



# Trois tendances qui transforment le secteur de l'intralogistique



# Introduction

En 2020 et 2021, les habitudes de consommation dans le monde ont considérablement changé et le développement exponentiel de l'e-commerce a ouvert la voie à de nouvelles technologies, tout en améliorant l'expérience client.

Pour rester compétitif sur un secteur de l'intralogistique en pleine transformation, il est nécessaire d'être flexible, de savoir évoluer vite et de rester informé des dernières tendances du marché ; au risque sinon de se retrouver rapidement dépassé par les évolutions constantes et de perdre des clients au profit de concurrents.

Depuis 35 ans, nous optimisons les performances des entrepôts de stockage et nous avons ainsi été témoins de l'émergence de nouvelles idées et de nouvelles technologies qui ont totalement transformé le secteur de l'intralogistique. Partager cette expérience et nos observations sur les tendances du marché avec nos clients fait partie intégrante de notre mission.

Pour élargir notre point de vue sur le futur de l'intralogistique, nous collaborons également avec différentes universités. Étudiants et professeurs sont sources d'idées et d'inspirations sur la manière dont va se développer le marché dans les 10-20 ans à venir.

Toutes ces réflexions, couplées au développement continu de nos solutions d'automatisation d'entrepôt, nous permettent d'avoir un regard pointu sur ce que seront les tendances les plus importantes à venir et ainsi d'aider nos clients à s'y préparer.

Dans ce livre blanc, nous analysons trois des plus importantes tendances du marché de l'intralogistique qui transforment déjà le marché et qui joueront un rôle majeur dans l'évolution du secteur dans le futur.



**DES DISCUSSIONS INTÉRESSANTES :** un atelier avec des étudiants de l'Université de Sciences et de Technologies de Norvège durant lequel nous avons eu des discussions intéressantes sur le futur de la logistique dans les 20 prochaines années.



Tendance

# n°1 L'épicerie en ligne

**Les épiceries en ligne existent depuis plusieurs années mais c'est lors de la pandémie mondiale en 2020 et les confinements que le phénomène s'est vraiment accéléré. Aujourd'hui, les gérants d'épiceries en ligne font face à de nouveaux défis, comme la construction d'infrastructures durables en adéquation avec la demande client.**

*« Nous entrons dans une période cruciale pour l'épicerie en ligne. De nouveaux acteurs et de nouvelles idées émergent tous les jours pour transformer le parcours client. C'est maintenant que se joue le passage de magasins d'alimentation physiques, à épiceries en ligne »* explique Thomas Karlsson, Directeur Général d'Element Logic Suède.

À mesure que l'épicerie en ligne gagne en popularité auprès des consommateurs, la nécessité de traiter rapidement et efficacement les commandes augmente également.

En d'autres termes, le secteur exige aujourd'hui une plateforme en ligne intuitive de très bonne qualité, des prix compétitifs et surtout, des livraisons rapides et fiables.

Les solutions d'automatisation intralogistiques permettant de développer les épiceries en ligne sont déjà sur le marché. Elles apportent la vitesse et le contrôle des stocks nécessaires pour séduire et gagner les clients.

## **L'automatisation d'entrepôt : la nouvelle étape pour l'épicerie en ligne**

Il y a quelques années, il était encore difficile d'imaginer que nous pourrions faire nos courses alimentaires grâce à une app mobile et se les faire livrer à domicile le même jour.

Le premier indicateur de la révolution des épiceries en ligne est apparu avec l'émergence des solutions de préparation de commandes en magasin, où les employés préparent les commandes en même temps que les clients font leurs courses. Pour beaucoup, l'étape suivante fut l'arrivée des « dark stores », des magasins fermés au public qui servent uniquement à la préparation de commandes passées en ligne. Quant au défi du dernier kilomètre, il peut être résolu soit grâce au click and collect, soit grâce aux livraisons à domicile.

Aujourd'hui, il n'est pas rare de voir des business model hybrides intégrant le click and collect et le retrait en magasin en plus de l'utilisation d'espace de ►

# Tendance

## n°1 L'épicerie en ligne

stockage en tant que « dark store ». D'autres utilisent uniquement les « dark stores » avec des entrepôts centralisés et/ou régionaux et sont 100 % en ligne.

