

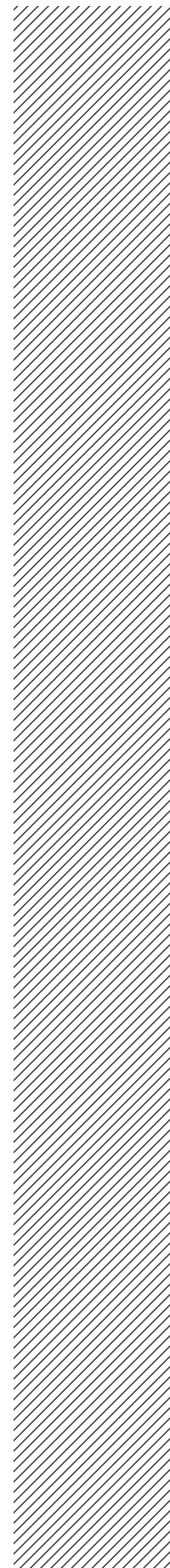


📖 ÉTUDE

DRIVE PIÉTONS, DARK KITCHENS, DARK STORES

LES NOUVELLES FORMES
DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS

FÉVRIER 2022



Directrices de la publication: **Dominique ALBA**
Patricia PELLOUX

Étude réalisée par: **Bruno BOUVIER, François MOHRT**

Sous la direction de: **Stéphanie JANKEL**

Avec le concours de: **Gabriella TANVÉ**

Cartographie et traitement statistique: **Anne SERVAIS, Gustavo VELA**

Photos et illustrations: **Apur sauf mention contraire**

Mise en page: **Apur**

www.apur.org

22P020502

Sommaire

INTRODUCTION	4
1. Les <i>drive piétons</i> : état des lieux	6
Historiquement, une implantation de <i>drive piétons</i> accolés à un magasin	6
Plus récemment, l'implantation de <i>drive piétons</i> solos	7
Quelles activités exercées précédemment dans les locaux des <i>drive piétons</i> solos?	9
2. Les <i>dark kitchens</i> : état des lieux	10
3. Les <i>dark stores</i> : état des lieux	12
Un développement des <i>dark stores</i> accéléré par la crise sanitaire	12
Les acteurs du « quick commerce »	14
Les acteurs historiques de la grande distribution s'engagent eux aussi dans la livraison rapide	16
Quelles activités exercées précédemment dans les locaux utilisés par les <i>dark stores</i> ?	19
Des localisations en rez-de-chaussée qui génèrent des nuisances	19
Un choix de localisation lié à une forte densité de population	21
4. Du point de vue réglementaire, quel statut juridique pour ces nouvelles activités ?	24
CONCLUSION	26

INTRODUCTION

La crise sanitaire de la Covid-19 commencée au début de l'année 2020 et les confinements successifs qui ont entraîné la fermeture temporaire d'un certain nombre de commerces ont accéléré des changements dans les comportements d'achat des Français. Le commerce en ligne a connu un développement sans précédent, répondant au besoin de consommation des ménages pendant ces périodes successives. En 2020, les courses alimentaires livrées à domicile ont ainsi progressé de 45 % en France.

La distribution alimentaire s'est adaptée à ce contexte inédit. De nouveaux acteurs ont émergé, en plus de ceux déjà présents comme Uber Eats, Deliveroo, proposant des services d'un nouveau type. Les *drive piétons*, déjà bien im-

plantés, ont continué de se développer pour permettre aux consommateurs d'aller retirer leurs commandes réalisées préalablement sur internet. Le développement des *dark kitchens* au pied des immeubles parisiens, en lieu et place d'anciens commerces ou restaurants, est une mutation plus récente qui propose de mettre à disposition de restaurateurs des espaces dédiés uniquement à la préparation de repas commandés sur internet et destinés à la livraison à domicile. Enfin, les *dark stores* encore appelés « magasins aveugles » sont la dernière traduction du quick commerce dans les rues parisiennes. Ces *dark stores* proposent un service de livraison de produits alimentaires et de grande consommation, à domicile, dans des délais très courts, compris entre 10 et 20 minutes.

Des nouvelles formes de distribution dopées par la crise sanitaire de la Covid-19

Ces nouvelles formules de livraison ultra-rapide à domicile viennent s'ajouter à celles qui existent depuis de nombreuses années déjà, à savoir les services de livraisons proposés par les supérettes et supermarchés, soit à la suite d'un passage en magasin, soit après une commande passée sur internet. Cette livraison « traditionnelle » est le plus souvent proposée sur un créneau horaire déterminé en amont entre le client et le magasin et n'est pas immédiate. Ces nouvelles formules ont pris la suite des livraisons assurées pendant le confinement débuté en mars 2020, par nombre de petits commerçants de proximité qui ne proposaient

pas forcément ce type de service de livraison à domicile et s'étaient organisés pour mettre en place un tel système. Ils avaient alors livré eux-mêmes leurs clients ou fait appel à des entreprises spécialisées.

Drive piéton, dark store et dark kitchen constituent un nouvel écosystème de la distribution alimentaire en centre-ville, complémentaire ou concurrent des magasins et restaurants qui animent les rues des quartiers parisiens : petits commerces indépendants de proximité, alimentations générales de quartier, des supérettes, des supermarchés et des marchés couverts et découverts.

Les dark stores proposent un service de livraison de produits alimentaires et de grande consommation, à domicile, dans des délais très courts, compris entre 10 et 20 minutes

Une réponse publique qui, progressivement, s'adapte aux évolutions des pratiques de consommation liées à internet

Depuis début 2021, l'arrivée sur le marché parisien des start-ups développant le modèle du « quick commerce » et des entrepôts aveugles n'est pas sans rappeler l'affrontement que s'était livré à Paris, dans un premier temps, les acteurs de vélos en libre-service à partir de 2017 et, dans un deuxième temps, les opérateurs de trottinettes électroniques en 2019.

Les opérateurs de vélos en libre-service ont été jusqu'à plus d'une dizaine à proposer une offre de location en « free floating » en plus de celle des Vélib', l'ensemble atteignant un effectif de plus de 34 000 vélos en 2018. En 2021, il ne reste que la moitié des opérateurs et 28 500 vélos disponibles dont 20 000 sont des Vélib'. La situation s'est répétée pour les opérateurs de trottinettes électriques. Après un appel d'offres lancé en juillet 2020 par la Ville de Paris, il ne reste plus aujourd'hui que 3 opérateurs de trottinettes électriques (Lime, Dott et Tier) pour un total de 15 000 engins disponibles contre 20 000 en 2018. Neuf opérateurs ne sont plus en activité depuis l'automne 2020.

Un parallèle peut aussi être fait avec l'apparition des plateformes de locations meublées touristiques entre particuliers à Paris, telles que Airbnb, Abritel, Booking, Homeway, etc. Au début des années 2010, plus de 300 acteurs, plateformes et agences, proposaient de louer, pour une ou plusieurs nuits, un appartement à Paris, profitant du boom d'internet et d'une réglementation publique antérieure à ce phénomène et au début pas tout à fait adaptée à ces nouvelles pratiques. 10 ans plus tard, la réglementation nationale s'est adaptée et la régulation à l'échelle parisienne des locations meublées touristiques a été et continue de se renforcer.

