

## Envoi et livraison La course à l'innovation

Exigence de rapidité, enjeux écologiques, réduction des coûts... Pour les entreprises, la chaîne logistique, et particulièrement le transport de marchandises, reste un domaine sensible et crucial. Revue de détail d'un marché sommé de sans cesse se réinventer.



L'e-commerce est à l'origine de l'envoi de  
**450 millions de colis**  
en France en 2015 (Fevad, 2016)

**20 %**

Le dernier kilomètre peut  
représenter pour l'entreprise  
jusqu'à 20 % du coût  
logistique total (Xerfi)

**1/5**

À Paris, 1 véhicule en circulation  
sur 5 transporte des marchandises  
(Ville de Paris)

**CO<sub>2</sub>**

Un tiers du CO<sub>2</sub> émis en ville provient  
du transport de marchandises (Cret-Log)

**Que ce soit pour livrer des clients**, s'approvisionner ou achalander ses points de vente, la bonne gestion des envois reste un défi pour toute entreprise. Pourtant, cette question est encore trop peu prise en compte par les PME. «*Souvent, les dirigeants ont une sensibilité produit ou R & D, mais la partie support et la supply chain au sens large sont moins bien appréhendées*», constate Bruno Viallon, gérant de VB Conseil qui accompagne les entreprises dans la gestion et l'optimisation de leur logistique et de leurs achats. Il estime que «*ce défaut d'expertise peut poser problème à mesure que la structure grandit*». Chacun connaît les désagréments liés à l'attente interminable d'un colis livré à domicile en l'absence de quiconque, ou la déception du client dont la commande a été oubliée sur un quai de chargement, abîmée dans le transport voire dérobée par un indélicat intermédiaire. Mais les professionnels du secteur multiplient les avancées en faveur d'une délivrabilité des produits toujours meilleure.

**Qualité de service.** Pour Gary Anssens, fondateur d'Alltricks - qui fournit aux passionnés de vélo toutes les pièces nécessaires à leur petite reine - c'est même devenu le premier argument de vente: «*Sans budget marketing à notre lancement, nous avons misé sur la bouche-à-oreille, qui s'alimente par une très bonne expérience client. La logistique, gérée en interne, est la colonne vertébrale de notre modèle.*»

Concrètement, cette stratégie se traduit par une très haute disponibilité des produits proposés par la marque. Toutes les références sont déjà stockées dans l'immense entrepôt de 17 000 m<sup>2</sup> et peuvent être livrées sous 15 heures. Pour remporter ce pari, outre une organisation millimétrée orchestrée par la solution informatique d'entrepôtage Spidy, Alltricks s'est allié à Chronopost, qui ramasse les colis en soirée, organise leur acheminement pendant la nuit et livre les clients au petit matin. «*Notre performance réside dans cette rapidité de mise à disposition. Pour confier cette promesse client à un tiers, il faut avoir noué les bons partenariats avec les bons transporteurs*», résume Gary Anssens.

Mais certaines variables échappent à la meilleure des affiliations, à l'image des aléas de la route et des centres-ville congestionnés. C'est sur ce créneau que la filière veut évoluer, en allant vers une concertation des acteurs pour désengorger les agglomérations. «*Dans l'idéal, et quelle que soit la personne à livrer, on aurait affaire à un seul prestataire sur un secteur donné, ce qui limiterait les croisements*», souhaite Bruno Viallon, qui préconise la généralisation d'accords entre les industriels du transport pour rationaliser les tournées, dont certaines se font parfois presque à vide. Pour régler cette logistique dite du "dernier kilomètre", la plus coûteuse et la plus complexe, la livraison groupée en points relais a pris beaucoup d'ampleur. Chez Alltricks, elle concerne 65 % des envois et le commerçant en ligne souhaite la rendre plus attractive encore. «*Nous nous apprêtons à proposer la livraison directement dans notre réseau de magasins et d'ateliers partenaires, tous spécialistes du vélo, ce qui en fera un relais hyper-qualitatif pour nos clients*», se réjouit Gary Anssens qui, dans un autre genre, s'intéresse aussi aux consignes automatiques, pour un dépôt et un retrait à toute heure.

**Plus vert.** Parce que le dernier kilomètre est aussi le plus gourmand en CO<sub>2</sub>, de plus en plus de transporteurs se mettent aux véhicules verts, des camions et utilitaires électriques, hybrides ou roulant au gaz naturel (GNV). Les vélos à assistance électrique, les triporteurs ou les cargo-cycles sont également en passe de s'imposer comme recours idéal sur les segments courts. ➔