Lorsque que les magasins commencent à transporter des produits alimentaires directement aux consommateurs, de nouveaux besoins en infrastructures durables émergent. Ces infrastructures doivent être rapides et fiables, ce qui peut coûter très cher, si la solution n'est pas pensée intelligemment. Une étude du cabinet de consulting Bain & Company a ainsi découvert que les commandes préparées manuellement depuis un magasin physique, puis livrées et facturées en tant que telles aux clients ont une marge d'exploitation négative de - 15 %.

**« Les entreprises peuvent avoir une infrastructure durable et rentable grâce à l'automatisation d'entrepôt »**

Thomas Karlsson, Directeur Général d'Element Logic Suède



*« Les entreprises peuvent avoir une infrastructure durable et rentable grâce à l'automatisation d'entrepôt. En ne se basant que sur la préparation de commandes manuelle, on retire l'erreur humaine tout en accélérant grandement le procédé »* explique Thomas Karlsson.

### **Innovation et contrôle de la température**

*« Chez Element Logic, nous proposons des systèmes AutoStore qui peuvent collecter des pièces dans des espaces de stockage à température ambiante ou réfrigérés. Nous sommes en recherche permanente de nouveaux process pour améliorer nos produits et offrir à nos clients des solutions de préparation de commandes et de convoyage automatisées efficaces dans tout type d'environnement »* indique Thomas Karlsson.

Nous testons actuellement de nouveaux usages du système AutoStore pour les épicerie en ligne. Un de nos entrepôts tests peut continuer à fonctionner avec une température allant de + 60°C à - 40°C. Le contrôle

de la température est un élément crucial dans le stockage de produits alimentaires.

### **Une épicerie en ligne suédoise investit dans un système AutoStore**

Il existe de nombreux exemples d'épicerie en ligne ayant connu un développement exponentiel ces derniers mois. Par exemple, l'entreprise suédoise Matsmart qui vend la nourriture destinée à être jetée car produite en trop grande quantité, ayant un emballage défectueux ou une date d'expiration très courte. Ces produits sont vendus moins cher en ligne.

Le business model de l'entreprise est un succès et en 2021, Matsmart a atteint sa limite en termes de travail manuel et d'espace de stockage. Il était temps de passer au niveau supérieur. La nouvelle solution d'automatisation implémentée par Element Logic multiplie par trois la capacité de stockage de Matsmart, permettant à l'entreprise de continuer de se développer. En moyenne, les 149 robots du système prélèvent 6 000 produits par heure parmi les 88 000 bacs de stockage de l'entrepôt.

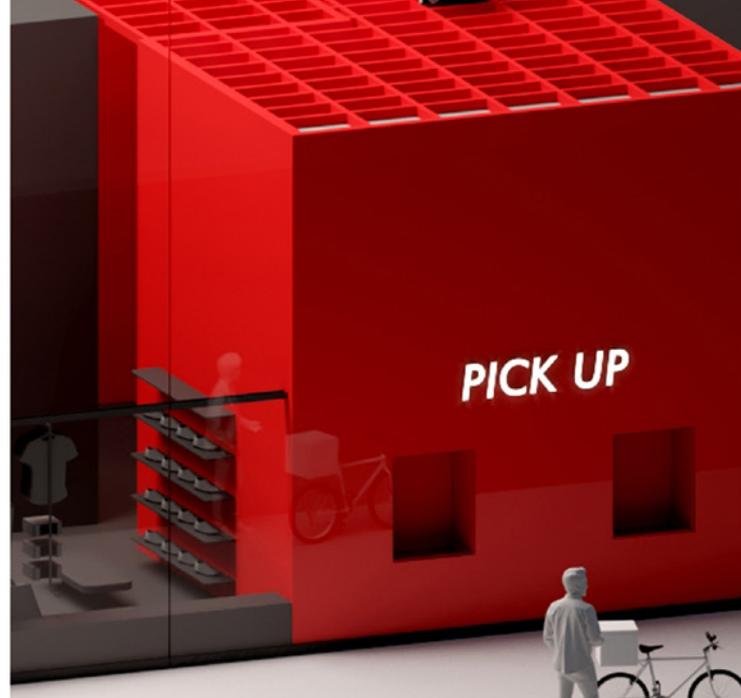
*« Créer des solutions logistiques durables et rentables est un facteur primordial pour être compétitif et gagner des clients sur le long terme »* indique Thomas Karlsson, Directeur Général d'Element Logic Suède.