1. | Les *drive piétons* : état des lieux

Historiquement, une implantation de *drive piétons* accolés à un magasin

57 *drive piétons*
solos et 150 *drive*
piétons accolés
à Paris en 2022

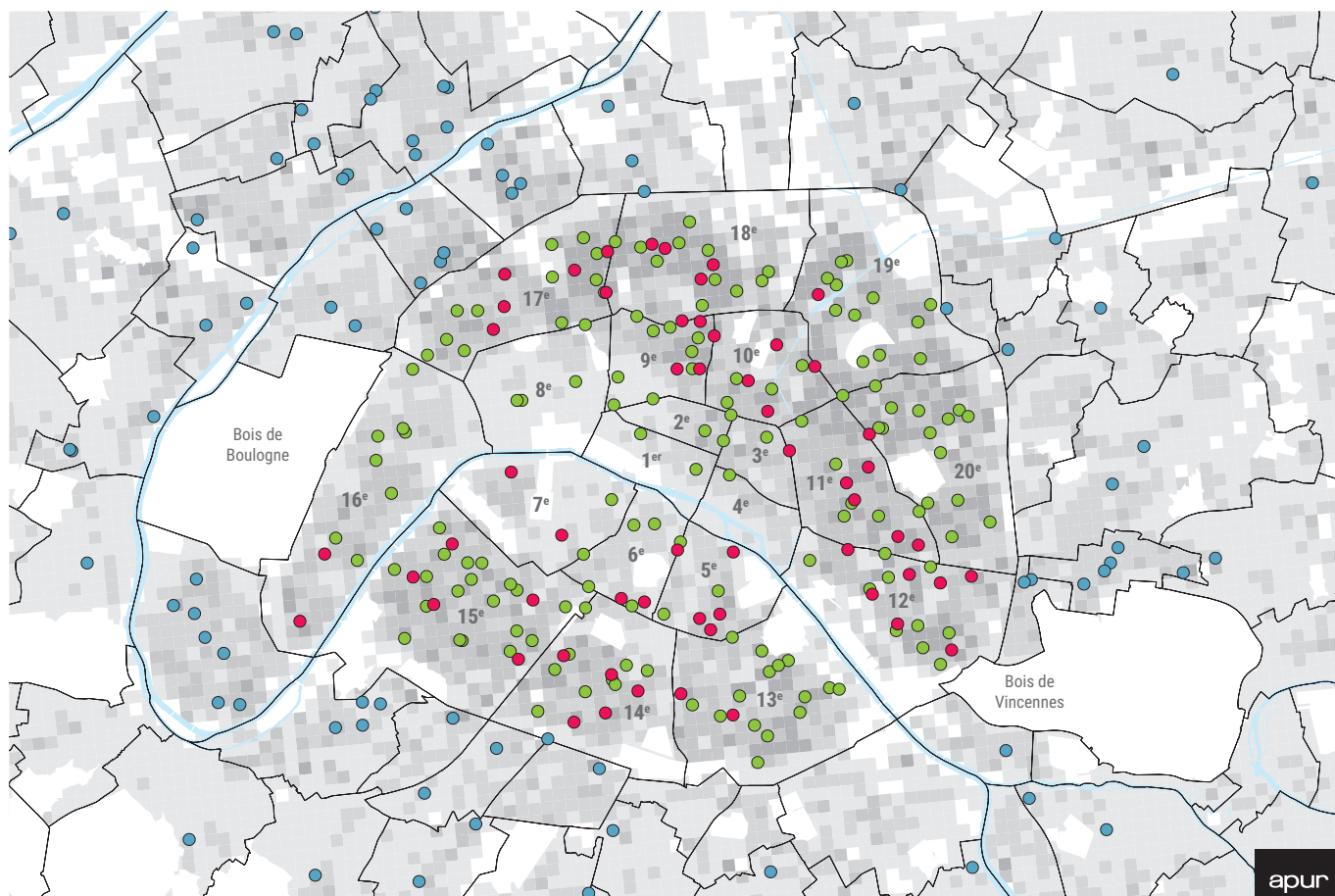
Alors qu'il existe depuis 2018, le concept de *drive piéton* ne cesse de se développer, notamment à Paris, permettant aux habitants de venir retirer la commande qu'ils ont effectué en ligne quelques heures auparavant. Le *drive piéton* est un concept urbain qui a besoin d'une densité importante de population afin d'être efficace, c'est la raison pour laquelle on le retrouve particulièrement présent au cœur de la Métropole du Grand Paris.

À Paris, la forte densité de population est à l'origine de la multiplication des points de retrait disponibles. Les grands groupes de la distribution alimentaire que sont Carrefour et Casino se sont assez vite engagés dans ce nouveau système de distribution offert aux clients. Cela a été rendu possible par la forte implantation historique de supérettes et supermarchés de ces enseignes.

En mars 2020, les deux groupes proposaient chacun plus d'une centaine de *drive piétons* dans la Métropole¹, dont la très grande majorité étaient insérés dans un magasin existant, c'est-à-dire que le client commande sur internet et vient récupérer dans une supérette ou un supermarché les achats réalisés en ligne, généralement auprès d'une caisse dédiée à ce type de retrait. À Paris, le groupe Carrefour est celui qui propose le plus grand nombre de *drive piétons* avec plus de 80 points disponibles contre une cinquantaine pour Casino; les autres enseignes de la grande distribution sont encore peu présentes avec moins d'une dizaine de *drive piétons* pour E.Leclerc, Intermarché, Diapar (G20) et seulement 1 point pour Auchan.

1 - « Le E-commerce dans la Métropole du Grand Paris », étude Apur, septembre 2020 : <https://www.apur.org/fr/nos-travaux/e-commerce-metropole-grand-paris>

LOCALISATION DES DRIVE PIÉTONS ACCOLÉS À UN MAGASIN OU SOLOS



Note de lecture : les *drive piétons* solos (points rouges) sont de plus en plus nombreux à s'installer à Paris. Les points bleus sont les *drive piétons* franciliens situés en dehors de Paris pour lesquels la distinction n'a pas été effectuée entre *drive solo* et *drive accolé à un magasin*.

Type de *drive piéton*

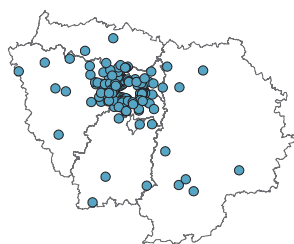
- Solo
- Accolé à un magasin
- Autre *drive*

Nombre d'habitants à l'hectare

- Plus de 450
- De 300 à 450
- De 150 à 300
- Moins de 150

Les emprises des principaux équipements et espaces verts, ainsi que les carreaux sans population apparaissent en blanc.

Sources : Apur, sites Internet - 2021, Recensement de la Population (Insee) - 2015



Plus récemment, l'implantation de *drive piétons* solos

Depuis début 2020, deux enseignes de grande distribution se sont plus particulièrement illustrées par la rapidité de leurs nouvelles implantations, E.Leclerc avec une dizaine de nouveaux *drive piétons*, portant leur nombre à une vingtaine et surtout Auchan qui propose aujourd'hui près d'une quarantaine de points de retrait. Les autres enseignes ont conservé le maillage qu'elle avait déjà en mars 2020. Ces deux enseignes, très peu présentes voire inexistantes à Paris jusqu'alors, ont profité de ce nouveau modèle urbain de distribution alimentaire pour apparaître dans le paysage commercial parisien. Cette implantation s'est réalisée essentiellement avec la

création de *drive piétons* solos, c'est-à-dire non liés à un magasin de type supérette ou supermarché alors que les *drive piétons* des enseignes Carrefour et Casino utilisent principalement des *drive piétons* insérés dans un magasin existant.

Sur la quarantaine de *drive piétons* installés par Auchan depuis mars 2020, 70 % soit 28 d'entre eux sont des *drive piétons* solos. Ce chiffre est encore plus important pour E.Leclerc dont les 17 *drive piétons* recensés en décembre 2021 sont tous des *drive piétons* solos.

Les commerçants souhaitant implanter une surface de vente de plus de 1 000 m²

(400 m² à Paris jusqu'au 31 décembre 2021) ou accroître leur surface de vente existante, doivent solliciter l'accord de la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) depuis la mise en place de la Loi de Modernisation de l'Économie (LME), promulguée le 5 août 2008. La CDAC prend en considération, entre autres, la localisation du projet et son intégration urbaine, l'effet sur l'animation de la vie urbaine, la contribution du projet à la préservation ou à la revitalisation du tissu commercial du centre-ville... afin de préserver le tissu commercial de rue existant et éviter une concurrence inégale. Depuis

la loi ALUR du 24 mars 2014, les *drive voitures* doivent aussi demander une autorisation d'implantation à la CDAC. Or, le concept de *drive piétons* est de permettre aux clients d'avoir le même choix que dans un supermarché par le nombre des références proposées et risque de concurrencer fortement les supérettes, les petites épiceries de quartier et plus généralement le commerce alimentaire de proximité. Les 2 enseignes nationales de grande distribution, Leclerc et Auchan, qui étaient jusqu'alors peu ou pas implantées à Paris, profitent d'ailleurs de cette situation pour accélérer l'ouverture de plusieurs dizaines de *drive piétons*.

Les drive piétons des grandes enseignes s'installent dans de petites surfaces et n'ont ainsi pas besoin de l'accord de la CDAC pour s'implanter dans Paris



Casiers de retrait des marchandises à l'intérieur d'un *drive piéton* automatique (16^e)

© Apur - Bruno Bouvier



Drive piéton solo, non lié à un magasin, 93 avenue du Général Leclerc (14^e)

© Apur - François Mohrt

Quelles activités exercées précédemment dans les locaux des *drive piétons* solos ?

Les drive piétons solos ne nécessitent pas de très grande surface, moins de 100 m² en général

Ces deux enseignes de la grande distribution, Auchan et E.Leclerc, sont celles qui ont le plus investi dans les nouveaux *drive piétons* solos ces dernières années, elles en totalisent 45 à Paris sur 57 en tout. Ces 45 nouveaux *drive piétons* solos² étaient majoritairement occupés précédemment par un commerce ou un service commercial (80 % des cas) mais aussi par un ancien bureau (13 %) ou un autre type d'activité (activité médicale...) dans 7 %.