## « Le transport vert s'intègre à notre stratégie »

**Jean Moreau,**  
cofondateur et président de Phénix

**P**our Phénix, dont l'activité consiste à orchestrer la relation entre supermarchés et associations pour valoriser les invendus encore consommables, les questions d'acheminement sont au cœur de la réussite. «*Nous avons vite perçu que la logistique serait un élément clé de la professionnalisation de la collecte d'invendus et nous l'avons particulièrement développée dans notre activité de proximité*», confirme Jean Moreau, cofondateur de cette PME parisienne qui a essaimé dans toute la France. En effet, les associations ne se déplacent pas pour récupérer les faibles surplus des magasins de centre-ville, dont la transformation ne peut pourtant pas attendre. «*Notre valeur ajoutée, c'est de massifier les volumes à travers des collectes mutualisées, en passant par plusieurs points de vente à la fois*», explique le dirigeant. Dans chacune des villes où elle est présente, Phénix a noué des partenariats avec des sociétés locales, comme Vert Chez Vous pour l'Île-de-France, qui lui propose une large gamme de véhicules écologiques. Du triporteur au 20 m<sup>3</sup>, ils sont pensés pour la ville et leurs conducteurs, formés aux contraintes de temps, savent se garer et charger rapidement avant de repartir vers les associations et leurs bénéficiaires. Le coût est parfois plus élevé qu'avec des véhicules essence, mais Phénix a choisi de grignoter ses marges par conviction et souci d'exemplarité. «*En*

*termes d'image, c'est une démarche cohérente pour nos clients, dont certains ont l'exigence que les transports soient effectués dans une logique vertueuse de développement durable*», souligne Jean Moreau.

**PHÉNIX**  
Réduction du gaspillage  
et économie circulaire  
Paris (X<sup>e</sup>)

✦ Baptiste Corval, 34 ans,  
et Jean Moreau, 33 ans  
♦ SAS › Création en mars 2014 › 39 salariés  
CA 2016 (prévisionnel) : 2,40 M€



# 20 INSPIRATION *Prospective*

Par Lauranne Provenzano

➤ Les sociétés spécialisées telles que La Petite Reine, Vert Chez Vous, Becycle, comme les messageries historiques UPS ou TNT (rachetée par FedEx en 2016), proposent une flotte de véhicules écoresponsables, du vélo aux utilitaires. Un service qui bénéficie parfois de réglementations assouplies quant aux horaires et à l'accessibilité, en raison d'une capacité de stationnement moins encombrante et d'un impact limité sur l'environnement urbain. «*Les problématiques liées au développement durable sont de plus en plus considérées : véhicules moins polluants, sols de camions, roues de chariots et bayons antibruit, développement de nouvelles techniques pour limiter les TMS (troubles musculo-squelettiques) chez les travailleurs*», énumère Bruno Viallon. La mutualisation raisonnée des différentes étapes de la supply chain est aussi une piste intéressante, déjà exploitée par la grande distribution à travers le pooling, qui organise le partage des process, des entrepôts, des camions et des tournées de livraison par différentes enseignes.

## Révolution numérique.

Des outils intelligents ont aussi permis au secteur d'évoluer radicalement. On ne compte plus les applications et solutions informatiques qui simplifient désormais chaque fonction de la chaîne logistique. Les start-up Cubyn ou Wing se sont spécialisées sur le premier kilomètre en collectant, emballant et expédiant les colis à la place des entreprises, qui leur délèguent ces tâches via une interface en ligne. La solution Colisweb, intégrée au parcours client sur certains sites commerçants, livre en moins de deux heures sur le lieu choisi par l'acheteur et est gérée par un algorithme qui sélectionne le coursier le plus adapté. Stuart promet une livraison «*plus vite, moins chère*» et en 24/7. D'autres assurent un suivi en temps réel de l'acheminement et une

## Trois innovations... bien envoyées !

### 1 Urbismart, la mutualisation du premier au dernier kilomètre

Une plateforme de logistique mutualisée, adressée à des multichargeurs de diverses enseignes et des multiprestataires de transport, pour une livraison omnicanale B to B et B to C, à l'aide de véhicules propres. L'idée? Créer une communauté ouverte pour livrer plus, en moins de temps et pour moins cher, en polluant moins.

### 2 Shippeo, l'interface de tracking collaborative

Application web et mobile à destination des chargeurs, des prestataires logistiques et des transporteurs, qui gère les ordres de transport et les suit en temps réel. Au menu : géolocalisation, remontée d'informations en live, gestion des tournées et des retards, confirmation de chargement et de livraison. Le tout avec un simple téléphone.



### 3 Upela, le comparateur-facilitateur à prix négociés

Pour comparer les offres des transporteurs leaders du marché et bénéficier de tarifs préférentiels. Livraison en trois heures, envois tous formats, du pli à la palette, paiement différé, suivi de colis... Upela fait dans le sur-mesure et a même créé un connecteur permettant aux e-commerçants présents sur plusieurs marketplaces de centraliser leurs commandes.



remontée d'informations plus fiable et plus rapide pour l'expéditeur comme pour le receveur. Pour Bruno Viallon, «*c'est une véritable révolution qui offre de grandes possibilités, en particulier à travers le big data. Les données collectées sont d'une importance vitale pour recruter d'autres clients, mieux comprendre les flux et les réactions des consommateurs finaux*». ■ [@chef\\_entreprise](#)



Une bonne logistique représente un levier de croissance et un avantage concurrentiel.

Les services de logistique externalisée permettent de se recentrer sur son cœur de métier.

Le stockage de marchandises: principal poste de coût en matière de logistique.

La bonne gestion des envois ne sert à rien si la supply chain n'est pas optimisée.