



# L'attractivité des zones rurales

**Comment la mise en œuvre de logistiques durables peut-elle y contribuer ?**

**19 septembre 2023**

**Bruno Durand**

# Attractivité des zones rurales

**A – Enjeux et spécificités de la logistique en zones rurales**

**B – Réalisations, innovations, leviers, et tendances en matière de solutions logistiques rurales durables**

# Attractivité des zones rurales

- 1 - Un **commerce** de + en + **phygital**
- 2 - Modèles **logistiques** et commerce
- 3 - La **livraison durable** des derniers Km à domicile (**LAD**) et hors domicile (**LHD**)

# 1 - Commerce + phygital

## Le e-commerce « BtoC » en France

- **Nbre consonautes : 42 millions** (82% Inter. - 63% pop.)  
Des consonautes exigeants : **livraisons rapides, flexibles et bon marché !**
- **CA : 147 milliards € en 2022**  
(12,4% du Cce de **détail** [vs 13,7% en 2021])
- **2,3 milliards de transactions en 2022**
  - soit **54 transactions** en moyenne / consonaute en 2022  
(contre 7 en 2006 → x 8)
  - soit # **+ 1 transaction / semaine / consonaute**  
et **3 500 € dépensés en ligne en 2022**  
(65 € / transaction)

Source : Fevad 2023

# 1 - Commerce + phygital

## Typologie des sites de vente en ligne

Moins de 100 000 €  
par an

2,2 % du CA du marché



77,2 %  
des sites

De 100 000 € à 1 million €  
par an

8,3 % du CA du marché



17,3 %  
des sites

De 1 à 10 millions d'€  
par an

20 % du CA du marché



4,6 %  
des sites

Plus de 10 millions d'€  
par an

69,5 %  
du CA du marché



0,9 %  
des sites

Source : Fevad 2019

# 1 - Commerce + phygital

## Le « B to C » en France (IFOP)

- 1<sup>ère</sup> raison des achats en ligne :  
« *ne pas se déplacer* » (63%)  
Gain de temps pour 92% des Fr. (Fevad 2023)
- 2<sup>ème</sup> frein aux achats en ligne :  
« *frais de livraison élevés* » (55%)
- Modes de livraison les + utilisés :  
**LAD : 78%** / **LPR : 71%** (Fevad 23)

1 consommateur sur 2 a eu recours au retour

# 1 - Commerce + phygital

## Modes de livraison les + utilisés (en % des consommateurs)



**LHD**

(Fevad 23)

# 1 - Commerce + phygital

## E-COMMERCE & ENVIRONNEMENT

Le e-commerce permet chaque année de réduire considérablement le nombre de kilomètres parcourus en véhicule motorisé par les consommateurs en limitant leurs déplacements en voiture.

71% regroupent les commandes afin de limiter les livraisons

Les e-acheteurs qui se seraient déplacés pour acheter des produits habituellement commandés sur Internet, l'auraient fait :

en voiture ou à moto	71 %
en transports en commun	16 %
à pied	9 %
à vélo	3 %
avec un autre mode de déplacement	1 %

