

JEUX OLYMPIQUES 2024 :

QUELLES CONTRAINTES LOGISTIQUES POUR LES PROFESSIONNELS ?

Lors des Jeux Olympiques 2024, les acteurs de la logistique et de la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire seront impactés par des restrictions et devront faire face à une augmentation de la demande de leurs clients.

Choco, foodtech qui modernise l'écosystème agroalimentaire, a organisé une rencontre en invitant la [Préfecture de Police de Paris](#) et la [Métropole du Grand Paris](#), en présence de [Deliveroo](#) et [Chez Meunier](#), pour mettre en lumière les attentes des professionnels et les solutions pour organiser sereinement les livraisons durant cette période clé.

Comment les livraisons vont-elles se dérouler pendant les JO de Paris 2024 ? Voilà la question sur toutes les lèvres des professionnels : restaurateurs préoccupés par le besoin d'être livrés rapidement et en plus grande quantité, distributeurs inquiets de pouvoir répondre efficacement à une forte demande avec des contraintes majeures de déplacement, et services de livraisons soucieux de pouvoir maintenir une haute qualité de services à leurs clients.

Guillaume Gomez, représentant personnel du Président de la République pour l'Alimentaire, a ouvert cet événement : *"Ces JO sont une chance pour le secteur de l'alimentation, l'hôtellerie et la gastronomie, car nous attendons entre 10 et 12 millions de touristes à Paris. Cet événement est l'occasion de relayer les valeurs de la gastronomie française engagée. Les professionnels de la logistique sont au cœur de ces valeurs, notamment pour favoriser les produits français et le circuit court."*



DE NOMBREUSES PRÉOCCUPATIONS DES PROFESSIONNELS

En tant qu'acteur majeur de l'écosystème agroalimentaire, en contact au quotidien avec les professionnels de l'alimentation, Choco a réalisé une enquête* auprès des distributeurs franciliens :

- ♦ **44%** s'inquiètent de l'augmentation du trafic et des embouteillages ;
- ♦ **94%** indiquent qu'ils attendent des lignes directrices détaillées en matière de logistique et de livraison de la part de la ville de Paris et du comité olympique ;
- ♦ **72%** comptent augmenter leurs stocks en prévision de la demande ;
- ♦ **22%** prévoient d'augmenter leur personnel pour répondre à la demande.

Le groupe [Chez Meunier](#) (20 boulangeries en Ile-de-France) anticipe par exemple des contraintes sur les déplacements de ses salariés, sur sa propre logistique interne entre son laboratoire et ses points de vente au quotidien, et sur l'approvisionnement sur les produits ultra-frais. En prévision de cette période, le groupe a donc décidé d'adapter les plannings des équipes et de changer les horaires des boutiques, mais aussi de diminuer le nombre de livraisons hebdomadaires afin de faire de la place et stocker (passage de 25 à 10 livraisons par semaine en points de vente).



"Cette période singulière est une opportunité d'aller chercher des parts de marché et faire rayonner notre savoir-faire artisanal. Plus globalement, les JO sont une réelle opportunité business en général, à condition d'anticiper les contraintes techniques et d'avoir un coup d'avance, par exemple en négociant les délais de paiement pour se permettre d'avoir du surstock ou en formant nos conseillers de vente à un vocabulaire international", **explique Gad Berdugo, Directeur Général Adjoint du Groupe Meunier.**

"Ces JO sont une aventure humaine exaltante, qui va permettre de faire rayonner la gastronomie française. C'est une opportunité d'apprendre, grandir et innover, et de mettre en valeur l'ensemble des partenaires de Deliveroo. Nous prévoyons de communiquer les informations nécessaires à tout notre écosystème (restaurants et établissements partenaires, livreurs partenaires, et clients), et nous avons commencé à mettre en œuvre notre connaissance fine du terrain et notre expérience pour anticiper au mieux les changements attendus", **précise Pierre Bevillard, Head of Stratégie et Performance chez Deliveroo.**



LA LOGISTIQUE PENDANT LES JEUX OLYMPIQUES

Durant les JO, 185 km d'axes routiers seront réservés : les fameuses "voies olympiques". Elles seront réservées aux déplacements des personnes accréditées. Pour chacun des sites accueillant des épreuves, plusieurs types de périmètres sont prévus avec pour principe : plus on s'éloigne du site, moins c'est restrictif.