De nombreuses entreprises essayent de trouver des solutions pour distribuer leurs produits dans des petites villes et à la campagne, tout en étant rentables. Aujourd'hui, beaucoup d'épicerie en ligne offrent déjà la livraison à domicile à leurs clients habitant dans des grandes villes. Pour répondre à cette problématique, il faut sans doute combiner centres de micro-fulfillment et entrepôts de stockage régionaux.



### **DES INVESTISSEMENTS JUDICIEUX :**

l'entreprise suédoise Matsmart a triplé sa capacité de stockage grâce à l'automatisation



## Tendance n°2 Les centres de micro-fulfillment

**Les consommateurs attendent des livraisons le jour même, ou le jour suivant leur commande, en plus des options de click and collect. Pour diminuer le temps de livraison, les entreprises ouvrent des entrepôts plus petits et plus proches de leurs clients.**

**« Avoir un suivi de commande fiable est de plus en plus important pour le client. »**

Joachim Kieninger, Directeur du Développement Commercial d'Element Logic Allemagne



*locales plus rapides il y a quelques années. À présent, le marché américain fait pression sur marché européen »,* explique Joachim Kieninger, Directeur du Développement Commercial d'Element Logic Allemagne.

### **Qu'est-ce qu'un centre de micro-fulfillment ?**

En théorie, un centre de micro-fulfillment peut se trouver n'importe où. En plus d'un temps de livraison réduit et plus local, le micro-fulfillment permet de mieux contrôler son inventaire, de gérer ses retours plus facilement et plus vite, et de réduire les coûts de transport.

*« Le temps de livraison est lié à la distance. En étant plus proche du consommateur, vous pouvez lui donner une date de livraison plus précise. Avoir un suivi de commande fiable est de plus en plus important pour le client »* complète Joachim Kieninger.

Selon nous, certains types de centres de micro-fulfillment vont transformer le futur de la logistique, ►

Utiliser un entrepôt plus petit pour de la préparation de commande locale est appelé micro-fulfillment. Les centres de micro-fulfillment sont apparus aux États-Unis il y a quelques années. En 2020, nous avons vu cette tendance émerger sur le marché européen.

*« Une tendance logistique de cette envergure apparaît généralement sous la pression du consommateur final. Aux États-Unis, Amazon a fait pression sur le marché pour instaurer des livraisons*

# Tendance

## n°2 Les centres de micro-fulfillment

avec en premier le « dark store » auquel seuls les employés du magasin ont accès, puis le magasin physique classique où un espace de stockage spécifique est utilisé comme centre de micro-fulfillment. Comme ce dernier est plus proche du consommateur, les clients peuvent choisir de récupérer leurs courses en magasin ou de se les faire livrer.

« S'il y a bien un secteur qui a complètement intégré le micro-fulfillment, c'est l'épicerie en ligne puisque le client ne peut pas avoir des délais de livraison trop longs puisqu'il achète des produits périssables. Avec le temps, je pense que d'autres secteurs suivront cette tendance » complète Gavin Harrison, Directeur des Ventes chez Element Logic Royaume-Uni.

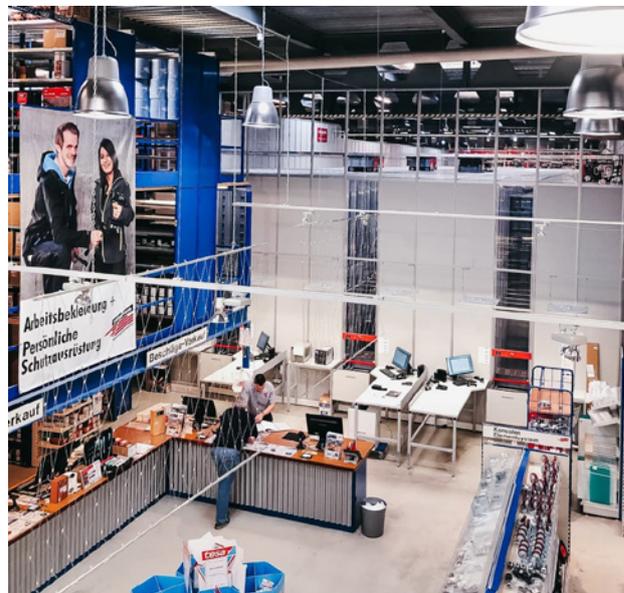
### Centres de micro-fulfillment automatisés ou manuels

« Je pense que les centres de micro-fulfillment manuels seront bientôt remplacés par des centres automatisés » prédit Joachim Kieninger.

