

# L'émergence des drives en France et l'impact de la loi ALUR de 2014 sur leur développement

Claire Chambolle

INRAE - ALISS

Entretiens de l'Observatoire  
23 Juin, 2021

- Développement des nouvelles technologies a profondément changé les modes de consommation des ménages.
- Internet est devenu une plateforme d'achat à part entière: Amazon, PriceMinister, ou LeBoncoin en France etc...
- Dans le secteur alimentaire, paradoxalement le e-commerce aussi s'est développé 6.6% du total des ventes en France et 6.3% en grande Bretagne (Nielsen, 2018).
- Mais, le format qui a connu un réel succès en France: le "drive"

## Le Drive

Service de commande en ligne, de préparation et de mise à disposition des commandes dans un point de retrait dédié (magasin, entrepôt) à une date et horaire donné.

⇒ En 2018, le Drive représentait 81% des ventes de produits alimentaire en ligne contre 19% pour les commandes avec livraison.

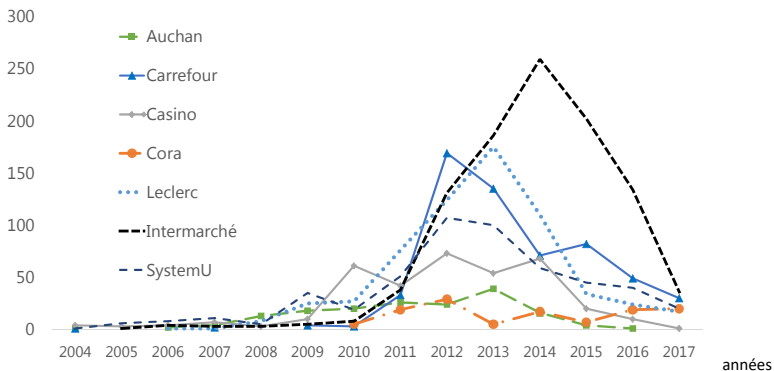
# Nielsen TradeDimension

- Fichier répertoriant l'ensemble des points de vente physique et drives existants en 2017.
- Pour chaque magasin: date de création, enseigne, surface, adresse, historique (changements d'enseigne, extensions de surfaces),...
- Equipe de chercheurs (INRAE & CREST) : Céline Bonnet (INRAE), Zohra Bouamra-Mechemache (INRAE), Roxana Fernandez (CREST).
- Utilisation des données Kantar pour les revenus des drives....

# Un développement hétérogène

- Le premier Drive est ouvert par le groupe Auchan en 2000.
- Peu à peu toutes les enseignes se sont lancées.

Créations drives



# Un développement hétérogène

- Il existe cinq types de drives
  - Le **drive déporté** ou indépendant: entrepôt dédié au drive.
  - Le **drive accolé** ou accolé parking: entrepôt (+parking éventuel) dédié accolé à un magasin existant.
  - Le **drive intégré** au magasin: les commandes sont préparées directement en magasin et un espace parking est dédié à l'activité drive.
  - Le **service drive** : commandes préparés en magasins et récupérées à l'intérieur du magasin.
  - Le **drive piéton**: développé plus récemment en ville.



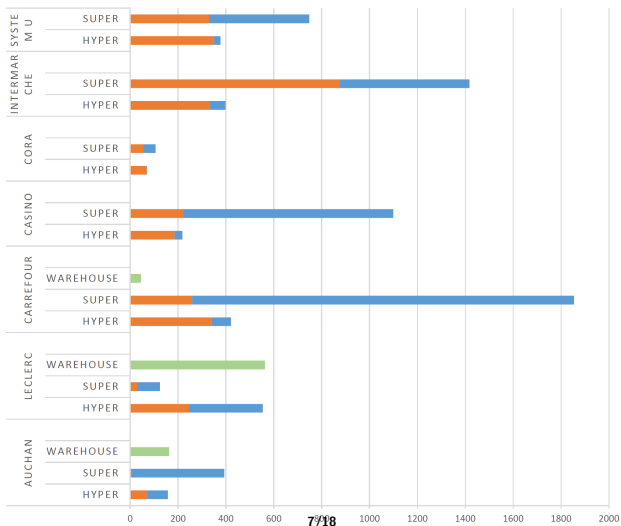
# Un développement hétérogène

Groupe	Service Drive		Drives intégrés		Drives accolés		Drives indépendants		Total Drive	
	Freq.	Percent	Freq.	Percent	Freq.	Percent	Freq.	Percent	Freq.	Percent
AUCHAN	1	0,1	7	0,3	69	21,6	93	19,7	170	4,2
CARREFOUR	42	4,8	530	21,9	28	8,8	16	3,4	616	15,0
CASINO	257	29,3	305	12,6	0	0,0	7	1,5	569	13,9
CORA	6	0,7	119	4,9	0	0,0	1	0,2	126	3,1
LECLERC	0	0,0	65	2,7	210	65,6	352	74,4	627	15,3
SOCIETE LES MOUSQUETAIRES	244	27,8	963	39,7	7	2,2	1	0,2	1215	29,7
SYSTEME U	242	27,6	435	17,9	6	1,9	3	0,6	686	16,8
Autres	85	9,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	85	2,1
Total	877		2424		320		473		4094	



