

Collaborations & Réseaux

Approches transversales en Management

sous la direction

de Laurent Bironneau et Jean-Laurent Viviani



«À emporter s'il vous plaît... Le drive : un nouvel outil pour partir à la conquête de l'espace»

Auteur : Dany Vyt

Avec plus de 3000 drives alimentaires, le drive s'impose comme une suite naturelle de l'évolution des formats de vente : il répond aux impératifs sociétaux du consommateur pressé et s'inscrit dans la logique de développement multicanal des réseaux de distribution. Les distributeurs se questionnent sur l'implantation de leurs drives et la cohérence de leur réseau, multicanal, dans son ensemble. Nous analysons plus particulièrement le cas des drives alimentaires et nous demanderons si ces derniers sont des outils efficaces pour permettre aux réseaux d'optimiser leur maillage territorial. L'implantation des drives permet-elle d'augmenter la couverture territoriale des réseaux ? Les drives peuvent-ils permettre de conquérir des territoires encore peu développés ?

Comment avons-nous procédé ?

Nous étudions le cas particulier des implantations du groupe Auchan en Bretagne. En effet, le groupe ne dispose d'aucun hypermarché dans la région, mais a implanté 4 drives. Ces implantations permettent-elles au groupe d'améliorer sa couverture nationale ? Comment évolue cette dernière si l'on retire les drives en Bretagne ? Combien de drives faut-il ouvrir dans cette région pour optimiser la couverture territoriale ? Afin de répondre à ces interrogations, nous avons calculé l'entropie relative du groupe Auchan en simulant plusieurs hypothèses afin de mesurer jusqu'à quel point le groupe a intérêt à développer les drives en Bretagne.

Quelles sont nos conclusions ?

Les calculs montrent que si Auchan ouvre 12 drives équitablement répartis entre les 4 départements bretons, l'entropie du groupe grimpe alors à 0,849. La dispersion spatiale du groupe devient quant à elle optimale dans l'hypothèse où le groupe ouvre 5 drives dans chaque département. L'entropie relative s'établit alors à 0,852. Passé

Quelles en sont les implications ?

Passé ce cas de figure hypothétique, l'entropie relative, c'est-à-dire la couverture territoriale du groupe Auchan diminue à mesure que le nombre de drives augmente en Bretagne. Ce phénomène traduit une concentration trop importante de revendeurs dans une seule unité territoriale, en l'occurrence le département. Nous avons mis en exergue l'effet seuil du développement des drives, à savoir qu'au-delà d'un certain nombre d'ouvertures la couverture territoriale tend à décroître.

