour financer son expansion ultrarapide.

Ce développement rapide pose néanmoins des questions quant au besoin de régulation de ce secteur. Des questions concernant l'espace public en premier lieu. Comment limiter les nuisances liées aux mouvements et au stationnement des livreurs pour les riverains ? Comment appréhender leur impact quant à la surutilisation des infrastructures cyclables et de voirie ?

La question est aussi d'ordre commercial : les dark stores menacent-ils le petit commerce de détail ou même les magasins urbains de la grande distribution ? La multiplication de ces espaces inaccessibles, cachés du public, menace-t-elle une certaine forme de vie urbaine et d'animation des rues ? Et juridiquement, comment les dark stores doivent-ils être considérés notamment au regard des documents locaux d'urbanisme : des espaces commerciaux ou des espaces logistiques ? Surtout si l'on sait que la logique concurrentielle amènera, a priori, les faillites des plus petits et donc des espaces vides.

Contre-attaques municipales

D'aucuns soulignent que les dark stores s'installent souvent, par opportunisme, dans d'anciens locaux commerciaux situés à des emplacements devenus indésirables. À Londres, par exemple, ils viennent s'implanter sous les arches de chemin de fer, dans les parcs industriels légers et les sous-sols des centres commerciaux. Ces espaces se voient ainsi parfois donner une seconde chance.

Les municipalités traduisent cependant certaines inquiétudes et multiplient les initiatives visant à réguler voire à s'opposer à leur développement. Certains dirigeants affichent même une hostilité que l'on peut juger parfois démesurée, mobilisant des arguments moralisateurs et négligeant le fait que cette offre répond à une demande des consommateurs.

La [ville de Paris] a, par exemple, décidé d'engager une procédure, en mars 2022, pour fermer 45 des 80 dark stores identifiés par l'Apur. L'argument utilisé : un non-respect des règles du Plan local d'urbanisme. Elle a également mis en place une procédure permettant aux citoyens de signaler les entrepôts non autorisés dans leur quartier. Aux Pays-Bas, à Amsterdam et Rotterdam, c'est un moratoire d'un an sur l'ouverture de nouveaux lieux de ce type qui a été décidé en janvier 2022.

Contourner ou coopérer

Les moyens de régulation du quick commerce restent cependant assez limités. Depuis le début de l'année 2022, deux tendances se dégagent du côté des entreprises. On observe, d'un côté, une volonté de s'adapter voire de contourner les nouvelles règles locales. Getir, par exemple, va expérimenter un service de *click-and-collect* permettant de classer ses entrepôts comme des commerces. D'autres innovent et proposent une vente à emporter de produits frais comme GoPuff à New York qui a inauguré GoPuff Market combinant espace logistique, boutique et café.

De l'autre côté se dessine une volonté de coopérer avec les municipalités. À Paris, la mairie a également proposé d'aider les quick commerçants comme Cajoo à trouver des locaux adaptés comme les parkings souterrains.

Un Gopuff Market entre Soho et Tribeca New York avec son avant boutique réservée à la vente à emporter. Matthieu Schorung, Author provided

La nécessaire régulation du quick commerce, en particulier sur le respect des règles d'urbanisme et sur la limitation des nuisances, ne doit cependant pas faire oublier que le secteur n'est désormais qu'une manifestation supplémentaire des évolutions du commerce urbain. La vente en ligne a pénétré la vie urbaine et transformé les habitudes de consommation. Les livraisons depuis les magasins physiques, le click-and-collect, les drives piétons, les consignes automatiques sont autant d'autres marques dans la ville de ces évolutions. En outre, il faut peut-être relativiser les effets des dark stores sur le tissu économique local : Paris compte à ce jour moins de cent entrepôts pour plus de 60 000 commerces intra-muros.

Dans ces débats, il paraît nécessaire de trouver les moyens de récolter des données fiables. Il y a là un manque criant que la Chaire Logistics City de l'université Gustave Eiffel tente de combler. Elle s'est engagée depuis plusieurs semaines dans un travail de comptages et d'observations dans la capitale française, notamment sur les mouvements des livreurs et sur les véhicules qui servent à la livraison. Il s'agit de mettre à l'agenda local l'organisation d'une logistique urbaine durable dans toutes ses dimensions et de repenser un commerce de ville en pleine évolution.