# Un développement hétérogène

Figure: Nb. de magasins avec et sans drives en 2017 par enseigne et format



# Un développement hétérogène

- 68% des revenus du drive sont générés par deux enseignes Leclerc et Auchan (Source: Kantar, 2017)
- Ce sont les enseignes qui se sont développés avec des entrepôts (accolés ou indépendants).

CA in million (eur)	Magasin		Drive	
Aldi	2070,0	2%		
Lidl	5790,0	6%		
<b>Auchan</b>	<b>9323,0</b>	<b>10%</b>	<b>1028,2</b>	<b>24%</b>
<b>Leclerc</b>	<b>17564,0</b>	<b>19%</b>	<b>1885,6</b>	<b>44%</b>
Carrefour	19970,0	21%	342,0	8%
Casino	10680,0	11%	151,2	4%
Cora	2875,0	3%	111,2	3%
Intermarche	14603,0	16%	360,0	8%
SystemU	10270,0	11%	382,0	9%
<b>Total</b>	<b>93145,0</b>	<b>100%</b>	<b>4260,2</b>	<b>100%</b>



# Quelques éléments sur les coûts

- Drive intégrés:
  - Investissement initial faible: 20 à 200 k€ selon la taille des magasins.
  - Coût de personnel en préparation commande élevé: 12,5% du montant de la commande.
- Entrepôts Drive:
  - Investissement initial de 2 à 5 millions d'euros pour ouvrir un entrepôt (5 millions pour une surface totale de 4500 m<sup>2</sup>).
  - Coût de personnel en préparation commande de 4 à 5% du montant de la commande.

# Loi ALUR

- La régulation sur la création de nouveau point de vente ou leur extension a débuté avec la loi Royer en 1963.
  - Toute surface de vente de plus de 1000  $m^2$  est soumise à autorisation d'un commission départementale.
  - La loi Raffarin rend cette régulation plus stricte en abaissant le seuil à 300  $m^2$  et la loi LME en 2009 remonte le seuil à 1000  $m^2$ .

Jusqu'en 2014, la création d'entrepôt dédié au drive n'est soumise à aucune régulation.

- En 2014 la loi ALUR soumet toute création ou extension de service drive entraînant la mise à disposition d'un espace d'au moins 20  $m^2$  à autorisation d'exploitation commerciale.



# Loi ALUR

## Localisation, type de magasins, cas particuliers, etc. : de multiples critères à prendre en compte

Nature du projet	Territoire du projet	Type de surface commerciale	Seuil de déclenchement de l'AEC*	Commentaires	
Création ou extension de surface	Tous les territoires en France, sauf cas particuliers ci-dessous	Tous les projets		1 000 m <sup>2</sup>	Loi générale LME
		Drives	Surface plancher inférieure à 20 m <sup>2</sup> ET drive intégré à un magasin déjà ouvert**	Pas d'AEC	Article de la loi Alur du 26 mars 2014 intégré au Code de commerce (article L752-17*)
			Tous les autres cas (création pure et drives non intégrés) à partir du premier m <sup>2</sup>	AEC	
		Projet supérieur à 20000 m <sup>2</sup>		20 000 m <sup>2</sup>	Possibilité d'autosaisine de la CNAC même en cas d'avis favorable de la CDAC
	Communes de moins de 20000 habitants		300 à 1 000 m <sup>2</sup>	Le conseil municipal peut saisir la CDAC, dont l'avis devra être suivi	
	Paris intra-muros		400 m <sup>2</sup>	Loi du 28 février 2017 sur le statut de Paris et l'aménagement métropolitain	
	Périmètre d'ORT (opération de revitalisation de territoire) en centres-villes	Si la convention ne fixe aucun seuil :		Pas d'AEC	Exception introduite par la Loi Elan du 24 novembre 2018
		Si la convention veut fixer un seuil :	Surface de type alimentaire	2 500 m <sup>2</sup>	
		Surface de type non alimentaire	5 000 m <sup>2</sup>		
<b>Nature du projet</b>					
Changements pour des magasins déjà ouverts (partout en France)	Cas de changement de secteur d'activité	Du non-alimentaire vers l'alimentaire		1 000 m <sup>2</sup>	Ces seuils sont en vigueur depuis la loi Raffarin de 1996
		De l'alimentaire vers le non-alimentaire		2 000 m <sup>2</sup>	
	Cas de regroupement de surfaces de vente en une seule	La surface finale est alimentaire		1 000 m <sup>2</sup>	
		La surface finale est non alimentaire		2 500 m <sup>2</sup>	
	Cas où un magasin a fermé depuis plus de trois ans	Il doit être à nouveau soumis à autorisation d'exploitation commerciale à partir de :		2 500 m <sup>2</sup>	Ce seuil auparavant de 1 000 m <sup>2</sup> a été élevé par la loi Elan

