

Quand la livraison se réinvente



Mis à l'épreuve par la pandémie de Covid-19, les acteurs logistiques doivent relever des défis contradictoires. Entre massification des flux et limitation de l'impact environnemental, entre exigences accrues du consommateur et réduction des coûts, ces derniers doivent développer des capacités d'adaptabilité et de réactivité. Les technologies et la digitalisation jouent un rôle clé dans cette mutation.

La logistique urbaine suppose le pilotage d'une multitude d'acteurs, trajets et critères parfois contradictoires. En témoignent les comportements de consommation en ligne. D'un côté, ils exigent de délais de plus en plus courts, la parcellisation des envois et donc la multiplication des transports. De l'autre, ces conséquences s'opposent aux attentes du consommateur-citoyen en faveur d'une réduction des nuisances liées aux mêmes transports. En termes de périmètre, la logistique urbaine agrège flux physiques de fret et de déchets, d'informations entre prestataires, expéditeurs, destinataires, collectivités, particuliers, riverains... et financiers éventuels entre ces acteurs.

Si la question de la transformation logistique est un enjeu majeur de l'évolution du e-commerce, la livraison reste bien le nerf de la guerre pour tous les acteurs du secteur. Mais en plus du transport, des livraisons et enlèvements, la filière inclut aussi d'autres fonctions logistiques comme le stockage, le tri, le conditionnement et l'emballage, la gestion des commandes et des retours ainsi que l'ensemble des équipements pour les

réaliser : établissements logistiques de proximité ou non de plus en plus automatisés, outils numériques, points relais, consignes etc.

L'explosion du e-commerce modifie la donne

L'essor du e-commerce pendant le confinement, a bouleversé les comportements d'achat, avec des délais et des modes de livraison toujours plus contraignants. Dans un environnement urbain engorgé, le travail sur le dernier kilomètre, qui représente jusqu'à 60 % du coût du transport, mobilise les logisticiens.

Ce constat a d'ailleurs été confirmé récemment par l'étude Capgemini "The last mile delivery challenge". En milieu urbain, les flux de marchandises représentent 15 à 20 % des véhicules-kilomètres ; les deux-tiers réalisés par des utilitaires légers, motorisés pour l'essentiel, et exploités majoritairement en compte propre limitant les possibilités de mutualisation. Occupant déjà 30 % de la voirie, ces flux de marchandises regroupent les achats des ménages (50 %), les services urbains (chantiers, services publics, hôpitaux... 10 %) et les trajets liés aux activités économiques tous sec-

teurs confondus (40 %). Avec l'augmentation du e-commerce et des magasins de proximité, un transfert progressif du 1er vers le 3ème segment est constaté sachant qu'aujourd'hui, le commerce en ligne génère 80 % des colis livrés en ville. Face à ce constat, l'utilisation des boutiques comme entrepôts, associée à l'option « ship from store » de logiciels d'unification des stocks, se développe.

Sobriété énergétique des transports

À ces enjeux de mobilité s'ajoute une double préoccupation environnementale liée au changement climatique et à la qualité de l'air. En milieu urbain, le transport représente jusqu'à 50% des émissions de gaz à effet de serre dont un tiers généré par les flux de marchandises. Il est également à l'origine de 70 % des oxydes d'azote (NOx) et de 32 % des particules fines (PM10) ; le segment "marchandises" contribuant à 40 % de ces NOx et à 50 % des PM10. Avec les nuisances sonores associées, peu ou pas quantifiées à ce jour, la configuration des villes, dans leur cœur en particulier, rend enfin quasi-impossible l'aménagement de nouvelles infrastructures de transport.

Pour tous les experts du dernier kilomètre, le 1^{er} levier d'amélioration est la mutualisation via, notamment, le développement du compte d'autrui. Sachant que 50 % des carburants consommés en ville concernent le transport de marchandises, le renouvellement et le remplacement des véhicules diesel-essence par des véhicules propulsés avec des énergies alternatives (électriques ou au gaz carburant par exemple) font également consensus tout comme, à plus long terme, l'hydrogène voire l'emploi de drones ou robots-livreurs. Mais ceux-ci suscitent des réserves car « ils sont limités en capacité d'import et posent des problèmes de sécurité en zone dense », selon Florence Berthelot, déléguée générale de la Fédération nationale des transports routiers (FNTR).

Des entrepôts automatisés

La création de points ou espaces logistiques de proximité est une autre voie à l'image de ceux déjà créés par Chronopost, Coursier.fr, Novea ou DPD et Green Link. Ils permettent de massifier les livraisons à un point central en ville duquel repartent de petits véhicules propres tels que des vélos ou triporteurs. Jouant ce rôle sous les concepts "ship-from-store" et "Click & Collect", des enseignes de distribution proposent aussi des enlèvements de produits commandés en ligne au départ de leurs points de vente (FNAC, IKEA, Monoprix...) avec le concours de prestataires à l'image des sociétés de courses. La transition numérique déjà à l'œuvre dans plusieurs segments de la supply chain figure aussi parmi les leviers d'optimisation du dernier kilomètre en ville par une amélioration des prévisions et l'automatisation de certaines tâches dont commerciales et de mise en relation entre l'offre et la demande à noter que plusieurs de ces initiatives sont soutenues financièrement par l'Etat, les collectivités territoriales ou l'Ademe.