D'après les données de la BDCom d'octobre 2020 sur les commerces parisiens³, les 28 *drive piétons* solos du groupe Auchan étaient précédemment occupés par des activités variées et une grande majorité étaient vacants (12 d'entre eux). Les activités proposées allaient d'agences bancaires (2 établissements) à des activités médicales (2) en passant par de l'alimentaire spécialisé (1 épicerie fine + 1 vente de produits étrangers), des bureaux (2) ou encore de la restauration (1 restaurant de cuisine traditionnelle, 1 restaurant rapide, 1 bar-café), soit une diversité qui s'explique par le fait que les locaux recherchés pour installer des *drive piétons* solos n'ont pas besoin de spécificités particulières contrairement aux *dark kitchens* pour lesquelles des évacuations de fumées sont une contrainte à prendre en compte. Un seul *drive* Auchan existait déjà en octobre 2020, celui de la rue Saint-Charles (15^e). L'observation des 12 locaux vacants en 2020 montre qu'ils étaient auparavant occupés en 2017 par des activités là encore diverses telles que boulangerie, pharmacie, agence bancaire, d'intérim, brocante, prêt-à-porter... Les *drive piétons* E.Leclerc existaient déjà lors de l'enquête BDCom en 2020 pour 11 d'entre eux tandis que 5 étaient vacants et un occupé par une agence bancaire.

L'analyse de la cinquantaine de *drive piétons* apparus à Paris depuis mars 2020 montre que les activités précédemment présentes dans ces locaux sont variées, allant des commerces traditionnels (prêt-à-porter, chaussures, pharmacie...) aux services commerciaux (agences bancaires, immobilières...), en passant par la restauration ou encore d'anciens bureaux en boutique. Les *drive piétons* ne ciblent donc pas un type particulier d'activité du fait que les surfaces recherchées ne sont pas très grandes (moins de 100 m² en général) et ne demandent pas d'aménagement particulier.

Les trois-quarts des *drive piétons* solos recensés à Paris en janvier 2022 se situent sur un tronçon de voie protégé dans le cadre du PLU (43 sur 57). Parmi ces 43 *drive piétons* comptabilisés, 5 sont implantés sur un tronçon protégé au titre de l'artisanat, ce qui signifie que si une activité artisanale existait auparavant, elle ne pouvait pas être remplacée par un *drive piéton*.

Depuis peu, une nouvelle forme de *drive piéton* est à l'essai, celle des *drive piétons* automatiques, sans aucun personnel présent comme celui implanté récemment avenue de Versailles dans le 16^e arrondissement à l'enseigne Delipop et occupé pour plusieurs mois par Carrefour. Il s'agit de *drive piéton* dans lesquels on accède avec un code barre (ou QR code) obtenu suite à l'achat effectué en ligne et dans lesquels sont installés des casiers où se trouvent les achats réalisés. Un numéro de commande est nécessaire afin de pouvoir ouvrir les casiers correspondants à la commande passée quelques heures avant.

2 - Voir aussi tableau en annexe.

3 - Voir l'étude de l'Apur, avril 2021 :

<https://www.apur.org/fr/nos-travaux/inventaire-commerces-paris-2020-evolution-2017-2020>

2.

Les *dark kitchens* : état des lieux

La livraison à domicile de plats préparés est un autre phénomène dont l'ampleur s'est accélérée avec la crise sanitaire débutée au premier trimestre de l'année 2020. Alors que la livraison de plats alimentaires existe depuis de nombreuses années, à l'origine sur des créneaux très précis comme la livraison de pizzas (Speed Rabbit Pizza, Domino's Pizza...) ou encore de sushis, elle prend une forme beaucoup plus variée depuis plusieurs années. Prenant exemple sur ces créneaux ciblés, la livraison de plats depuis des restaurants s'est développée à partir de 2013/2014 avec l'arrivée de plateformes digitales comme Deliveroo, Uber Eats, Frichti...

Le premier confinement débuté en mars 2020 a donné un coup d'accélérateur au développement récent des *dark kitchens*, cuisines souvent installées dans d'anciens commerces en rez-de-chaussée, non accessibles au public, ou seulement

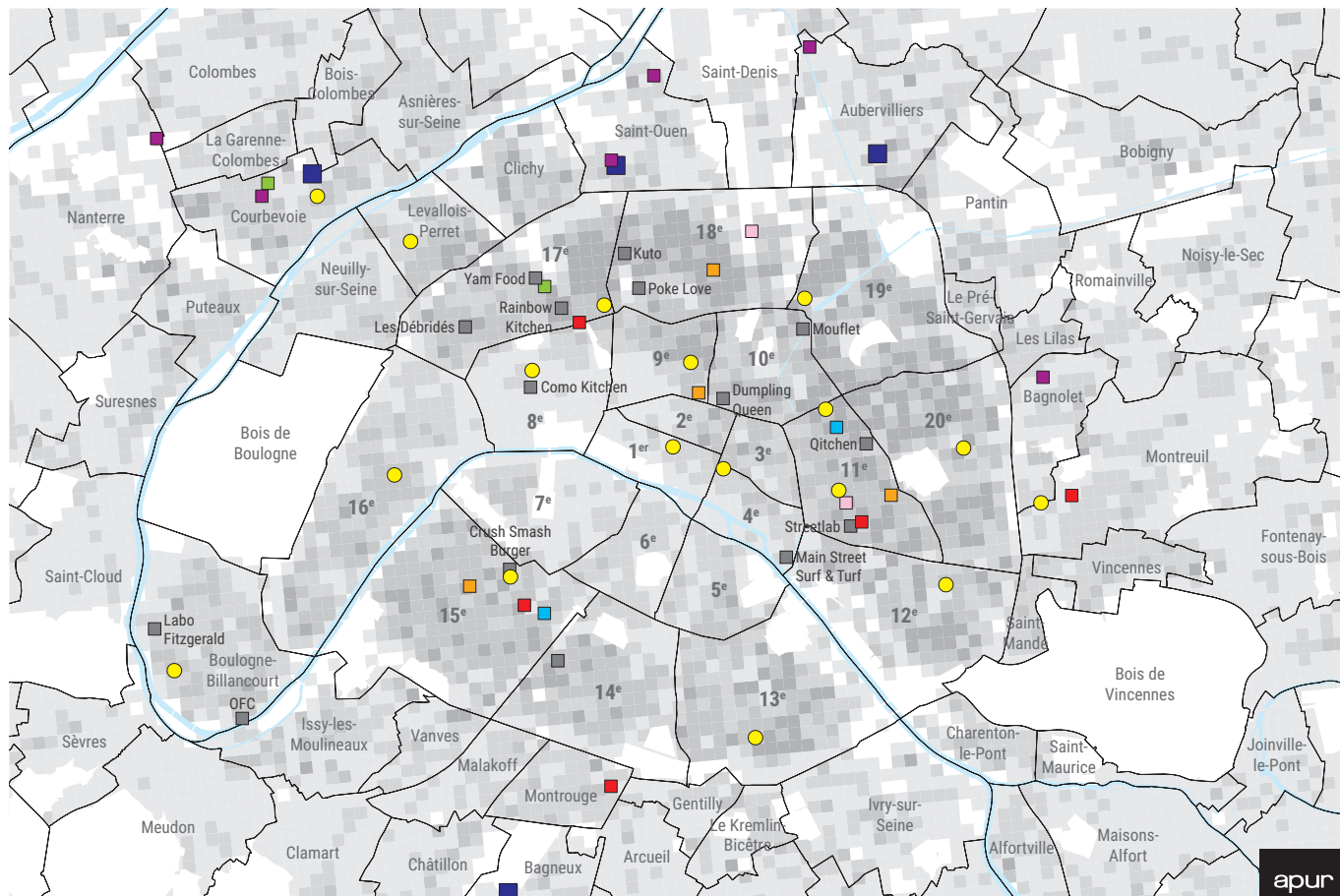
pour retirer sur place une commande, et qui proposent la préparation de plats commandés sur internet et destinés à la livraison à domicile.

Les *dark kitchens* peuvent rassembler une ou plusieurs enseignes différentes au sein d'un même local. Selon les cas, certaines enseignes peuvent avoir un restaurant physique dans Paris et proposer leurs plats dans une *dark kitchen*, ce qui leur permet d'avoir une zone de livraison plus étendue qui vient compléter celle proposée depuis leurs restaurants. D'autres enseignes, au contraire, ne sont que digitales et n'ont aucun espace de vente autre que celui proposé par les *dark kitchens*. Dans le 15^e arrondissement, au 72 rue Falguière par exemple, une *dark kitchen* accueille 8 enseignes différentes proposant des plats variés allant des burgers, à des plats grecs, italiens, mexicains, healthy et même un bar à couscous.