\*AEC: autorisation d'exploitation commerciale, \*\* au 26 mars 2014, date de publication de la loi Alur



OBJECTIF: évaluer l'impact causal de la loi ALUR sur l'ouverture des drives. On mène une analyse de différence en différences.

- Groupe de traitement: Les drives avec entrepôt qui sont affectés par la loi ALUR.
- Groupe de contrôle: ensemble de magasins non affectés par la loi ALUR (hypermarchés, supermarchés, hard-discounters, supérettes, drives sans entrepôt,...)
  - On sélectionne un groupe de contrôle dont l'évolution **est parallèle** à celle du groupe de traitement avant la loi ALUR.
  - Hypermarchés+supermarchés+drives sans entrepôt.

# Effet de la loi ALUR sur les drives

- **Hypothèse de travail:** en l'absence de la loi, le nombre de créations de magasin dans le groupe de traitement aurait continué d'évoluer parallèlement au nombre de créations de magasins du groupe de contrôle.

- [Nb magasins créés (T)-Nb magasins créés (C)] (Post ALUR)

—

[Nb magasins créés (T)-Nb magasins créés (C)] (Pre ALUR)

=

Effet causal de la loi ALUR sur l'entrée des drives avec entrepôt.

# Analyse Before and After

Table: Before and after autour de la loi ALUR

Variable: (log) $n_{irt}$		
Variable	(1)	(2)
PostALUR	-0.007 (0.0019)	
PostALUR × Drives Warehouses		-0.050*** (0.01)
PostALUR × Control		-0.0007 (0.0020)
Department FE	X	X
Chain FE	X	X
$R^2$	0.989	0.989
Observations	2915	2915



# Effet de la loi ALUR sur les drives avec entrepôt

Variable: (log) nb de magasins créés ( $n_{irt}$ )		
Variable	(1)	(2)
PostALUR × Drives avec entrepôt	-0.061*** (0.018)	
PostALUR × Adj. entrepôt		-0.056** (0.022)
PostALUR × Ind. entrepôt		-0.062*** (0.022)
Département FE	X	X
Enseigne FE	X	X
Observations	2916	2916

# Effet différenciés-Enseignes

On différencie l'impact de la loi en séparant les groupes ayant majoritairement développés des drives avec entrepôt des autres.

Variable: (log) nb de magasins créés ( $n_{irt}$ )	
PostALUR × Auchan-Leclerc	-0.056*** (0.019)
PostALUR × Autres groupes	-0.008 (0.032)
Dept FE	X
Enseigne FE	X
Observations	2915



## Effets différenciés- Hyper et supers

On différencie l'impact de la loi en séparant les drives accolés à des hypermarchés et des supermarchés. 88% de nos observations sont des drives accolés aux hypermarchés.

Variable: (log) nb de magasins créés ( $n_{irt}$ )	
PostALUR × adj.warehouse-Hyper	-0.052** (0.023)
PostALUR × adj.warehouse-Super	-0.009 (0.042)
PostALUR × ind.warehouse	-0.067*** (0.023)
Dept FE	X
Chain FE	X
Observations	2921

# Conclusions

- La loi ALUR a porté un coup de frein d'environ 5% à la création des drives avec entrepôts.
  - Cet impact est plus fort sur les drives indépendants que sur les drives accolés.
  - La loi touche principalement les enseignes Leclerc et Auchan.
  - L'effet sur les drives accolés concerne les entrepôt accolés aux hypermarchés.
- Mesurer l'impact de la loi sur le chiffre d'affaires drive des groupes Auchan et Leclerc.
- Comprendre quels sont les consommateurs impactés: (revenue moyen, composition du ménage, type de commune,...)