La Métropole du Grand Paris, dans le cadre du groupe de travail LUJOP, a construit avec ses partenaires (Logistic Low Carbon-InterLUD+ , le club Logistique en or-TLF, et la Ville de Paris) la brique du site porté par l'État (anticiperlesjeux.gouv.fr) destinée aux professionnels du transport de marchandises donnant toutes les informations sur les déplacements pendant les Jeux.

En complément, le groupe de travail LUJOP prévoit de **lancer prochainement 4 outils numériques "JOptimiz"** :

- ♦ une carte interactive d'Ile-de-France,
- ♦ un calcul d'itinéraire,
- ♦ un QR Code pour les zones bleues (non obligatoire mais qui constituera une prévalence en cas de contrôle),
- ♦ un système de disque numérique pour les zones bleues critiques permettant de connaître l'occupation des aires de livraison.



"Cela fait plus d'un an que nous travaillons sur le sujet de la logistique pendant les JO à travers une cellule dédiée, afin de s'assurer que les livraisons puissent se poursuivre pendant la période. Ce travail est toujours en cours, nous intégrons l'ensemble des informations en continu et nous pensons pouvoir être opérationnels dès le mois de juin. Notre volonté est de pouvoir inclure tous les acteurs dans ces réflexions, y compris les 131 maires des communes concernées, qui sont aux premières loges sur le terrain", **indique Jean-Michel Genestier, Conseiller métropolitain délégué à la Logistique métropolitaine de la Métropole du Grand Paris.**

“La Préfecture de Police a communiqué dès fin novembre sur les restrictions de circulations prévues, une communication très en amont qui témoigne de la singularité de cet événement. Durant la période, la Préfecture de Police sera compétente sur tout le territoire d’Île-de-France. Il y a deux choses importantes à garder en tête : d’une part, les zones de restrictions ne sont pas activées tout le temps, et d’autre part, les périmètres de circulation en zone rouge n’est restrictif que pour les véhicules motorisés. Les livraisons font bien évidemment partie des dérogations qui seront accordées, à condition de respecter des créneaux horaires qui seront prédéfinis, site par site. Pour les sites qui seront les plus contraints en raison des nombreuses épreuves prévues, notre recommandation : privilégier les livraisons de nuit, quand les périmètres de sécurité sont désactivés, au-delà des seuls créneaux dérogatoires qui auront été identifiés”, précise Juliette de Clermont-Tonnerre, Conseillère en Stratégie et Relations publiques à la Préfecture de Police de Paris.



LE MOT D'ORDRE : COMMUNICATION

Afin de faciliter l’organisation, Choco se mobilise pour apporter de la transparence et fluidifier les procédures :

- L’outil “Choco IA”, destiné aux distributeurs, leur permet d’automatiser complètement la saisie de toutes les commandes reçues, afin d’en traiter 100 fois plus ;
- L’application Choco, déjà plébiscitée par 1 restaurateur sur 3 à Paris, permet d’optimiser le passage des commandes via une plateforme unique, réduisant ainsi les risques d’erreurs ;
- Via l’application Choco, les distributeurs peuvent communiquer auprès de leurs clients pour les avertir sur les contraintes de livraison en direct, et établir un planning de promotion personnalisé, adapté aux évolutions de la demande.



“Depuis sa création, l’objectif de Choco est d’apporter de la transparence dans la chaîne d’approvisionnement agroalimentaire. En utilisant la technologie pour optimiser le processus de commandes, les restaurateurs et les distributeurs bénéficient d’un gain de temps et de productivité inégalé. À l’approche d’un événement aussi majeur que les JO, où les professionnels vont voir leur activité augmenter très fortement, le numérique est un véritable atout pour gagner en efficacité. En ce sens, Choco est un soutien précieux pour communiquer la bonne information au bon moment et éviter les erreurs”, explique Grégoire Ambroselli, cofondateur de Choco.