Dark kitchen installée à la place d'un ancien Bar-Tabac, 72 rue Falguière (15^e)

LES DARK KITCHENS À PARIS ET EN PROCHE BANLIEUE



Note de lecture : les dark kitchens qui ont pu être recensées en décembre 2021 sont représentées à Paris et les communes proches... Du fait de la difficulté de repérer les dark kitchens, le recensement de janvier 2022 n'est pas exhaustif.

Enseigne

- Frichti
- Deliveroo Editions
- Kitch'n Box
- Napoli Gang by Big Mamma
- Taster
- Green Wild
- In my Belly
- Koch
- Autre enseigne

Nombre d'habitants à l'hectare

- Plus de 450
- De 300 à 450
- De 150 à 300
- Moins de 150

Les emprises des principaux équipements et espaces verts, ainsi que les carreaux sans population apparaissent en blanc.

Sources : Apur, sites Internet - 2021, Recensement de la Population (Insee) - 2015

À Paris, au moins une trentaine de *dark kitchens* ont déjà été recensées avec, pour certaines d'entre elles, plusieurs sites de préparation de plats destinés à la livraison. Ces *dark kitchens* sont difficiles à repérer car elles opacifient souvent les devantures des locaux, ce qui ne facilite pas leur visibilité depuis la rue. Il en existe sûrement un nombre plus important.

À noter que parmi les 25 *dark kitchens* dénombrées en janvier 2022 à Paris, une dizaine, soit 40 % sont implantées sur un tronçon de voie faisant l'objet d'une protection commerciale au titre du PLU.

Les *dark kitchens* se développent également en dehors de Paris, souvent dans les communes limitrophes pour bénéficier de surfaces plus importantes et d'une

zone de livraison à cheval entre Paris et les communes de proche banlieue.

Un des opérateurs historiques de la livraison de plats préparés, Deliveroo, dont l'activité depuis sa création est de livrer des plats préparés au départ des restaurants, a même décidé de franchir une nouvelle étape en créant ses propres *dark kitchens* dans 4 communes proches de Paris : Bagneux (novembre 2021) et Courbevoie (octobre 2018) dans les Hauts-de-Seine, Aubervilliers (avril 2021) et Saint-Ouen (avril 2018) en Seine-Saint-Denis. Ces *dark kitchens* s'installent dans de grands entrepôts pour bénéficier de surfaces plus importantes et partager les espaces entre de nombreuses enseignes. Le site d'Aubervilliers accueille par exemple 8 enseignes différentes tandis que le dernier ouvert à Bagneux en accueille 10.

3.

Les *dark stores* : état des lieux

*...plus de 80
dark stores recensés
à Paris et sa proche
banlieue en janvier
2022*

Un développement des *dark stores* accéléré par la crise sanitaire

Une course à l'implantation

Le nombre d'opérateurs qui proposent la livraison ultra-rapide de biens de consommation en quelques minutes seulement a fortement augmenté depuis le début de l'année 2020. La multiplication de ces entreprises, dont la plus ancienne créée (Gopuff) est née en 2013 aux États-Unis, suivie par les françaises Frichti et Kol en 2015, a connu un véritable essor en 2020 et 2021 à Paris, au même moment que la crise sanitaire. Ces dernières ont d'ailleurs vu une opportunité avec les confinements, les restrictions de déplacements ou les changements dans l'organisation de la vie quotidienne de proposer un service de livraison à domicile : temps et nombres de sorties limités pendant les confinements, peur de sortir liée aux risques de contamination, multiplication des repas pris à domicile pour cause de télétravail, école à la maison ou période d'isolement à respecter, etc.

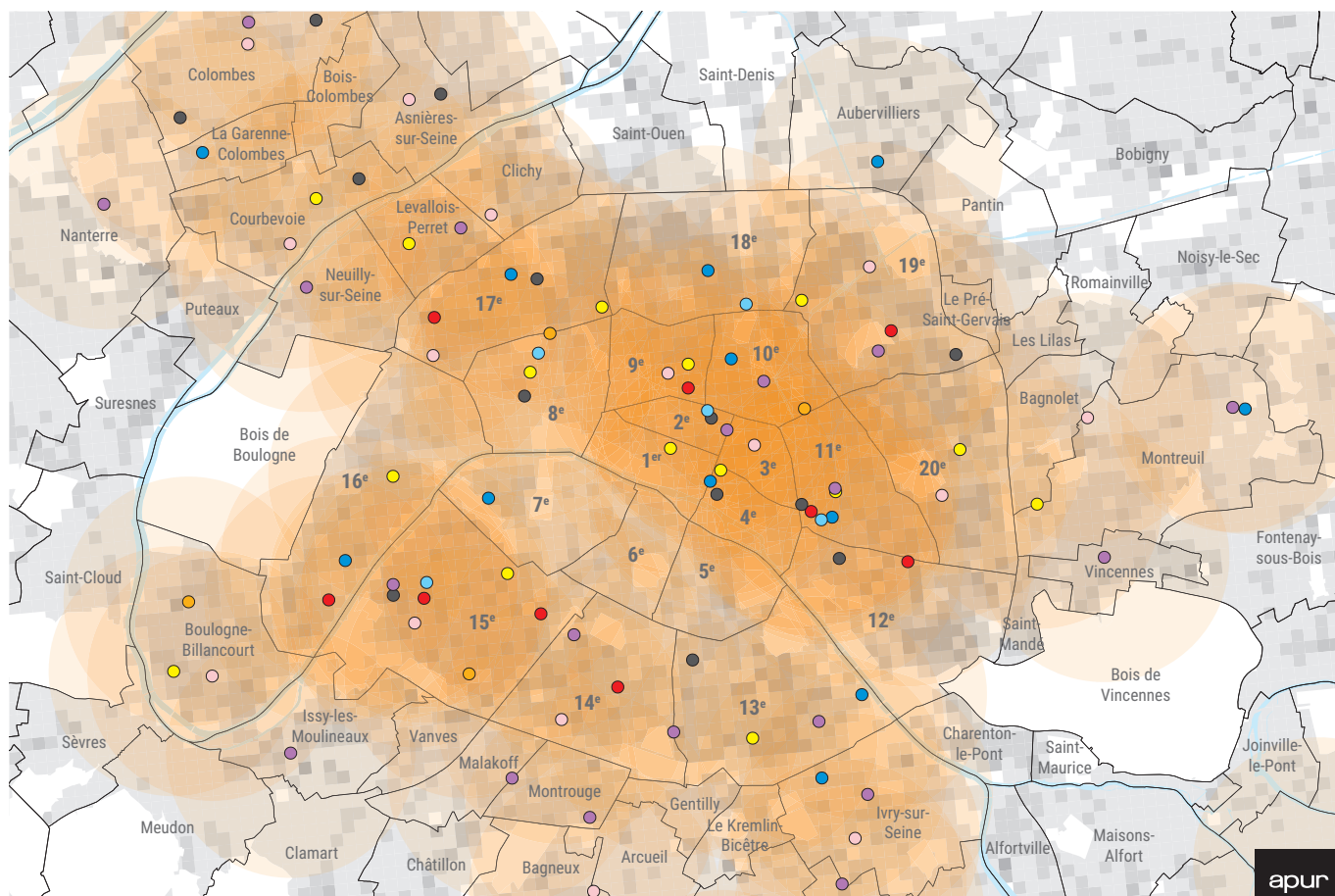
En janvier 2022, plus de 80 *dark stores* appartenant à une dizaine d'enseignes ont été recensés sur le territoire parisien et sa proche banlieue, répartis dans les quartiers les plus denses en population et les plus attractifs en clients potentiels.

À Paris, les *dark stores* sont inégalement répartis sur le territoire. La rive droite est plus densément couverte par l'implantation des *dark stores* et certains arrondissements plus que d'autres, comme le 8^e avec 4 établissements, le 9^e avec 3 établissements et surtout le 11^e avec 6 implantations et le 19^e avec 5. Ces acteurs sont moins nombreux dans les quartiers de la rive gauche, avec plus du ¼ de la soixantaine de magasins aveugles recensés à Paris, soit 17 établissements dont la quasi-totalité situés dans les 13^e, 14^e et 15^e arrondissements.

Parmi les 60 *dark stores* parisiens, 14 se situent sur un tronçon de voie protégé au titre de la protection du commerce et de l'artisanat.

Au niveau métropolitain, on observe un fort développement des *dark stores* au nord-ouest dans les communes limitrophes de Neuilly-sur-Seine, Levallois-Perret, Clichy et Ivry-sur-Seine, mais aussi dans des communes plus éloignées comme Courbevoie, Asnières et Colombes, toutes situées dans les Hauts-de-Seine sauf Ivry-sur-Seine dans le Val-de-Marne.

