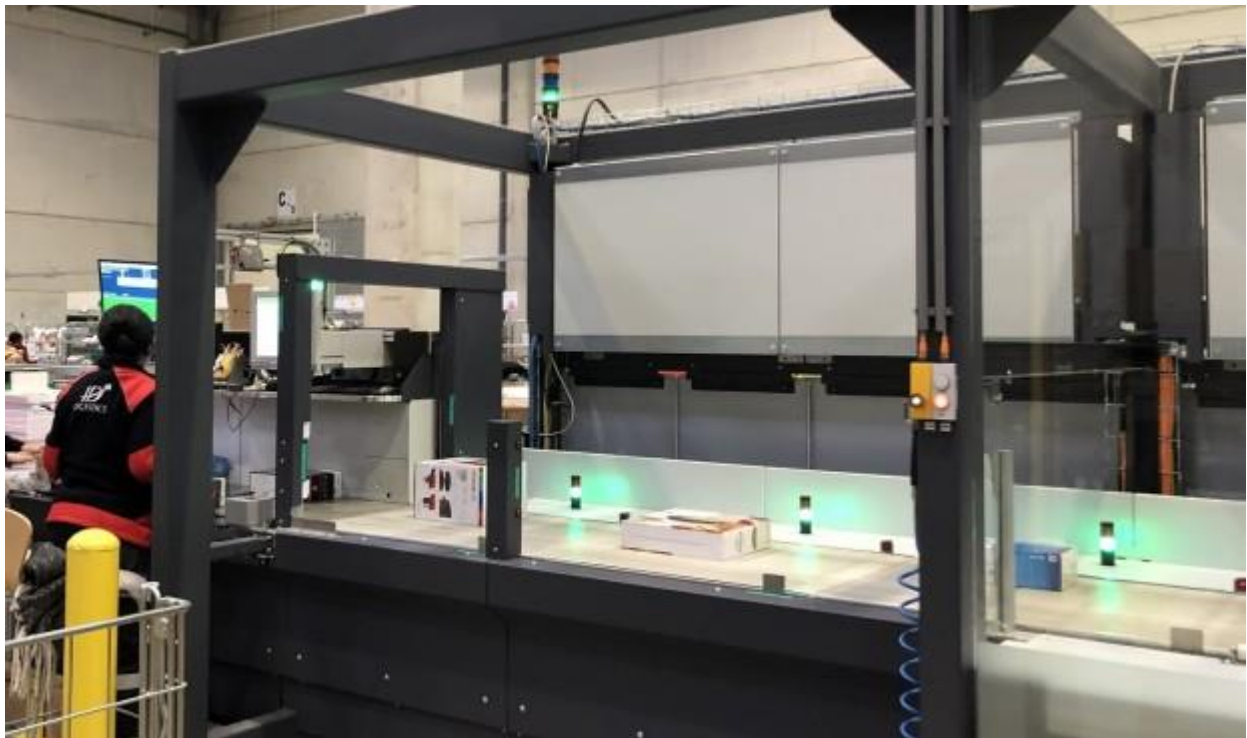


# Cdiscount optimise son emballage avec Neopost Shipping

07.02.2019 • 12h17

|  
par Charlotte COUSIN



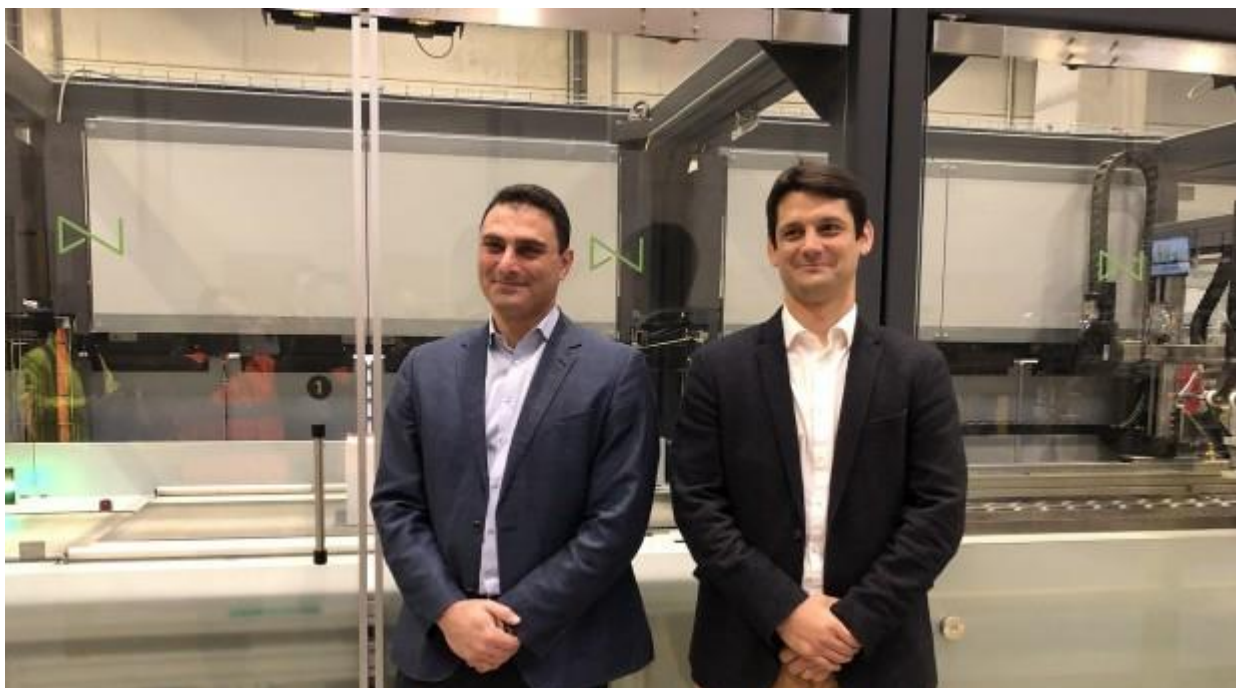
Voxlog | Le CVP-500 en activité sur le site de Réau (77) ©

**Cdiscount a choisi de traquer le vide dans ses colis grâce à la solution CVP-500 de Neopost Shipping. Le géant de l'e-commerce français a installé quatre machines au total sur deux de ses sites. Visite de l'entrepôt logistique de Réau en Seine-et-Marne où le système d'emballage automatisé a été déployé en 2017.**

« Nous sommes passés en un an de 300 000 m<sup>2</sup> sur neuf entrepôts à 530 000 m<sup>2</sup> sur 15 entrepôts », indique Pierre-Yves Escarpit, directeur général adjoint de **Cdiscount**, filiale du **groupe Casino**. Une hausse des surfaces qui s'explique notamment par l'augmentation des références, survenue avec la multiplication des vendeurs de marketplace qui représentent aujourd'hui un tiers du volume d'affaires de Cdiscount. 2 000 d'entre eux stockent aujourd'hui leurs produits chez l'e-commerçant. « Nous attendons une croissance de 50 % en 2019 sur les volumes de ces marketplace », poursuit-il.