Source : Fevad 2020



# 1 - Commerce + phygital

## Le comportement du consommateur

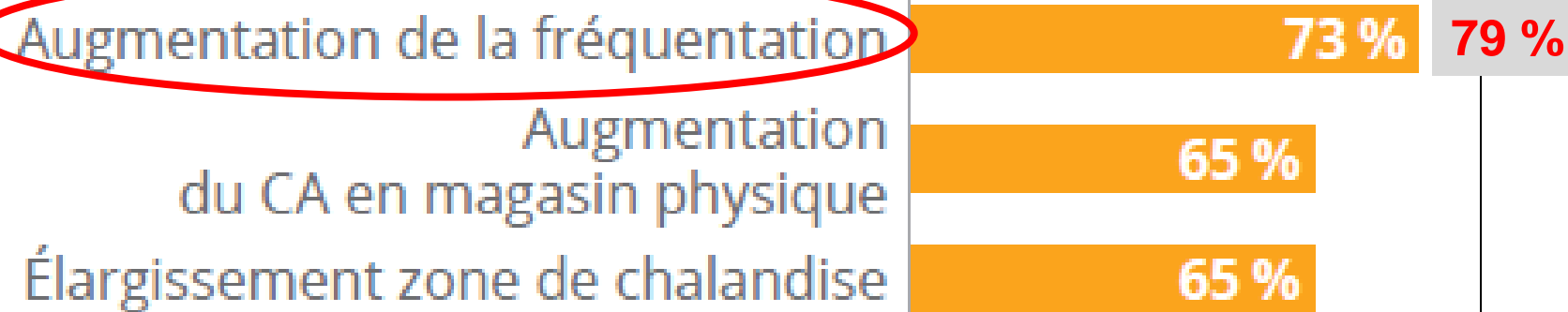


Source : Fevad 2015

# 1 - Commerce + phygital

## Les atouts de l'omni-canal

### Impact des sites web sur les magasins physiques des TPE/PME



En % des e-commerçants - source : Profil du e-commerçant spécial TPE-PME, Oxatis/Kpmg - janvier 2018.

Sources : Fevad 2018 / 2019

# 1 - Commerce + phygital

## Les défis de l'**omni-canal**

**Commerçants** en magasin et en ligne :

QU'EST-CE QUI DÉGRADE LEURS PROFITS ?



**71%** Les **retours** des commandes en ligne et des achats en magasins



**67%** Les **expéditions directes** aux clients depuis un centre de distribution ou un entrepôt

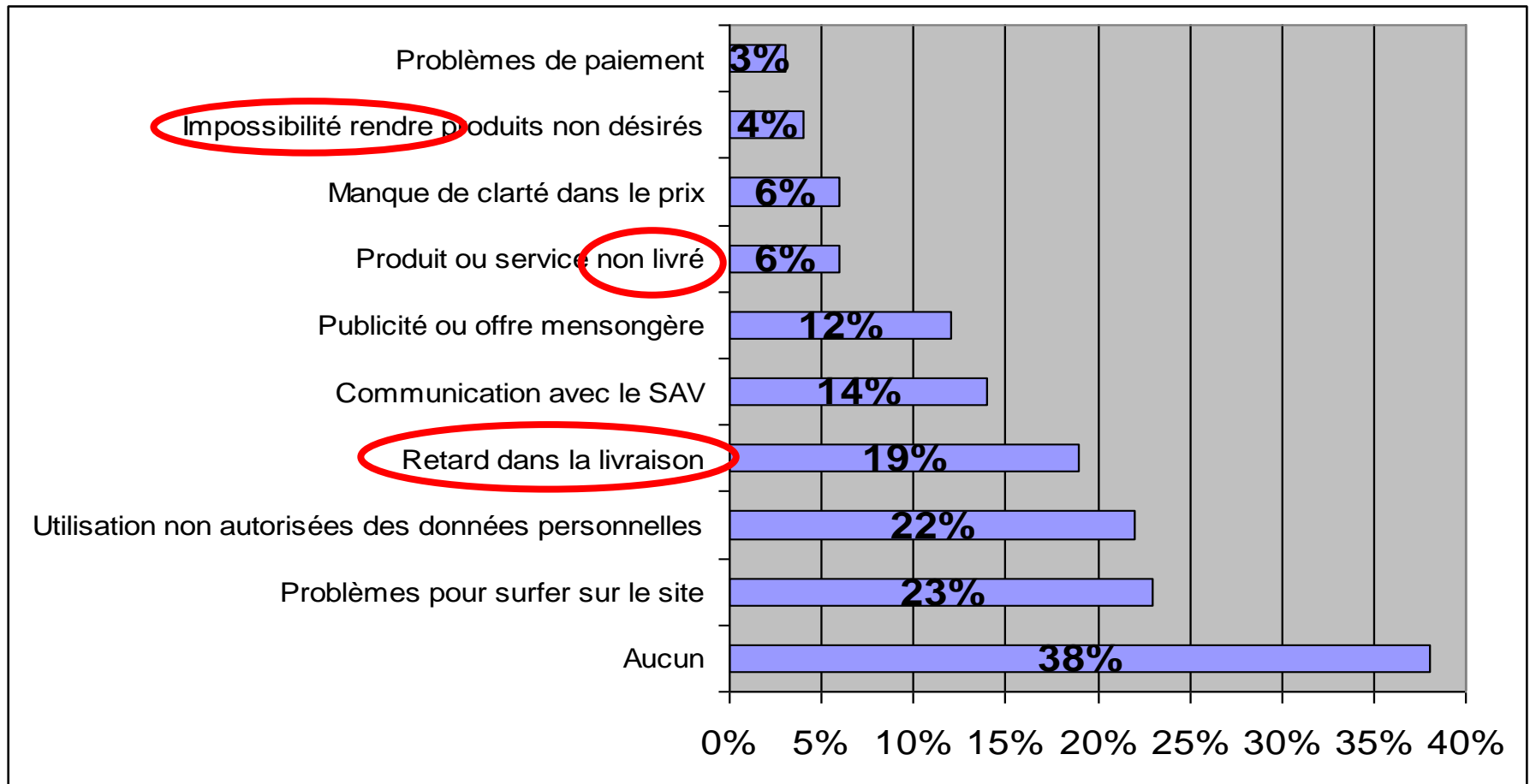


**59%** Les expéditions aux points de vente pour le retrait en magasin

Source : Omnicanal 2015

# 1 - Commerce + phygital

## Problèmes rencontrés par les consommateurs...



## Attention aux mythes...

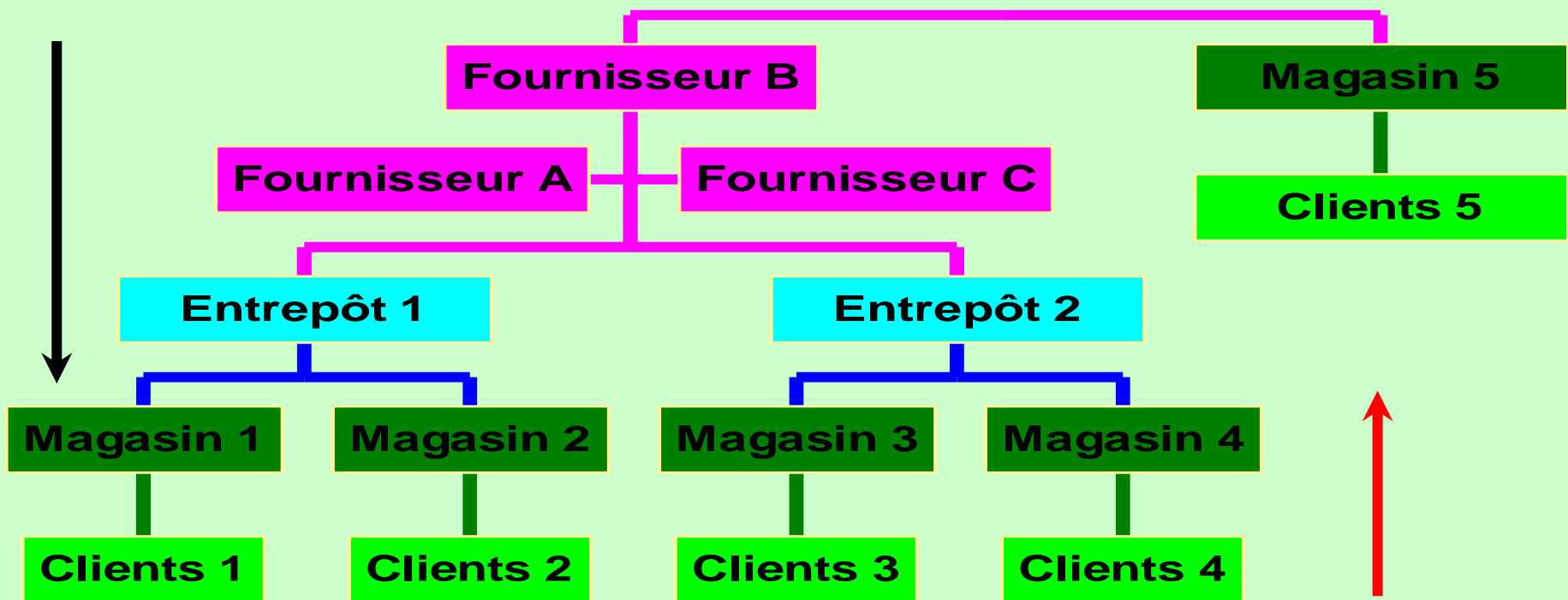
- Abolition du **temps** ? (*« quand je veux »*)  
...
- Abolition de l'**espace** ? (*« où je veux »*)  
...
- Fin des **intermédiaires** ?  
...

# 2 - Logistique et commerce

1

## Circuit de Distribution "B to B"

Rôle fondamental du magasin  
(lieu de rencontre du client et du produit)

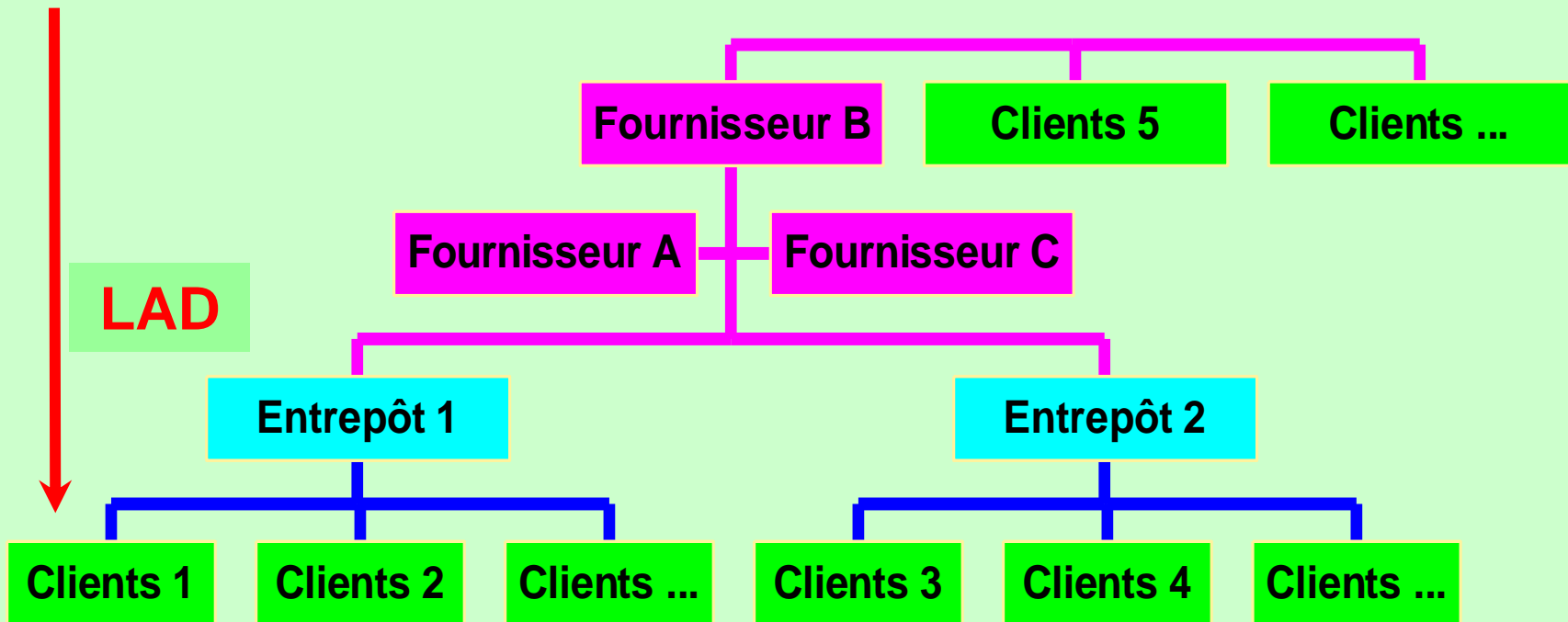


# 2 - Logistique et commerce

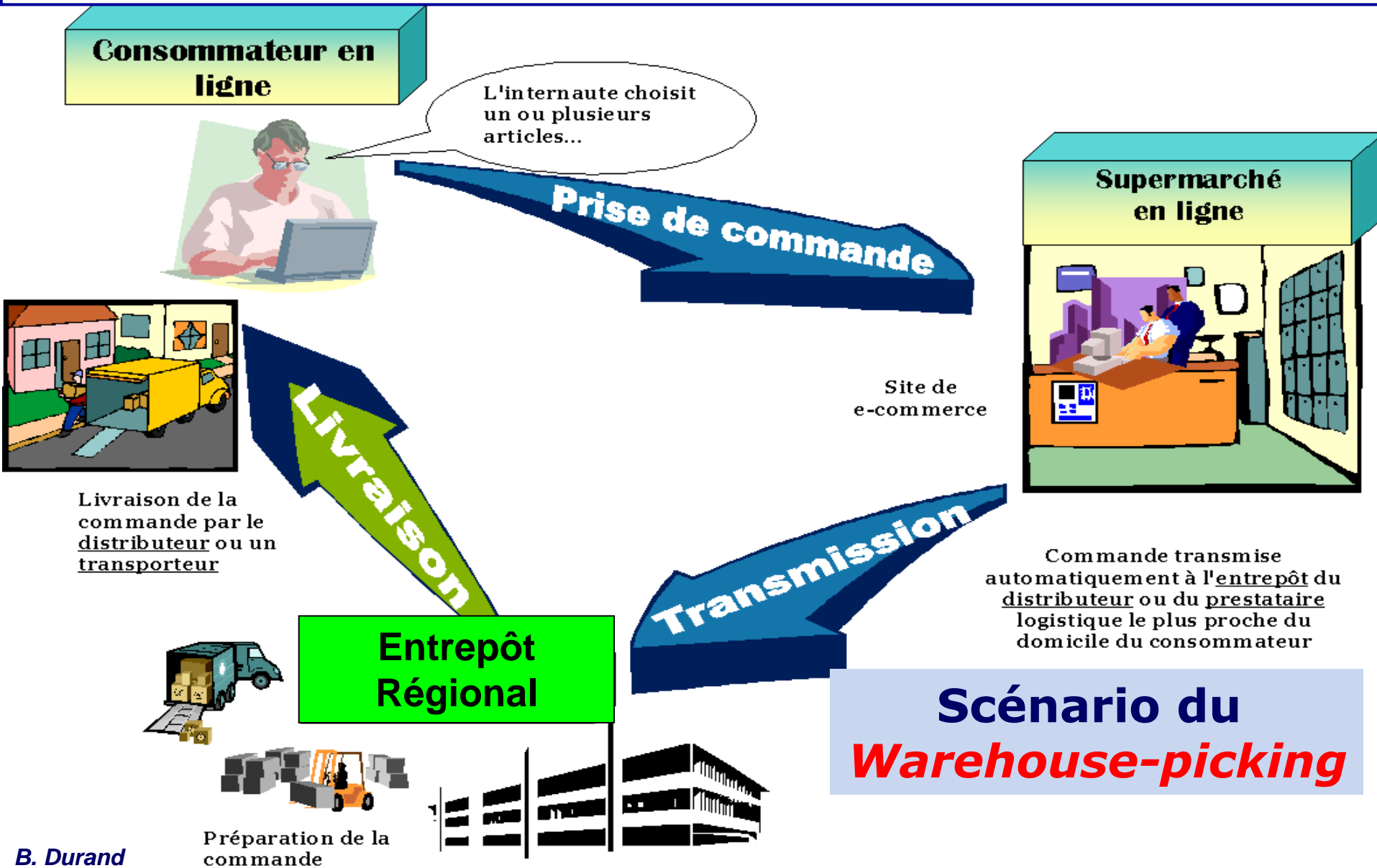
2

## Circuit de Distribution "B to C"

Le magasin est virtuel  
(Le produit est directement livré chez le client)



# Acte I (1998 - 2003) - Préparation des commandes en entrepôt régional





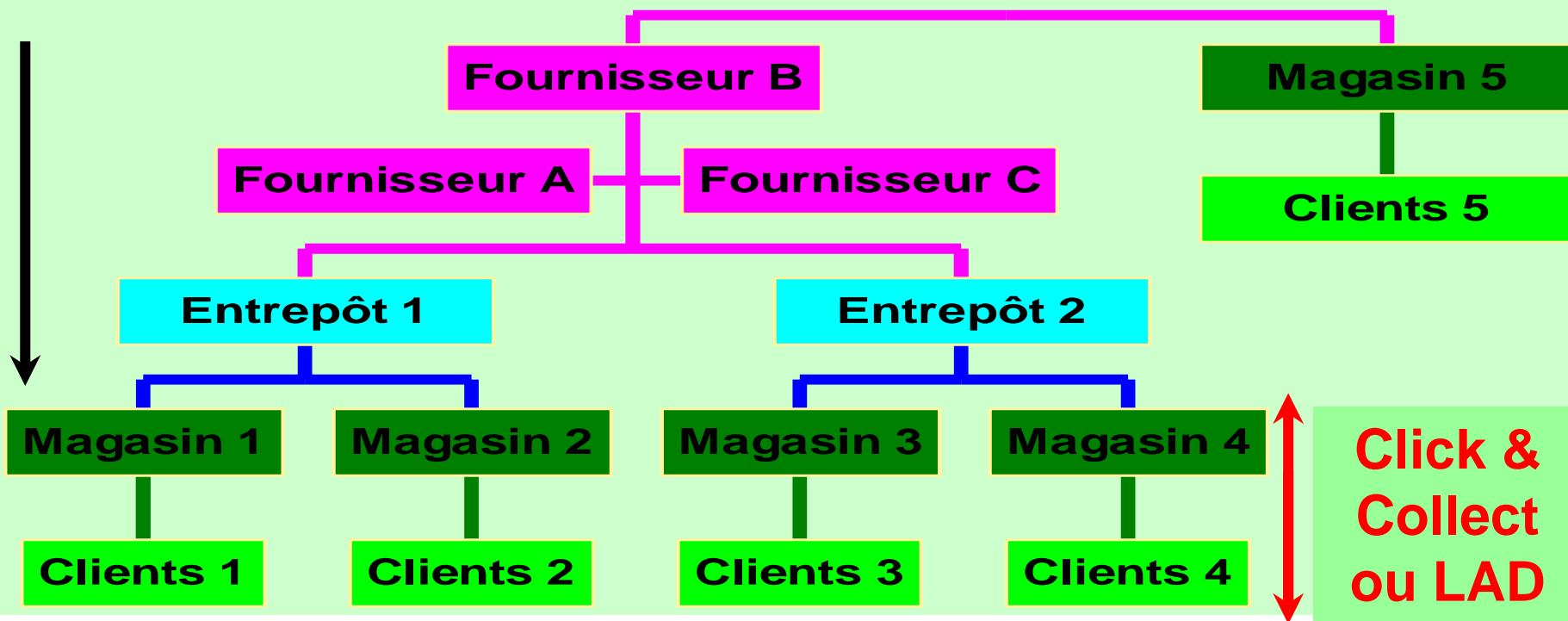
# 2 - Logistique et commerce

3

## Circuit de Distribution « B to B to C »

Rôle fondamental du magasin

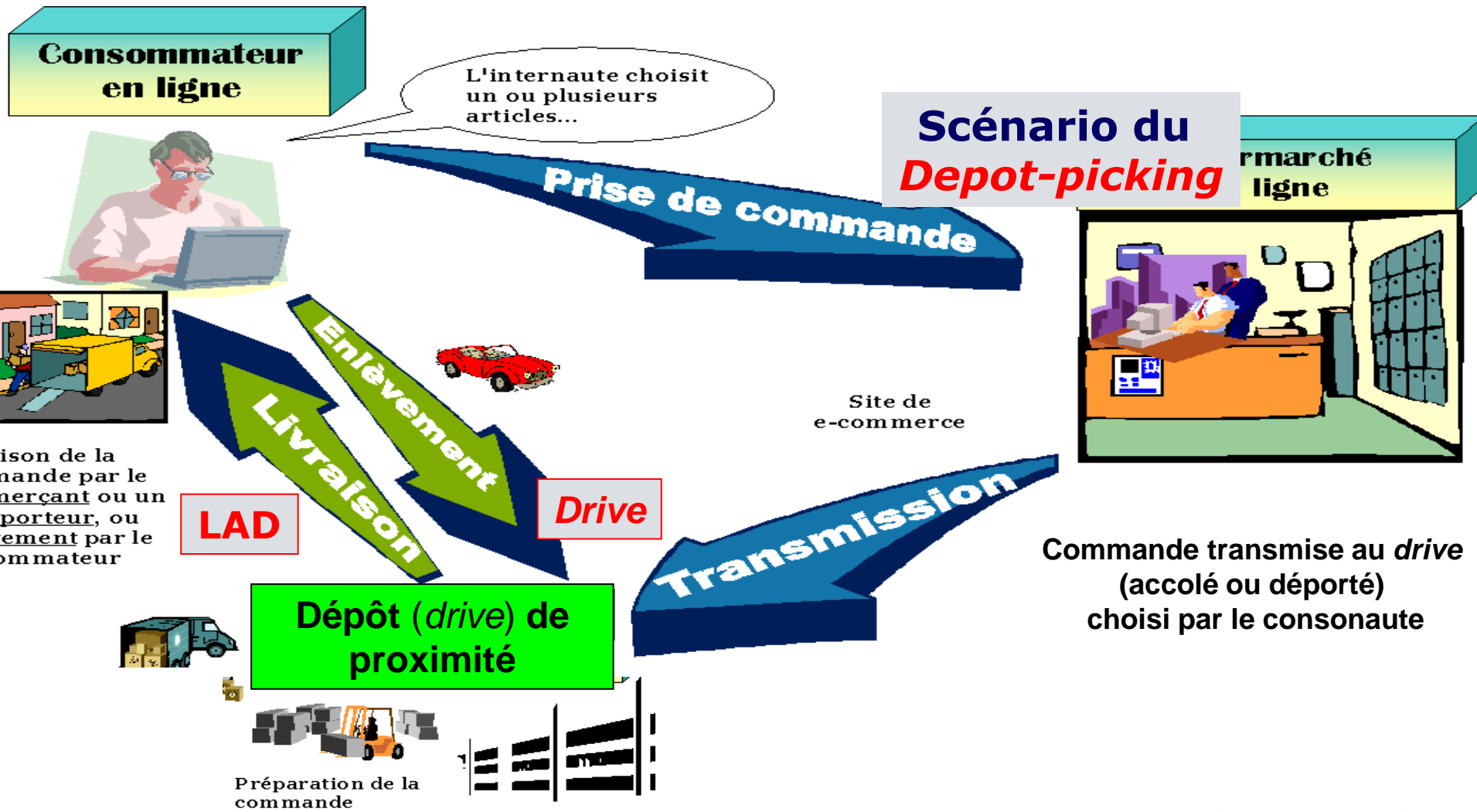
(lieu de **retrait** [et de **retour**], par le client, du produit)



# Acte II (2004 - 2010) - Préparation des commandes en magasin de proximité



# Actes III (2011-2017) - Préparation des commandes en dépôt de proximité

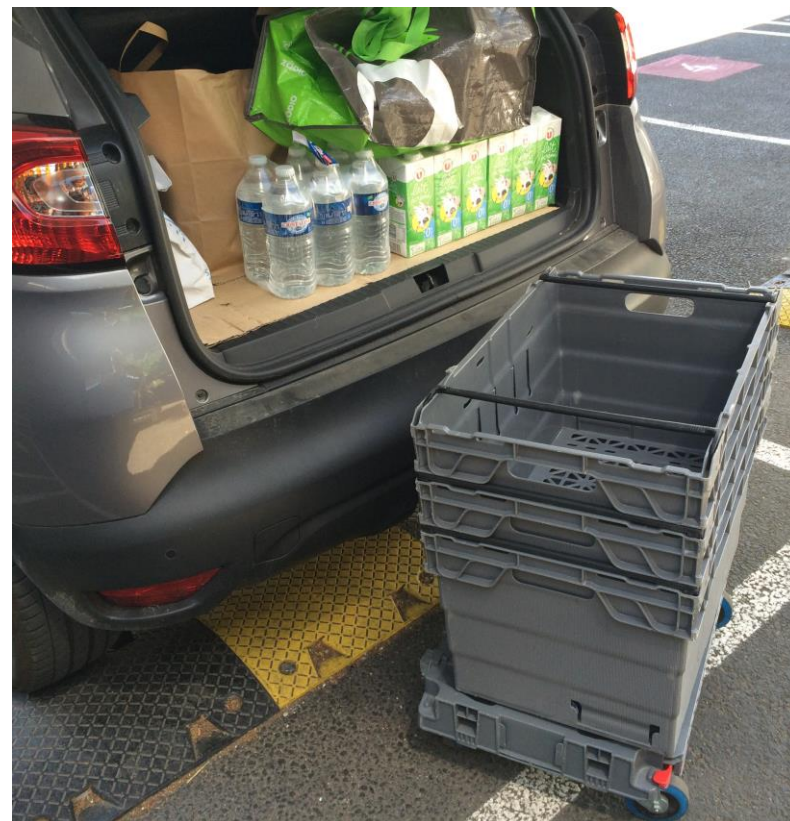


# 2 - Logistique et commerce



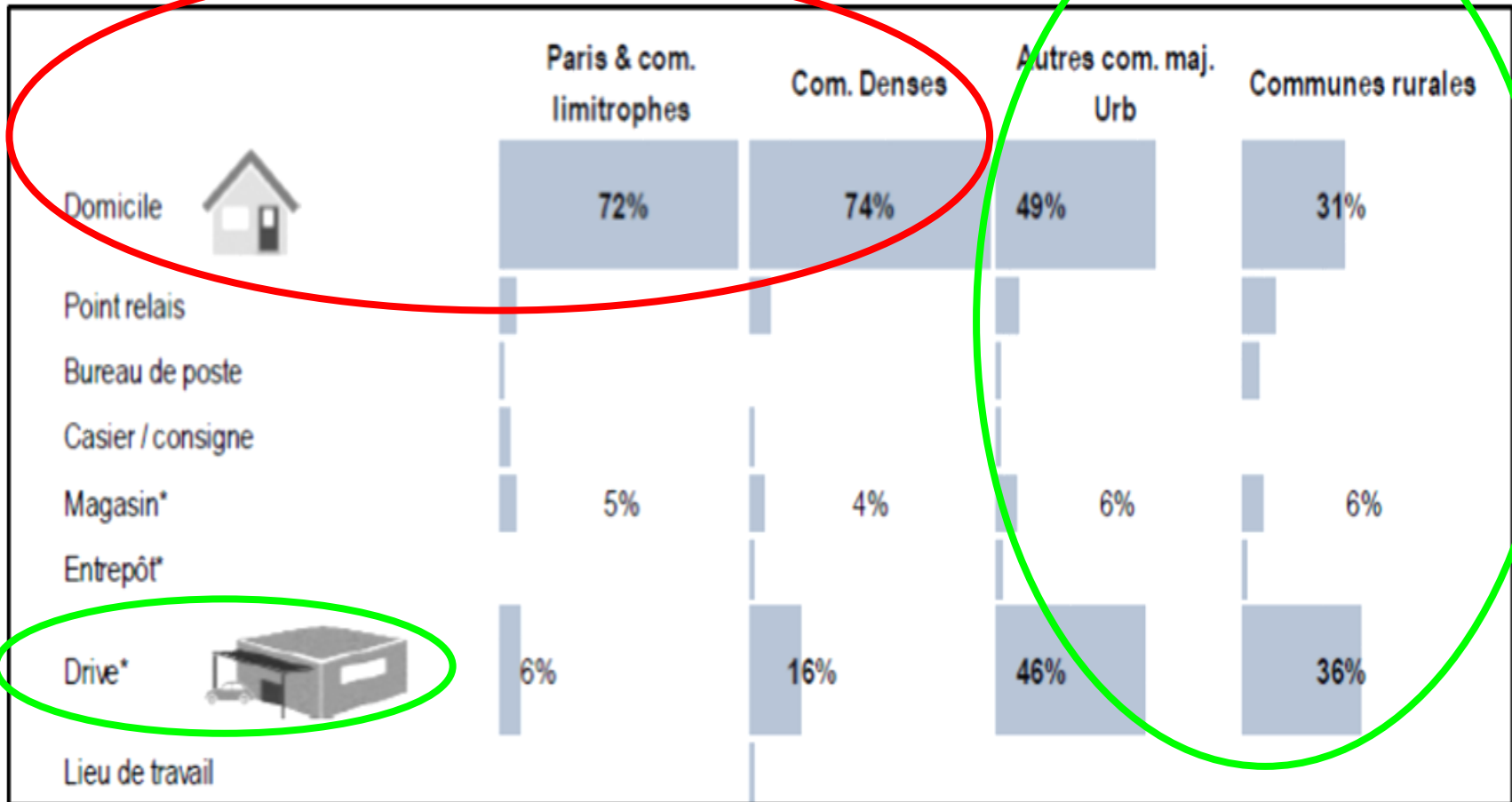
Le parc fr. de **drives** # **5 000**

**CA drives** # **10 %** **CA GSA**



# 2 - Logistique et commerce

*Les lieux de livraison des courses alimentaires de la grande distribution*



Source : IAU (2016)

# 2 - Logistique et commerce

## Stratégies de cyber-épiciers français afin de limiter la **LAD**



La livraison du dernier kilomètre est un enjeu majeur pour les distributeurs, qui aimeraient bien convaincre le plus grand nombre d'internautes de venir enlever eux-mêmes leurs commandes dans des points colis ou des consignes automatiques, y compris pour des produits frais. