

Robots et logistique, le début d'une grande histoire ?

Maddyness et Carrefour lancent Hyper Super Tech, la série documentaire qui plonge dans les coulisses de l'avenir de la grande distribution. Dans ce premier épisode, nous découvrons les installations du centre logistique Carrefour du Plessis-Pâté.

Alors que la crise du Covid-19 a bouleversé nos habitudes de consommation et accéléré la croissance de l'e-commerce, de nombreux secteurs, dont la grande distribution, doivent se transformer à toute vitesse pour répondre à la demande. Pour gagner en efficacité, Carrefour s'appuie sur l'innovation bleu-blanc-rouge de la startup Exotec pour robotiser ces entrepôts. À découvrir dans le premier épisode de la série documentaire Hyper Super Tech, en partenariat avec Carrefour.

Capitaliser sur les fleurons nationaux

La visite de l'entrepôt de Carrefour dans l'Essonne confirme d'emblée la capacité d'optimisation de ces solutions à la chaîne logistique. En pariant sur le fleuron français des startups du domaine, l'entreprise lilloise Exotec, Carrefour affirme sa volonté de compter sur les acteurs du numérique pour améliorer l'ensemble de la *supply chain*.

Au palmarès des champions de la croissance 2022 des Échos, [la première](#)

licorne française de l'industrie figure en première place. Son chiffre d'affaires connaît une croissance fulgurante (plus de 300% de croissance annuelle moyenne entre 2017 et 2020), ses effectifs aussi (de 300 personnes en 2021 à plus de 600 ans d'ici à la fin de l'année 2022). Rien d'étonnant, au vu de l'importance de plus en plus prégnante de la logistique dans les enjeux de retail et notamment de l'e-commerce.

Une expérience améliorée

La crise sanitaire a amplifié les tendances de consommation numérique. Le secteur alimentaire, entre autres, a vu ses canaux de vente en ligne beaucoup plus sollicités, particulièrement grâce aux services de livraison à domicile et de *click and collect*. Interrogé par les équipes de Maddyness, Elyes Mechry, directeur de l'entrepôt Carrefour Supply Chain PPC, confirme l'intérêt croissant des clients et clientes pour ce type de services : « *Certaines personnes ont découvert ces activités par la crise sanitaire, et ils ont ensuite compris que c'était un vrai plus dans leur vie* ». Les chiffres corroborent ce constat : l'e-commerce alimentaire a connu une croissance de 55% entre 2019 et 2021, drive et livraison à domicile confondu, tandis que la livraison à domicile à elle seule affiche une croissance de 80% en deux ans.

Le ballet incessant des robots Skypods, capables de prendre en charge jusqu'à 4000 commandes par jour, soit 200 000 articles, est ainsi au service des équipes, en réduisant considérablement la pénibilité de leurs tâches, et des clients et clientes finales, par un traitement de commande optimisé et accéléré.

De l'avis de beaucoup de spécialistes, dont Catherine Simon, experte en robotique et intelligence artificielle interrogée dans la vidéo, la robotisation n'en est néanmoins qu'à ses débuts. « *On retrouve de plus en plus la robotique en magasin, pour favoriser l'expérience client. Détection d'anomalies dans les rayons, robotique de présence, je pense que l'on verra grâce notamment au machine learning ou à l'intelligence artificielle de nombreux progrès en matière d'interactions robots - clients* ».

Explorez les coulisses inédites d'un secteur en pleine transformation. La série documentaire Hyper Super Tech part à la découverte des innovations qui bouleversent la grande distribution. A découvrir en exclusivité sur [Maddyplay](#).

Maddyness, partenaire média de Carrefour

Article écrit par MADDYNESS, AVEC CARREFOUR