## Une politique poussée par l'innovation

Pour le site de vente en ligne qui enregistre 20 millions de visiteurs uniques chaque mois et un volume d'affaires de 3,6 milliards d'euros en 2018 (en progression de plus de 9 %), il s'agit donc de renforcer le nombre d'entrepôts, avec une nouvelle ouverture prévue au mois de juillet sur 60 000 m<sup>2</sup> à Andrézieux-Bouthéon (42). Celui de Réau en Seine-et-Marne, dont les activités ont débuté en septembre 2017, s'étend également sur 60 000 m<sup>2</sup> et a vu transiter plus de 3 millions de colis en 2018. Des colis emballés sur le site, pour certains via **le système CVP-500** conçu par l'acteur du marché des solutions technologiques pour la supply chain, Neopost Shipping. « *La RSE est un sujet clef pour Cdiscount, déclare Pierre-Yves Escarpit. Celui du **vide dans les colis** en fait partie. Notre partenariat avec Neopost Shipping contribue à l'amélioration de l'expérience client et s'inscrit dans un projet de développement durable* ». Une collaboration débutée en 2016 sur son site de Cestas en Gironde où l'e-commerçant est le premier alors à installer la solution automatisée d'emballage CVP-500 en France. Basée sur un scanner 3D, celle-ci est capable de calculer et d'ajuster la taille du carton au colis. « *Cette innovation nous permet d'abaisser de 31 % le nombre de colis et de 28 % celui des palettes, conduisant en moyenne à 30 % de transport par camions en moins* », illustre Pierre-Yves Escarpit.