LES 13 CONSEILS PRATIQUES À DESTINATION DES PROFESSIONNELS

Avant l’événement

1. **Communication avec les clients** : engager une communication massive avec les clients restaurateurs pour les informer des changements et des modalités de livraison.
2. **Informations sur la circulation** : rester informé des restrictions de circulation en consultant régulièrement les canaux d’information officiels comme anticiperlesjeux.gouv.fr, qui offre des cartes interactives, des itinéraires, des QR codes, etc.
3. **Planification et stockage** : anticiper les besoins et stocker au maximum les produits secs pour se concentrer sur le frais et l’ultra frais pendant les JO.
4. **Livraisons autonomes** : récupérer un maximum de clés de clients pour pouvoir livrer la nuit en toute autonomie en déposant la marchandise dans de bonnes conditions.

5. **Anticiper** : s'entraîner aux livraisons en conditions réelles dans les 2 semaines qui précèdent les JO.

Pendant l'événement

6. **Optimisation des livraisons** : repenser l'organisation des tournées, en adoptant des horaires décalés (tôt le matin ou tard le soir) en fonction des zones.

7. **Adapter les habitudes de livraisons** : réduire le nombre de livraisons hebdomadaires par client en utilisant des solutions comme Choco, ou implémenter des livraisons du dernier mètre en vélo-cargo, exempt de restrictions. Envoyer des rappels de commande si les horaires ont changé, notamment via l'appli Choco.

8. **Gestion opérationnelle** : anticiper pour minimiser les erreurs. Tout "second tour" en heure de pointe est à proscrire.

9. **Management d'équipe** : rassurer et valoriser les équipes face au stress accru (contrôles, bouchons, etc.) en adoptant une communication transparente et motivante.

10. **Motivation des équipes** : faire de cet événement un moment motivant pour les équipes en interne, en proposant des objectifs opérationnels ou commerciaux clairs, ainsi que des primes spécifiques ou un événement d'équipe post-JO.

11. **Stratégies commerciales** : c'est le moment de se distinguer des concurrents en ouvrant de nouveaux comptes avec des offres agressives sur les achats et les ventes, en jouant sur les volumes.

12. **Innover** : mettre en place Choco Premium avec une offre spéciale JO pour améliorer la communication avec les clients restaurateurs, cibler spécifiquement les promotions, et augmenter la capacité de gestion des commandes grâce à l'intelligence artificielle.

Plus d'infos sur : <https://choco.com/fr/fournisseurs>

13. **Pérenniser** : faire en sorte que les innovations sur cet événement particulier puissent ajouter de la valeur sur le long terme à l'entreprise.

**Sondage réalisé par Choco en mars 2024, via un questionnaire administré en ligne, auprès de distributeurs agro-alimentaires en région parisienne.*

A PROPOS DE CHOCO

Choco est une entreprise fondée en 2018 qui modernise l'écosystème agroalimentaire et lutte contre le gaspillage alimentaire. Son application intuitive, destinée aux restaurateurs et distributeurs, rassemble en une unique plateforme l'ensemble des commandes entre les différents acteurs. Ses clients économisent du temps, réduisent leurs déchets et améliorent leur rentabilité. Choco a également déployé "Choco IA", un outil utilisant l'intelligence artificielle destiné aux distributeurs, pour automatiser la saisie de toutes les commandes reçues, quel que soit le canal de commande choisi par leurs clients, permettant ainsi de multiplier par 100 le nombre de commandes traitées.

Choco accompagne 15 000 restaurateurs et 10 000 distributeurs dans le monde (France, Belgique, Allemagne, États-Unis, Espagne, Autriche, Royaume-Uni). L'entreprise traite 500 000 commandes par mois.

Parmi les utilisateurs restaurateurs en France : Bistrot Pas Parisiens, Cafés Joyeux, Pâtisserie de Cédric Grolet, Anne-Sophie Pic, Le Bristol, Le Plomb du Cantal, Maison Sauvage, etc.

Parmi les clients fournisseurs en France : Halles Paris Sud, Primeurs d'Issy, ABC Peyraud, Dispro Groupe, Demarne, etc.