IMPLANTATION ET ZONE DE LIVRAISON DES DARK STORES



Note de lecture : les dark kitchens sont principalement implantées sur la rive droite de Paris avec une forte concentration dans les 2^e, 3^e, 9^e, 10^e et 11^e arrondissements. La densité de population est un des critères d'installation de ces « magasins fantômes ».

LES DARK STORES

Enseigne

- Cajoo
- Flink
- Frichti
- Getir
- Gopuff / Godija
- Gorillas
- Yango Deli
- Zapp

Zone de livraisons de 2 km

Nombre d'habitants à l'hectare

- Plus de 450
- De 300 à 450
- De 150 à 300
- Moins de 150

Les emprises des principaux équipements et espaces verts, ainsi que les carreaux sans population apparaissent en blanc.

Sources : Apur, sites Internet - 2021, Recensement de la Population (Insee) - 2015



Les acteurs du « quick commerce »

Les entreprises du « quick commerce » les plus présentes sont les start-ups françaises, telles Frichti, Cajoo, Bam Courses (La Belle Vie), l'américaine Gopuff/Godija, la britannique Zapp, les allemandes telles Flink et Gorillas. Il existe aussi une start-up d'origine turque, Getir et une russe, Yango Deli du groupe Yandex.

Parmi les 9 entreprises citées ci-dessus, 6 ont été créées entre 2019 et 2021, les 3 autres (Gopuff/Godija, Frichti et Getir) depuis 2015 mais arrivées récemment en France pour les étrangères.



Dark store installé à la place d'une ancienne supérette Franprix, 70 rue de Cléry (2^e)



Rayonnages de produits de grande consommation à l'intérieur d'un dark store (2^e)

*Un assortiment limité
de 1 500 à 2 000
références proposé
en moyenne
par dark store*

D'importantes levées de fonds pour les acteurs du quick commerce et la signature de partenariats

Depuis le début de leur implantation à Paris, les acteurs du « quick commerce » ne cessent de se développer à grand renfort de levées de fonds, qui, pour certaines d'entre elles sont très importantes. Même si la rentabilité économique est loin d'être acquise, l'objectif prioritaire est de prendre le plus rapidement possible des parts de marché afin d'être présent sur l'ensemble du territoire parisien et en première couronne, en particulier dans les secteurs les plus denses en population.

Au début du mois d'octobre 2021, 3 « quick commerçants » ont déjà dépassé le cap du milliard de dollars de levée de fonds, le turc Getir avec 1,05 Mds\$ mais également Gorillas dont la dernière levée de fonds de 950 M\$ début novembre 2021 lui fait atteindre les 1,3 Mds\$ au total et l'espagnol Glovo qui a aussi levé 1,3 Mds\$. Juste sous le milliard se situe une autre start-up allemande Flink avec 900 M\$, loin devant la tchèque Rohlik avec 383 M\$ ou encore la française Cajoo avec 47 M\$, la britannique Dija avec 26,5 M\$ et une autre française Kol avec 3,8 M\$.

En plus des partenariats signés entre Carrefour et Dija en octobre 2021, Casino et Gorillas en novembre 2021, un troisième accord vient de voir le jour en décembre 2021 qui concerne le géant américain de la livraison à domicile Doordash qui entre au capital de la start-up allemande Flink.

Ces levées de fonds servent aussi aux opérateurs à se faire connaître de leur future clientèle à grand renfort de publicités que l'on peut apercevoir depuis quelque temps sur les panneaux d'affichage situés dans l'espace public mais aussi sur les bus, les taxis, dans les stations de métro et RER (voir photos page suivante).

Contrairement aux *drive piétons* qui proposent un assortiment de produits très étendu, de l'ordre de 15 000 à 20 000 références car la préparation de la commande se fait à partir d'un supermarché ou d'un entrepôt logistique, le catalogue d'un *dark store* ne comporte que 1 500 à 2 000 références puisque les produits doivent être immédiatement accessibles pour être livrés dans les 10 minutes qui suivent. Il s'agit donc de produits de marques les plus souvent achetés par les consommateurs franciliens. En général, le coût de livraison est payant (sauf pour 2 enseignes, Yango Deli et Bam Courses). Il varie entre 1,50 € (Frichti) et 3,00 € (Kol). Chez Cajoo et Zapp, le coût de livraison est gratuit pour le client si la commande excède 30 €.

Les acteurs historiques de la grande distribution s'engagent eux aussi dans la livraison rapide

Les acteurs de la grande distribution à l'instar de Casino ou Carrefour disposent d'un très bon maillage de magasins sur le territoire parisien et proposent depuis plusieurs années la livraison à domicile dans la demi-journée qui suit. L'apparition récente de la livraison express à domicile en 15 minutes vient concurrencer une partie de leurs services de livraisons et leurs magasins. Afin de réagir face à cette nouvelle concurrence, ces 2 groupes français de la grande distribution, qui sont les mieux implantés à Paris ont, dès le premier confinement, lié des partenariats avec Uber Eats et Deliveroo pour proposer des livraisons rapides (en moins d'une heure). Ils ont depuis franchi un cap supplémentaire en liant des partenariats avec des acteurs de ce nouveau secteur.

Le groupe Carrefour a lancé « Carrefour Sprint » en s'alliant depuis le 26 octobre 2021, à Uber Eats et Cajoo pour des livraisons en 15 minutes. Les commandes sont passées via l'application Uber Eats et préparées dans les *dark stores* de Cajoo avec un choix de 2000 références alimentaires et non alimentaires. Carrefour est entré au capital de Cajoo.

De son côté, le groupe Casino a signé le 4 novembre 2021 un partenariat avec le quick commerçant allemand Gorillas avec une entrée dans le capital de la société. Le groupe Casino doit approvisionner à hauteur de 70 % le quick commerçant qui, de son côté, pourra bénéficier de la centrale d'achat de l'enseigne, de prix compétitifs et de la marque de distributeur (MDD) de Monoprix. Les sites internet de Monoprix et Franprix proposeront la livraison en 10 minutes dans les villes où Gorillas sera déjà déployé.

D'autres grands groupes européens de la grande distribution ont aussi décidé de signer des partenariats avec les entreprises du quick commerce, c'est le cas depuis juin 2021 pour l'allemand Rewe entré au capital de Flink ou encore le cas pour le britannique Tesco pour un partenariat avec Gorillas.

Par ailleurs ces opérateurs se placent sur le même créneau de vente que les petites alimentations générales de proximité, c'est à dire proposer, en solution de dépannage ou au dernier moment, une assez grande variété de produits d'épicerie et d'alimentation, souvent à des horaires où les autres commerces alimentaires sont fermés.

Des partenariats entre enseignes de la grande distribution, Carrefour ou Casino, et des acteurs du quick commerce comme Cajoo ou Gorillas

DE NOMBREUSES CAMPAGNES PUBLICITAIRES CES DERNIERS MOIS DANS PARIS



Les autres offres de livraison rapide pour les produits frais (en 2020 ou 2017)

D'autres entreprises proposent la livraison à domicile de produits frais et de grande consommation mais dans des délais un peu plus longs, compris entre 1h et 3h.

Ces dernières, plus anciennes comme « mon-marché.fr » créée en 2007 et rachetée par Grand Frais en 2018, livrent à Paris et Boulogne-Billancourt avec des salariés équipés de vélos électriques à partir de deux espaces de stockage, le premier de 770 m² situé au 1^{er} sous-sol du parking Harlay Pont Neuf de l'Île de la Cité et le deuxième, ouvert en mai 2021, dans un parking de la Porte de Saint-Cloud sur une surface de 1 500 m². Sont proposés environ 3 000 produits, fruits, légumes, fromages, viandes, poissons que les clients peuvent commander jusqu'à 1h avant leur livraison entre 9h et 21h.

Une deuxième entreprise française, « La Belle Vie », créée en 2015, propose une large gamme de produits, 12 000 références qui sont livrées en 1h à Paris et 3h en grande couronne et avec un délai de 24h pour le reste de la France. Les produits sont issus de producteurs et d'artisans et l'entreprise a signé un partenariat avec Système U pour bénéficier de sa centrale d'achat.

D'autres pure players du même type sont présents ou le seront prochainement en France, « Cagette & Paprika », « Picnic » et « Rohlik », mais ne proposent pas leur service à Paris. Le premier est implanté dans le département du Nord, le deuxième a lancé son service à Valenciennes le 19 mai 2021 et le troisième est prêt à s'implanter sur le marché français.

