

01 JUILLET 2018

Webzine

CONSOMMATION

Avec l'épicerie automatisée, la corvée des courses est confiée à un robot



Franck Bernard, directeur de la station-service Total du centre commercial Honoré-de-Balzac à Décines, et Damien Tabuteau, responsable commercial chez Ximiti, à côté du robot inventé pour chercher les produits à la demande du client depuis une borne extérieure. Photo Christophe GALLET

Commander ses courses depuis une borne puis un robot se charge de tout en quelques minutes. C'est le concept d'épicerie automatisée que l'enseigne Ximiti veut développer.

Le local est situé juste à côté de la guérite de paiement des clients de la station-service *Total* du centre commercial Balzac, en face du Groupama stadium de Décines. Un acheteur qui vient de faire le plein de carburant, se présente. Il commande depuis la borne tactile un paquet de biscuits et une bouteille d'eau. Il faut moins d'une minute pour que les produits soient livrés. L'homme repart après avoir payé avec sa carte bancaire. Sans mettre les pieds dans un rayon.

Pour comprendre l'ingénieux système qui permet cette prouesse, il faut se rendre dans les coulisses de cette petite épicerie automatisée. À l'arrière, des étagères : un chariot robotisé. Quand la commande est passée, il se déplace à hauteur des produits qui arrivent sur la tablette grâce à des bandelettes tournantes. C'est là le secret de ce concept pas encore très développé. Mais qui devrait faire florès. C'est ce qu'ambitionne et promet la société *Ximiti* qui le commercialise.

01 JUILLET 2018

Webzine

C'est en mars que l'épicerie de la station-service est passée sous le pavillon de cette enseigne portée sur les fonts baptismaux il y a deux ans. « On a créé cette franchise pour harmoniser les pratiques et offrir un nom commun », explique Damien Tabuteau, le responsable commercial de *Ximiti*. L'occasion de médiatiser ce concept pourtant déjà vieux d'une quinzaine d'années.

Ximiti est en effet tout bonnement l'émanation de la société qui a créé le robot permettant d'aller chercher les marchandises. C'est en 2010-2011 que Franck Bernard, le directeur de la station-service l'a acquis. « Aujourd'hui, ce qui change, c'est qu'il y a une enseigne bien identifiée, un site internet et une appli mobile qui permet de passer sa commande depuis sa voiture », expose le dirigeant à la tête de la station depuis 2002.

Moins d'employés et du gain de temps

Pour gérer l'épicerie automatisée, une seule personne suffit : le directeur qui, chaque jour, consulte son ordinateur, réapprovisionne et met dans les étagères les produits. « Avant, quand le local était une boutique libre-service dans les années 2000, je suis monté jusqu'à 15 employés, alors qu'aujourd'hui, nous sommes six avant tout tournés vers la station-service ». Le concept a cet avantage-là pour l'employeur.

Pour le client, l'intérêt sera plutôt dans le gain de temps, et des horaires d'ouverture 24 heures sur 24 et 365 jours sur 365. Franck Bernard se dit entièrement satisfait de ce concept dont le chiffre d'affaires s'établit à environ 110-140 000 € par an. « C'est bien plus simple que de gérer un magasin en libre-service. Il y a bien moins d'ennuis notamment avec les clients », assure-t-il.

Ximiti ne lui impose pas sa centrale d'achat. En revanche, alcool et cigarettes sont interdits. « Et c'est tant mieux, cela évite pas mal de problèmes », conclut Franck Bernard.

UN CONCEPT VIEUX DE PLUS DE QUINZE ANS

Le concept d'épicerie automatisée n'est pas nouveau. « On l'a lancé il y a une quinzaine d'années. On avait créé le robot en 2002 et ouvert les premiers magasins en 2004-2005. On l'a d'abord développé pour Casino dans les stations-service Esso. En parallèle, on l'a vendu à des indépendants un peu partout en France », explique Damien Tabuteau, responsable commercial de *Ximiti*. Cette marque, sa société l'a lancée il y a deux ans pour asseoir le concept et rassembler tous les indépendants autour d'une même franchise. Sur la région, seule la station de Franck Bernard a pour l'instant adopté la marque. Il faut ensuite aller sur Grenoble pour trouver une épicerie automatisée *Ximiti*. « Tout est à faire. Le marché est là et nous l'attaquons », conclut le responsable commercial.

De l'ultra dépannage

L'épicerie propose environ 350 références. « C'est de l'ultra-dépannage. Mais on fait un peu de tout, surtout des boissons et des sandwiches. On trouve aussi du dentifrice, du shampoing et même des produits pour les voitures, comme du lave-glace », détaille Franck Bernard qui ne se place pas en concurrent des supermarchés locaux mais plutôt des supérettes de proximité.