

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 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. C'est en mars que l'épicerie de la sta-

tion-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.

dont le chiffre d'affaires s'établit environ 110-140 000 € par an. « C'est bien plus simple que de gérer un magasin en libre-service. Il y a beaucoup moins d'ennuis notamment avec les clients », assure-t-il. Ximiti ne lui impose pas sa centaine d'achat. En revanche, alcool et cigarettes sont interdits. « Et c'est mieux, cela évite pas mal de problèmes », conclut Franck Bernard.

Christophe GALLET

POINT PAR POINT

- **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 de supermarchés locaux mais plutôt des supérettes de proximité.
- **Impact positif du Grand stade**
L'ouverture du Grand stade situé juste en face a-t-elle touché l'activité de la station-service ? Franck Bernard l'affirme et souligne que globalement, c'est positif. Mais il reconnaît que « les jours de match, force est de constater qu'on travaille moins. Le reste du temps, j'ai les taxis livrés qui vont au Groupama. Ça me fait du chiffre d'affaires en plus. Cela bénéficie aussi à la petite épicerie ».

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.



L'enseigne est situé en dessous des bureaux de la station-service. Photo Christophe GALLET

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