La livraison collaborative comme modèle

Un autre type de livraison se développe, celui de la livraison dite collaborative. Il s'agit généralement de mettre en relation des particuliers avec des « personal shoppers » (souvent des particuliers eux-mêmes) qui effectuent les achats pour d'autres particuliers et les livrent à domicile dans l'heure ou sur un créneau défini ensemble.

Le modèle vient des États-Unis, via « Instacart » créée en 2012, il a été importé en Europe par des entreprises comme l'italienne « Everli », créée en 2014, qui propose ce service depuis février 2021 à Lyon. Les entreprises françaises « Shopopop » et « Yper », créées en 2016, utilisent ce modèle de mise en relation entre particuliers et livreurs pour effectuer des achats dans les magasins ou les drives qui seront livrés dans un délai de 2h. Ces deux entreprises ont signé des accords avec les grands distributeurs français (E.Leclerc, Casino, Système U, Intermarché, Auchan Drive, Cora...) pour permettre leur approvisionnement. La dernière entreprise française pratiquant ce système de livraison est créée en 2017, se nomme « Courseur » et met en avant un « projet social », elle ne se rémunère pas pour le service rendu. La livraison n'a pas de délai précis, celui-ci est déterminé entre les particuliers qui se mettent en relation via l'application.

Quelles activités exercées précédemment dans les locaux utilisés par les *dark stores* ?

D'après les données de la BDCOM sur les commerces, la moitié des locaux utilisés aujourd'hui par les *dark stores*, soit 30 lieux de vente, étaient autrefois des commerces ou des services commerciaux. On dénombre ainsi 11 supérettes ou supermarchés, 5 magasins de meubles, 2 magasins de mode, 3 restaurants... réinvestis progressivement par des *dark stores* ces derniers mois.

Une vingtaine de bureaux en boutique, c'est-à-dire d'anciens commerces transformés il y a plus de 10 ans en bureaux ont aussi été repris par les *dark stores* récemment. Enfin, une dizaine de *dark stores* occupent d'anciens locaux de commerces de gros (6), cabinet médical ou para médical en rez-de-chaussée (2) et parkings (3).

Des localisations en rez-de-chaussée qui génèrent des nuisances

Ces entreprises de la livraison ultra-rapide génèrent des externalités négatives qui ne doivent pas être minorées car elles ont un impact sur les espaces publics et privés. Le développement important et récent des *dark stores* fait émerger de nouvelles problématiques liées à la situation des livreurs et notamment leurs conditions de travail stressantes et parfois précaires.

Les habitants des quartiers dans lesquels s'implantent les *dark stores* se plaignent généralement de plusieurs types de nuisances, dont une, touche aux fortes amplitudes horaires de ces lieux de stockage qui génèrent des allers et venues incessants. Les horaires de la plupart des opérateurs de *dark stores* sont généralement compris entre 8h du matin et minuit mais ils peuvent aller jusqu'à 2h du matin le week-end. L'une d'entre elles, Zapp, propose même son service 7j/7, 24h/24, 365 jours/an.

D'autres nuisances soulevées par les riverains concernent l'occupation de l'espace public par les livreurs, les trottoirs

au pied des immeubles notamment, générant parfois des attroupements de vélos, scooters et autres moyens de locomotion pour livrer les paniers commandés. Ces regroupements engendrent également des nuisances sonores dues aux discussions entre les livreurs attendant les commandes effectuées par internet. La proposition de ces applications de livrer des produits frais depuis quelques mois seulement en plus des produits « secs » engendre un autre phénomène auquel elles n'étaient pas confrontées auparavant, celui de la préemption rapide des produits et la nécessité de les mettre à la poubelle ordinaire chaque soir, au contraire des supérettes, supermarchés et restaurateurs qui disposent de circuits dédiés pour les déchets. Cette mise à la benne journalière attire les populations les plus défavorisées qui viennent récupérer les produits encore consommables.

Une autre problématique, enfin, est celle des conditions de travail des livreurs qui sont soumis à un rythme stressant lié à la promesse des applications de livrer



Récupération de produits frais dans les poubelles d'un dark store par un sans-abri (15^e)

© Apur - Bruno Bouvier



Panneau installé par les riverains d'un dark store (16^e)

© Apur - Bruno Bouvier

dans des délais très courts. La nature de leurs contrats de travail pose souvent des questions. Certains opérateurs comme Gorillas, Flink, Cajoo, Getir, Dija ou Zapp ont fait le choix de salarier leurs livreurs tandis que d'autres

comme Yango Deli ou Kol font appel à des travailleurs indépendants dont les contrats sont souvent précaires avec toutes les contraintes que cela engendre pour eux. L'intérim est également utilisé par certains opérateurs.

Un choix de localisation lié à une forte densité de population

La crainte que fait peser l'arrivée massive des *dark stores* au rez-de-chaussée des immeubles parisiens est multiple. Elle concerne à la fois la concurrence qu'ils vont exercer sur les commerces environnants et notamment les alimentations générales de quartier, les supérettes, qui ont le même créneau de vente (produits frais et secs de grande consommation) ou encore les primeurs indépendants dont les ventes pourraient être affectées par cette concurrence mais aussi le trafic engendré par les livreurs qui partent des *dark stores* pour livrer les commandes passées sur les applications mobiles.

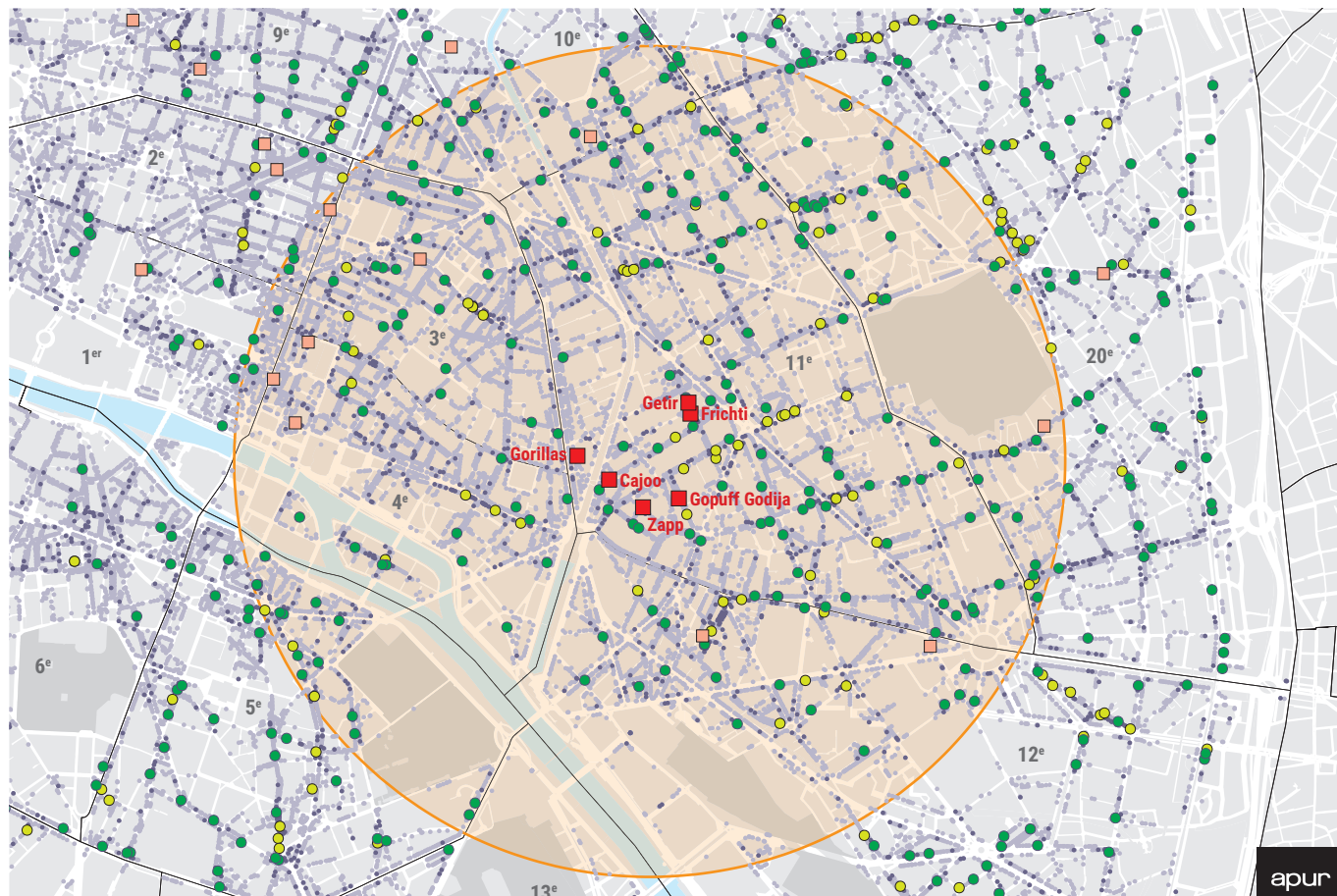
Pourtant, les quartiers où s'implantent les *dark stores* ne sont pas carencés en commerces alimentaires, que ce soit en petites alimentations générales, en primeurs ou autres types de commerces alimentaires. Les *dark stores* s'installent donc dans des secteurs denses en population mais pas nécessairement dans des quartiers moins bien achalandés en commerces alimentaires.