Voxlog | Daniel Malouf, Pdg de Neopost Shipping et Pierre-Yves Escarpit, DG adjoint de Cdiscount

## Un colis formé toutes les 7 secondes

Capable de gérer à la fois le dimensionnement, la construction, la fermeture par bande adhésive, la pesée et l'étiquetage du colis, le CVP-500 peut prendre en charge des colis entre 10 et 40 cm. Son objectif : traquer le vide dans les emballages, ce qui concerne environ 7 à 8 millions de colis par an pour Cdiscount. « *Cette année, nous comptons traiter 60 % du flux pour les colis générant du vide avec ces machines et nous visons*

100 % en 2020 », stipule Pierre-Yves Escarpit. Le CVP-500 ne nécessite qu'un ou deux opérateurs pour placer le colis au niveau du scanner qui va venir capturer l'image 3D de la commande afin de calculer la plus petite taille de carton nécessaire et le former (au rythme d'un toutes les sept secondes). Le colis parvient ensuite sur la zone de contrôle de poids et de dimension pour une optimisation des offres tarifaires avant de déboucher au niveau de l'étiqueteuse en fin de course. Pour alimenter la machine, un chargeur de carton plié en accordéon vient se positionner au début de la solution automatisée. S'il est mono-laize sur le site de Réau, avec un seul format de carton, « *le CVP-500 est capable d'accueillir trois largeurs : 60 cm, 80 cm et 1 m avec plusieurs postes d'injection* », indique Fernando de Almeida, business development manager chez Neopost Shipping. Pour faciliter sa maintenance, le cœur du système se trouve en dessous de la machine, le rendant rapidement accessible. En plus de s'inscrire dans une démarche écologique, en réduisant la consommation de carton et son empreinte carbone, l'entreprise vise évidemment également une productivité renforcée via la rapidité et le coût de main-d'œuvre réduite apporté par le CVP-500. Une vision s'inscrivant dans la démarche d'innovation de Cdiscount qui s'est également tournée vers la robotisation avec la mise en test du système de préparation de commandes Skypod, **développé par Exotec Solutions** et basé sur une flotte de robots logistiques 3D, sur son site de Cestas. Une phase de test avant un déploiement plus large à Réau en 2019.

### **Vers une nouvelle génération de CVP**

**Récompensée par huit prix** en trois ans, le système d'emballage CVP-500, dont le premier pilote date de 2014, a aujourd'hui été déployé aux États-Unis, en Europe, au Benelux, en Allemagne, en Suisse, au Royaume-Uni et au Japon, soit une trentaine d'installations. « *Nous avons trois enjeux majeurs chez Neopost Shipping : offrir une expérience client améliorée, permettre un ROI court ainsi qu'un investissement rentable pour nos clients et agir pour le développement durable en consolidant et en réduisant les volumes* », détaille Daniel Malouf, Pdg de Neopost Shipping. Sur le système d'emballage CVP-500, le retour sur investissement recherché par l'entreprise est de deux ans pour un prix variant selon les fonctionnalités de la machine. Après avoir investi dans quatre machines sur deux entrepôts dédiés aux petits produits de moins de 30 kg (trois à Cestas et un à Réau), Cdiscount a décidé en 2018 de renouveler sa confiance à Neopost Shipping en se positionnant sur la prochaine génération de la solution, la CVP-1000. Testée sur le site girondin du e-commerçant, la nouvelle machine d'emballage vise un traitement de 1000 colis à l'heure (contre 500 sur l'édition présente) et sera capable de gérer des produits de 5 à 40 cm. « *Nous prévoyons une commercialisation du CVP-1000 en 2019 et un lancement fort en 2020* », termine Daniel Malouf.