



Photo Aurore Market

Le picking à la loupe

Drive, click & collect, livraison à domicile... Ces termes tournent en boucle depuis que la pandémie de Covid-19 a obligé les magasins bio à se mettre au e-commerce à marche forcée. Que le client vienne chercher sa commande en magasin ou se fasse livrer chez lui, toute préparation comporte une étape clé : le picking ("cueillette" en anglais). Il s'agit de la phase où l'on prélève les articles commandés. Il en existe deux types : le picking en entrepôt (pour les pure players) et le picking en magasin.



Le picking en entrepôt

Pratiqué par les marketplaces bio (Greenweez, Aurore Market, La Fourche...), le picking en entrepôt est l'étape qui précède le colisage. Comme le rappelle Simon Le Fur, fondateur d'Aventure Bio et ex-DG de Greenweez, "il y a plusieurs méthodes de picking : le picking manuel, avec des emplacements banalisés et des petits volumes, et le picking informatisé. Chaque produit est alors associé à un emplacement, identifiable par une scanette (ex: allée A, zone B, etc.) avec généralement une série de 30 emplacements au mètre carré. Il faut placer les produits à forte rotation ensemble à des emplacements clés, créer des zones chaudes et froides pour toujours gagner du temps, le but : éviter que le "pickeur" se balade".



Limiter le nombre de références pour optimiser les commandes

Aurore Market compte 3 200 références (contre 15 000 pour Greenweez), un chiffre qui "participe à l'optimisation des commandes", souligne son co-fondateur, Roman Régis.

"Il y a deux choses qui facilitent la préparation de commandes : d'abord une sélection réduite. Quand vous avez 15 000 produits, vous en avez certains avec une rotation faible qui vous prennent de la place. Avoir beaucoup de références, cela veut dire avoir plus de fournisseurs, plus de soucis de livraison... et on multiplie la pape-rasse ! Deuxième point : on ne fait pas de frais car c'est une logistique différente avec énormément de perte", explique Lucas Lefebvre, co-fondateur de La Fourche (Livry Gargan - 93) et 3 000 références à son catalogue.

Toute la difficulté pour un pure player est donc de trouver l'équilibre entre l'intérêt commercial de proposer le plus de références, pour avoir le plus grand choix et séduire le plus grand nombre, et l'intérêt logistique, où le meilleur moyen d'optimiser (et donc de rentabiliser) la commande est de limiter le nombre de références car plus celui-ci est étendu, plus le picking est long et complexifié.



L'informatisation et le matériel, des atouts de poids

Le matériel utilisé est également primordial pour améliorer son picking. Comme le fait d'avoir des chariots multi-commandes facilement maniables et agiles pour une circulation fluide et adaptée aux rayonnages en entrepôt. Mais aussi une informatisation adaptée qui permet de suivre son picking et de tenir ses stocks.

A l'image du WMS (Warehouse management system = système de gestion de l'entrepôt), un logiciel professionnel qui va calculer un chemin de picking pour gagner du temps, éviter les erreurs de prélèvement et gérer son stock en temps réel. "On a mis en place un WMS qui fait le lien entre la commande et l'entrepôt, les "pickeurs" remplissent des caddies, prennent un nombre de cabas et peuvent prendre jusqu'à huit commandes en même temps. Ils sont équipés de scanettes qui indiquent au pickeur les produits qu'il doit récupérer, avec une organisation dans l'entrepôt de gauche à droite et en arc de cercle, les pickeurs transmettent ensuite les articles aux préparateurs de commandes qui remplissent les commandes et impriment