Optimisation des tournées

Au regard des volumes en jeu, des investissements nécessaires pour répondre aux défis économiques, écologiques et numériques, et aux perspectives de croissance, ce marché est en train de s'industrialiser sous l'impulsion des donneurs d'ordres qui, au-delà des délais et du coût, valorisent davantage la livraison dans l'expérience de leurs clients. Ces évolutions ouvrent les conditions d'une concentration et d'une consolida-

tion du secteur et attirent de nouveaux investisseurs.

Complétant les prestations d'acteurs de la messagerie et de l'express, plusieurs fonds d'investissement se sont ainsi engagés auprès de spécialistes du dernier kilomètre. L'arrivée d'investisseurs s'accompagne aussi de nouvelles collaborations entre logisticiens urbains et start-ups pour renforcer leur couverture digitale, faciliter la mise en relation entre l'offre de courses et la demande mais aussi pour déployer de nouveaux services sur le terrain à l'image de DHL Express avec You2You.

Digital et technologies sont l'avenir de ce marché

« Les logisticiens ont grand intérêt à avoir accès au flux de données remonté de leurs véhicules pour anticiper et optimiser leurs trajets et enrichir leurs services » souligne Sébastien Fraysse, responsable de la division transport et logistique chez HERE.

Les transporteurs développent depuis peu des algorithmes d'intelligence artificielle (IA) qui mixent les données des flux, les informations des sous-traitants et des livreurs, ou les mouvements de consommation. L'objectif est d'optimiser les chargements et de repositionner les véhicules en temps réel.

Ainsi, l'éditeur de logiciel de cartographie a déployé des outils API prenant en compte les contraintes rencontrées par les flottes de livraison pour leur proposer le parcours le plus rapide suivant les capacités et la taille de l'engin sélectionné. Des fonctionnalités également disponibles sur l'application We Go Deliver, lancée en 2020 pour aider les PME touchées par la crise sanitaire et qui a déjà permis de réaliser plus de 9 000 tournées.

Ou encore la start-up Sightness propose une solution SaaS basée sur l'IA pour prédire les anomalies de transport potentielles à partir d'une combinaison de données, trafic et météo inclus.

Un marché qui verdit à grande vitesse

Pour s'adapter aux zones urbaines où la circulation est interdite aux véhicules polluants – les fameuses ZFE en France –, nombre de logisticiens ont opéré la transition énergétique de leur flotte et opté pour des engins type vélo cargo, toujours écologiques et ultra-connectés.

DHL a donc décidé d'intégrer 10 % de VE et de triporteurs dans sa flotte. Une part qui atteindra 70 % en 2025, avance Geoffrey Junior Dimelo, directeur de l'optimisation de la performance chez DHL. Amazon, de son côté, a commandé 100 000 VE de la marque Rivian.

Le Groupe Sterne s'est également lancé dans le renouvellement de sa flotte de véhicules par des modèles hybrides, électriques et aux dernières normes anti-pollution. La signature d'un accord sur la gestion prévisionnelle des emplois et compétences (GPEC) et d'une charte "achats responsables" ainsi que sa certification Ecovadis "Gold" confortent cette démarche RSE. De même le Groupe TopChrono, certifié ISO 14001 depuis 2010 compte aujourd'hui 40 voitures électriques, 10 scooters électriques et 40 vélos cargos. Un bilan carbone de toutes les prestations réalisées est fourni à chaque client et ses émissions carbone sont compensées avec son partenaire Tree Nation qui plante un arbre en France toutes les 5 000 courses.

Partageant cette vision « verte » depuis 20 ans, Star Service compte dans sa flotte 250 véhicules carburant à l'électrique et au GNV afin d'effectuer un million de livraisons « propres » chaque année. Mais ce n'est pas tout : « à travers notre filiale écoresponsable La Petite Reine, nous assurons depuis 10 ans des livraisons en triporteurs à assistance électrique, soit 85 000 annuellement », assure le directeur commercial Marc Joly.

Des livreurs volants...

Les crises poussant à s'adapter, quelques concepts déjà effectifs, émergent. Boîte aux lettres intelligentes, points relais de voisinage, consignes, transport fluvial, bateaux transformés en entrepôts flottants mais aussi drones sont ainsi envisagés – même si ceux-ci interrogent le contrôle du trafic aérien. Il faut dire que la mobilité ne se résume pas à l'auto et qu'il est important de « s'ouvrir à d'autres espaces, en plus du terrestre » avance Geoffrey Junior Dimelo, responsable chez DHL. Voire « d'élargir le spectre à d'autres engins de Maas » complète Sébastien Fraysse. Ce dernier imagine d'ailleurs ces livreurs volants décoller d'un camion pour effectuer le dernier kilomètre.

ANNE HIBALE
Journaliste