Afin de mieux comprendre l'impact de l'implantation des *dark stores*, deux exemples sont présentés, le premier dans le 11^e arrondissement, très dense en commerces et services commerciaux, le deuxième dans le 15^e arrondissement où la densité commerciale est un peu moins élevée.



Flotte de scooters électriques prêts à partir pour les livraisons depuis un *dark store*

COMMERCES IMPACTÉS PAR LA ZONE DE LIVRAISONS DES DARK STORES DU 11^e ARRONDISSEMENT



Une aire de livraison qui impacte les commerces alentours, un exemple dans le 11^e arrondissement

La carte ci-dessous montre l'aire de livraison de 6 *dark stores* différents du 11^e arrondissement, soit un rayon de 2 kilomètres autour de ces derniers, équivalent à un service de livraison en moins de 15 minutes.

Dans le cas présent, la zone d'influence des *dark stores*, représentés en rouge, totalise plus de 13300 commerces et services commerciaux (71 % des locaux). Parmi eux se trouvent 212 petites alimentations générales de quartier, qui servent le plus souvent de dépannage de dernière

minute mais aussi 137 supérettes et 64 marchands de fruits et légumes auprès desquels les habitants s'approvisionnent en denrées alimentaires. Les autres commerces alimentaires (spécialisés et généralistes) sont au nombre de 1119, soit 8,4 % du total des commerces et services commerciaux. En tout, plus de 1500 commerces alimentaires sont implantés dans l'aire de livraison de ces six *dark stores*.

On peut souligner la présence d'autres *dark stores* (carrés de couleur orangée) au sein même de l'aire d'influence mais également dans les arrondissements limitrophes du 11^e, ce qui amplifie la concurrence que doivent subir les commerces de la zone.

- *Dark store* du 11^e
- Autre *dark store*
- Alimentation générale
- Primeurs
- Autre commerce alimentaire
- Autre local commercial
- Zone de livraisons de 2 km

Sources : Apur, sites Internet - 2021

Autre exemple dans le 15^e arrondissement

L'aire de livraison des 4 *dark stores* observés dans le 15^e arrondissement est moins dense en commerces que celle du 11^e arrondissement mais concerne également un nombre important de commerces et services commerciaux.

Plus de 5800 commerces et services commerciaux sont compris dans l'aire de livraison des quatre *dark stores* situés au sud-ouest du 15^e arrondissement (76 % des locaux). On recense une petite centaine d'alimentations générales de quartier (92 établissements) représentées par les points verts foncés; certaines très proches des *dark stores* comme celles situées rue des Entrepreneurs ou avenue Félix Faure implantées à moins de 200

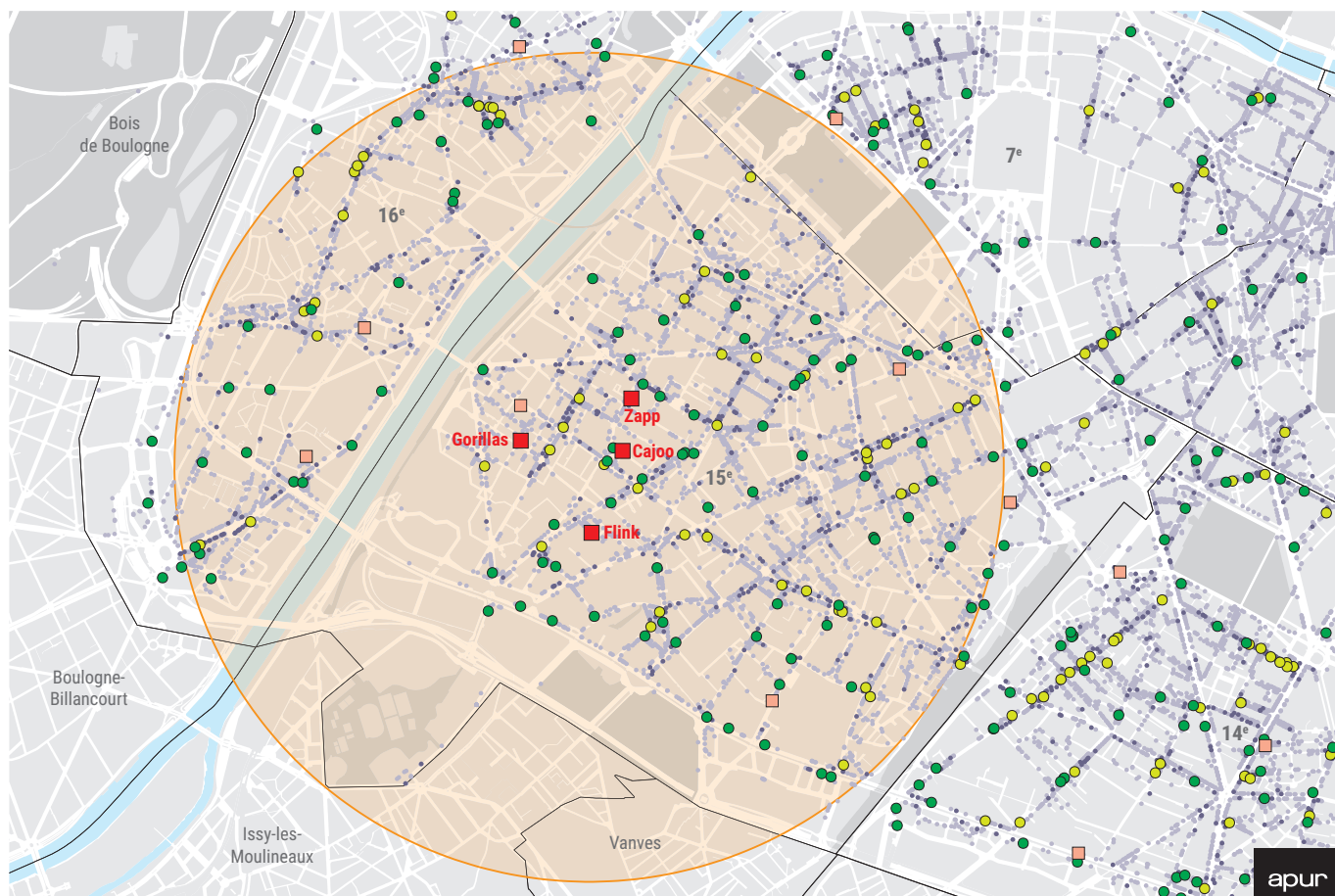
mètres parfois. Environ 80 supérettes de moins de 400 m² sont également concernées par la concurrence exercée par les *dark stores* de même qu'une cinquantaine de primeurs dont plusieurs localisés sur les rues Saint-Charles et de la Convention. Les autres commerces alimentaires (spécialisés et généralistes) sont au nombre de 600, soit 10,4 % du total des commerces et services commerciaux. En tout, plus de 820 commerces alimentaires sont implantés dans l'aire de livraison de ces quatre *dark stores*.

Comme dans l'exemple du 11^e arrondissement, d'autres *dark stores* sont également présents dans la zone de livraison délimitée aux abords des quatre étudiés, concurrençant le reste des autres commerces alimentaires.

- Dark store du 15^e
- Autre dark store
- Alimentation générale
- Primeurs
- Autre commerce alimentaire
- Autre local commercial
- Zone de livraisons de 2 km

Sources : Apur, sites Internet - 2021

COMMERCES IMPACTÉS PAR LA ZONE DE LIVRAISONS DES DARK STORES DU 15^e ARRONDISSEMENT



4.

Du point de vue réglementaire, quel statut juridique pour ces nouvelles activités ?

Le déploiement rapide et récent de ces différents types d'entreprises de livraison express à domicile pose la question de leur insertion dans la ville dense. C'est d'abord la concurrence qui s'exerce à l'égard du commerce traditionnel sur rue. C'est aussi les nuisances de bruit et de circulation dues aux allées et venues des livreurs. Ceux-ci peuvent nuire à la tranquillité des résidents des immeubles d'habitation où se situent en majorité les locaux de ces opérateurs de livraison. Selon le type de local et la manière dont l'activité y est exercée, les règles concernant l'implantation de ces nouveaux types de locaux peuvent varier.

En ce qui concerne les *drive piétons*, les *drive piétons* « accolés » à un commerce ne soulèvent pas de problèmes juridiques particuliers car il s'agit d'une ou plusieurs caisses ou comptoirs situés à l'intérieur d'une supérette ou d'un supermarché existant et dédiés au retrait des courses effectuées en ligne. Il s'agit donc clairement de commerces qui, en plus d'exercer la vente de façon traditionnelle, pratiquent le « click & collect » comme de plus en plus de magasins aujourd'hui.

En revanche, les *drive piétons* « solo » peuvent, dans de nombreux cas, être assimilés à des entrepôts et non à des commerces car leur surface est majoritairement dédiée à l'entreposage des marchandises commandées. La fonction commerciale d'accueil et de vente

au client, la plupart du temps matérialisée par un comptoir de retrait dans les *drive solo* est souvent d'une surface inférieure à la surface d'entreposage. Or le Plan Local d'Urbanisme (PLU) de Paris de 2006 prescrit que pour être rattachés à un commerce, les locaux d'entreposage ne doivent pas représenter plus de 1/3 de la surface de plancher totale du local en question. Dans le cas où cette surface serait supérieure, la destination du local serait alors considérée comme un entrepôt. Aujourd'hui force est de constater qu'une partie des *drive piétons* « solo » parisiens contrevient à ces dispositions du PLU.

La question se pose en particulier au moment de la transformation du local en question. En effet, l'article UG.2.2.2 du PLU dispose que « la fonction d'entrepôt n'est admise que sur des terrains ne comportant pas d'habitation... » « La transformation en entrepôt de locaux existants en rez-de-chaussée sur rue est interdite ». Or, la plupart des *drive piétons solo* se sont installés en rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation. Enfin, cette transformation est même strictement interdite dans les rues qui bénéficient de protections commerciales inscrites au PLU.

Les *dark kitchens* sont dans une configuration différente du fait de la fabrication sur place de plats cuisinés à emporter, ce qui correspond à une activité artisanale.

Il convient cependant que ces établissements remplissent un certain nombre de conditions pour être considérés comme tels. Tout d'abord faire partie des activités répertoriées dans la Nomenclature d'activités française du secteur des métiers de l'artisanat (NAFA), ce qui semble être le cas sous la rubrique 56 « fabrication artisanale à la vente de plats pour consommation immédiate ». Cette description pourrait les rapprocher des traiteurs. Autre condition, avoir moins de 10 personnes employées dans l'établissement. Ce critère conditionne notamment l'inscription au Répertoire des métiers de l'artisanat.

Par ailleurs, nombre de *dark stores* opacifient leur vitrine à l'exemple de la photo ci-après, ce qui contrevient à une autre règle du PLU (article UG 11.1.4) qui enjoint les commerçants ayant des vitrines à présenter des façades les plus ouvertes possible, en évitant en particulier les locaux aveugles. « *Les parties pleines doivent être les plus limitées possibles de façon à éviter l'affichage* ». Les *dark stores* constituant une nouveauté, ils ont pu pendant quelques mois profiter d'une incertitude concernant la qualification de leur activité et l'application des règles d'urbanisme.

La direction de l'Urbanisme de la Ville de Paris est de plus en plus sensible à l'installation des *dark stores* en rez-de-chaussée des rues parisiennes. Ces derniers mois, ceux-ci ont pu arguer que leur activité était commerciale au moment de leur déclaration de travaux, d'autres se sont transformés, de fait, sans réaliser de travaux nécessitant une autorisation ou sans solliciter d'autorisation d'urbanisme. Désormais les services qui instruisent les changements de destination indiquent qu'il est prévu que si une société dépose une demande de changement de destination, elle sera refusée si elle contrevient aux dispositions du PLU précitées. Si la société s'installe malgré le refus de changement de destination ou bien sans avoir sollicité d'autorisation, un procès-verbal pourra être dressé à son encontre au titre de la réglementation d'urbanisme pour le changement destination sans autorisation et non-conformité au PLU.

De la même manière, le recoupement des adresses des *drive piétons* « solo » et des *dark stores* avec les linéaires commerciaux qui bénéficient d'une protection au PLU parisien indique qu'une partie, plus ou moins importante d'entre eux, est installée sur ces voies protégées. Au total, 23 % des *dark stores* (14 sur 46) et 75 % des *drive piétons* solos (43 sur 57) sont localisés sur ces linéaires commerciaux protégés. Le tableau ci-contre le précise, par type de protections.

La moitié des locaux occupés par les *dark stores* étaient autrefois des commerces

Leur installation peut poser toutefois des questions de salubrité, de sécurité et d'hygiène car les *dark kitchens* s'installent parfois dans des locaux inadaptés à la restauration. Outre les contrôles sanitaires et d'hygiène, les établissements doivent prévoir obligatoirement des hottes et dispositifs de captation non inflammables (norme MO) ainsi que des conduits d'évacuation.

Quant aux *dark stores*, ceux-ci s'apparentent clairement à de l'entreposage car il n'y a pas de réception de clients dans l'établissement. Or cette fonction d'entreposage est interdite dans les immeubles d'habitation. Par ailleurs, plus de la moitié des *dark stores* étaient autrefois des commerces et un changement de destination est nécessaire si le local dans lequel s'installe le *dark store* était dédié à une autre activité : commerce, bureau, habitation...

Type de protection	Drive piéton solo	Dark store
Protection du commerce et de l'artisanat	33	9
Protection particulière de l'artisanat	5	0
Protection renforcée du commerce et de l'artisanat	5	5
Non situé sur un linéaire de protection	14	46
Total	57	60

CONCLUSION

La distribution alimentaire et de produits de grande consommation connaît une évolution rapide depuis quelques années avec l'apparition de nouveaux concepts comme les *drive piétons* qui ont pris exemple sur les *drive auto* plus anciens. Une accélération s'est récemment mise en place avec de nouvelles applications digitales facilitant et optimisant le plus possible les commandes, préparations et livraisons de denrées alimentaires.

Cette accélération a été renforcée par la crise sanitaire apparue au début de l'année 2020 pendant laquelle l'instauration de périodes de confinement de la population, la limitation des déplacements et la fermeture temporaire de nombreux commerces ont favorisé le recours à la livraison à domicile. Les opérateurs se sont ainsi fortement développés depuis moins de 2 ans et tentent de trouver leur clientèle et les zones de livraisons les plus rentables pour elles. Actuellement, une petite dizaine d'opérateurs de *dark stores* ont commencé à prendre position dans Paris et dans la métropole. Ces *dark stores* se sont installés en rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation, dans de pe-

tites surfaces sans caractéristiques particulières, dont les vitrines ont souvent été opacifiées, au cœur de quartiers denses concurrençant ainsi les commerces alimentaires situés autour. Les externalités négatives de ces *dark stores* tiennent également aux allers et venues bruyantes de livreurs, aux conditions de travail souvent précaires. Pendant quelques mois, les opérateurs de *dark stores* ont pu profiter d'un effet de nouveauté et d'un certain flou autour du statut juridique de leur activité, ce qui leur a permis de s'installer en rez-de-chaussée d'immeuble d'habitation en remplacement de commerces ou de bureaux, la plupart du temps sans solliciter les autorisations d'urbanisme nécessaires, contrevenant même parfois aux protections commerciales du PLU. Toutefois, ces points sont désormais précisés. Par ailleurs, il est fort probable que leur nombre se réduise, le marché n'étant sans doute pas assez important pour autant de candidats. Un premier opérateur, mis en redressement judiciaire au début du mois de décembre 2021, a d'ores et déjà arrêté définitivement son activité et d'autres sont en pourparlers en vue de collaborations et regroupement de leurs activités.

Drive piétons, dark kitchens, dark stores

LES NOUVELLES FORMES DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS

La crise sanitaire débutée en 2020 et ses confinements successifs ont accéléré l'évolution de nouvelles façons de consommer, notamment vers les produits alimentaires de première nécessité, avec le recours à la livraison à domicile (+ 45 % en 2020 en France).

Depuis début 2020, 57 *drive piétons* solos, plus de 30 *dark kitchens* et 60 *dark stores* se sont installés dans les rez-de-chaussée parisiens, transformant le paysage de certaines rues.

L'étude propose un panorama de ces nouvelles formes de distributions alimentaires. Pour cela, la base de données sur les commerces parisiens (BDCOM 2020) a été mobilisée afin de savoir quelles activités étaient précédemment installées dans les locaux aujourd'hui utilisés par ces nouveaux acteurs et signaler la concurrence que peut exercer le quick commerce sur le commerce alimentaire de proximité.

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association loi 1901 qui réunit autour de ses membres fondateurs, la Ville de Paris et l'État, les acteurs de la Métropole du Grand Paris. Ses partenaires sont :