Même si le recours à des centres de micro-fulfillment est une façon très avant-gardiste de faire de la logistique, beaucoup d'entreprises utilisant cette solution n'ont pour autant pas recours à l'automatisation. Pourtant, le travail manuel limite le nombre de produits traités et les entrepôts classiques ont un espace de stockage restreint. C'est d'autant plus vrai dans un centre de micro-fulfillment où l'espace est encore plus réduit.

« Prenons, l'exemple d'un centre de micro-fulfillment avec douze employés ou plus. Avec l'automatisation, il est possible d'augmenter de manière significative la productivité de cet entrepôt, tout en réduisant les coûts » indique Gavin Harrison.

La société de mode suisse Peterhans est un exemple d'entreprise ayant investi dans l'automatisation pour son entrepôt local. Ils ont fait le choix d'implanter leur entrepôt automatisé au cœur de leur magasin, dans le même bâtiment. Grâce à l'automatisation, Peterhans a amélioré sa capacité de stockage et la productivité de son



**DES LIVRAISONS PLUS RAPIDES :** Avec un système AutoStore intégré par Element Logic au cœur du magasin, les clients reçoivent leurs commandes encore plus rapidement.

entrepôt, tout en proposant une expérience client unique, rapide et fiable. En plus de la préparation des commandes en ligne, les robots collectent les produits pour les clients du magasin.

La densité de stockage varie selon que le centre de micro-fulfillment est opéré manuellement ou automatiquement. Cela peut être très compliqué de gérer des centaines de références produits dans un espace restreint. En revanche, en investissant dans une solution de stockage automatique, comme le système AutoStore implémenté par Element Logic, on augmente significativement la capacité de stockage.

« Stocker intelligemment les produits est un des points forts du système AutoStore. Nous pouvons intégrer des solutions modulaires dans un espace de stockage existant et ainsi permettre d'agrandir le stock pour être plus productif. C'est ce qui nous différencie des solutions de types navettes et AMR ►

# Tendance

## n°2 Les centres de micro-fulfillment

(Autonomous Mobile Robots) » explique Gavin Harrison.

### Est-ce que cette tendance du micro-fulfillment va durer ?

L'essor du e-commerce a diminué la fidélité des clients envers les marques puisqu'il est aujourd'hui beaucoup plus simple de comparer les prix des produits. Un sondage réalisé par McKinsey montre que les trois quarts des Américains ont changé leurs habitudes de consommation après le début de la pandémie. 40 % d'entre eux ont également changé de marques. Résultat : les consommateurs ont changé deux fois plus de marques en 2020 comparé à 2019. C'est pourquoi nous pensons que la qualité de l'expérience client va devenir un avantage compétitif majeur dans les années à venir.

Le concept des centres de micro-fulfillment est une tendance qui apporte de la valeur au consommateur et qui est déjà en train de transformer le secteur de

la logistique. Seul le temps nous dira si ce concept deviendra un standard dans d'autres secteurs.

« C'est un service additionnel que les entreprises peuvent offrir pour augmenter la satisfaction client. Néanmoins, la demande augmente et les consommateurs commencent à s'habituer au confort des livraisons rapides. Je pense vraiment que les centres de micro-fulfillment vont devenir un standard. Et je parie que ce changement s'opérera dans les prochains 5 à 10 ans » prédit Joachim Kieninger.

Gavin Harrison est en phase avec cette prédiction :

« Le consommateur choisit souvent un magasin en fonction de ses services de proximité. En facilitant les livraisons le jour même, les entreprises ont un avantage compétitif majeur. La pandémie du COVID n'a fait qu'accélérer cette tendance » explique-t-il.



**UNE PLUS GRANDE CAPACITÉ DE STOCKAGE :** La densité de stockage est la principale différence entre un centre de micro fulfillment opéré manuellement ou automatiquement.



Tendance

## n°3 L'Automatisation as a Service

**Investir dans un entrepôt automatisé est un investissement rentable pour la plupart des entreprises. En revanche, tout le monde n'a pas les moyens d'investir, ou ne souhaite pas investir, dans une telle solution sans être sûr de sa rentabilité. Un positionnement qui se traduit par une nouvelle tendance du marché : l'AaaS, l'Automatisation as a Service.**

« Il y a plusieurs manières d'analyser un business model basé sur l'automatisation d'entrepôt comme un service ou comme un produit. Actuellement, nous explorons différentes options et nous étudions les besoins du marché » explique Håvard Hallås, Directeur Commercial chez Element Logic Norvège.

Louer un entrepôt automatisé est moins intéressant financièrement que d'acheter sa propre solution. Malgré cela, toutes les entreprises n'ont pas les finances nécessaires pour investir dans l'automatisation, même si l'augmentation de leur clientèle les force à trouver de nouvelles manières de gérer leur chaîne logistique. En souscrivant à un abonnement pour une solution d'automatisation, ces entreprises peuvent libérer des fonds pour innover dans d'autres domaines.

L'Automation as a Service permet aussi aux jeunes entreprises d'avoir accès à l'automatisation très tôt pour faciliter leur développement.

« Nous nous assurons que la capacité de stockage n'est ni trop basse, ni trop élevée, et que nos services de maintenance soient toujours disponibles en cas de besoin »

Håvard Hallås, Directeur Commercial chez Element Logic Norvège



« C'est une tendance générale, pas seulement dans notre secteur, de préférer un système d'abonnement où les coûts sont répartis tout au long de l'année, plutôt qu'un investissement de base très élevé. Cela élimine aussi les risques liés à la propriété de la solution pour le client » précise Håvard Hallås.

**Une solution d'automatisation d'entrepôt complète**

« Nous automatiserons probablement dans 5 ans, quand nous nous serons plus développés et que nous aurons plus d'argent. » ►

# Tendance

## n°3 Automation as a Service

Nous entendons régulièrement cette phrase et c'est une des raisons pour laquelle nous cherchons à développer des offres d'Automatisation as a Service. Si cette tendance se maintient, l'intégrateur système sera propriétaire de la solution et de l'équipement, pas le client. En dehors de l'investissement de départ et de la propriété, l'expérience client est très similaire : la solution sera conçue en fonction des besoins du client, avec une approche plus flexible de l'automatisation et avec moins d'investissement.

« Si nous nous lançons dans l'Automatisation as a Service, nous traiterons ces clients de la même manière que nous traitons ceux qui achètent la solution. Nous nous assurerons que la capacité de stockage n'est ni trop basse, ni trop élevée, et que nos services de maintenance soient toujours disponibles en cas de besoin » complète Håvard Hallås.

Un business model basé sur l'AaaS est constitué d'un service d'abonnement classique avec un prix fixe mensuel. Une autre option est de facturer des petits montants à chaque transaction ou de faire un modèle hybride avec ces deux options.

### **AutoStore, un système parfait pour l'AaaS**

Peu importe le business model utilisé pour l'AaaS, nous pensons qu'AutoStore est le système le plus adapté à cette nouvelle façon de penser l'automatisation d'entrepôt.

Les solutions AutoStore implémentées par Element Logic sont modulaires et flexibles. Elles s'adaptent à tous les espaces de stockage et sont facilement évolutives si nécessaire. En proposant l'Automatisation as a Service, nous pourrions offrir un véritable avantage à nos clients en leur permettant de démonter et remonter la grille AutoStore dans un autre entrepôt s'ils décident d'arrêter leur abonnement.

« La modularité du système AutoStore en fait une solution parfaitement adaptée à un business model où le client s'abonne à un service pour un temps limité » explique Håvard Hallås.

Les autres solutions sur le marché sont souvent conçues de manière très fixe et donc peu adaptées pour un modèle AaaS.

### **Louer des robots pendant les pics d'activité**

Autre concept similaire à l'AaaS, la location de robots supplémentaires durant les pics d'activité.

Louer des robots fait sens quand la fluctuation entre la haute saison et la basse saison est telle que la capacité de stockage de l'entrepôt n'est pas à son maximum toute l'année. Par exemple, pour des entreprises spécialisées dans les décorations de Noël ou dans les maillots de bain. ►



**UN ACCÈS À L'AUTOMATISATION :** L'Automation as a Service va permettre aux jeunes entreprises d'avoir accès à l'automatisation très tôt pour leur assurer un développement rapide et durable, sans contrainte opérationnelle.

# Tendance

## n°3 Automation as a Service

« Louer des robots permet d'augmenter les performances en matière de préparation de commandes pendant les pics de saisonnalité, ce qui améliore la satisfaction client » indique Håvard Hallås.

Même si chaque secteur a des pics d'activité différents, il existe des temps forts communs où toutes les industries sont concernées, comme les vacances et notamment le Black Friday.

« Novembre, décembre et janvier sont les mois durant lesquels la plupart de nos clients ont besoin de robots supplémentaires pour gérer leurs commandes. Les clients qui louent des robots pendant les pics d'activité finissent généralement par les acheter car ils se rendent compte que cette productivité supplémentaire est un gain précieux » complète Håvard Hallås.

### L'Automatisation as a Service deviendra-t-elle réalité ?

Le secteur de la logistique se porte bien depuis quelques années et les ventes en ligne atteignent de nouveaux sommets presque tous les jours.

« Le marché connaît une croissance exponentielle, il serait donc facile de se reposer sur ses lauriers et de ne plus innover. Nous pensons vraiment qu'il y a un marché pour l'Automatisation as a Service et nous avons hâte d'explorer encore plus cette nouvelle tendance. Nous espérons qu'elle verra le jour bientôt » conclut Håvard Hallås.



# Conclusion

Vous venez de découvrir trois tendances qui transforment actuellement le secteur de la logistique.

Les épiceries en ligne sont en train de radicalement changer la façon dont nous vivons et dont nous faisons nos courses. En ce moment-même, des dizaines d'entreprises et de start-ups se battent pour nos commandes en ligne. Les gagnants seront ceux qui pourront offrir un système de livraison fiable et rapide tout en pratiquant des prix compétitifs.

Un centre de micro-fulfillment est un outil logistique permettant d'être plus proche des consommateurs. Les entreprises qui créent leurs propres mini-entrepôts pour de la préparation de commande locale ont une longueur d'avance sur leurs concurrents : livraison accélérée, retours rapides et un meilleur contrôle des stocks. Voilà pourquoi nous pensons que cette tendance est partie pour durer.

Pour permettre à plus d'entreprises de pouvoir automatiser leur entrepôt sans investissements significatifs, nous pensons que l'Automatisation as a Service va devenir une tendance forte du marché. L'AaaS réduit les risques, tout rendant l'automatisation plus accessible. Nous sommes actuellement en train d'explorer cette voie, pour proposer cette offre à nos clients à l'avenir.

Nos clients ont vu leurs carnets de commandes exploser ces dernières années. Particulièrement durant les pics de saisonnalité. Nos solutions restent flexibles pour s'adapter aux pics d'activité mais de nouvelles idées sont nécessaires pour gérer l'explosion des ventes en ligne.

Il est aujourd'hui essentiel d'avoir une infrastructure productive et durable pour gérer les demandes des consommateurs. Qu'il s'agisse de centre de micro-fulfillment, de pics de saisonnalité, d'augmenter la capacité de stockage de votre entrepôt ou d'implémenter une nouvelle technologie, vous pouvez compter sur Element Logic pour développer votre niveau d'automatisation et ainsi, rester compétitif.

Nos experts continueront d'innover et de concevoir de nouvelles solutions pour vous préparer au futur de la logistique et aux tendances de l'automatisation.

Vous voulez en savoir plus sur l'optimisation d'entrepôt ? Contactez-nous !



**Vous voulez en savoir plus sur  
l'optimisation d'entrepôt ?  
Contactez-nous !**

**Isabelle Dubois**

Directrice Générale Element Logic France

Email : [isabelle.bion@elementlogic.fr](mailto:isabelle.bion@elementlogic.fr)

Téléphone : +33 (0)7 67 93 17 79

[www.elementlogic.fr](http://www.elementlogic.fr)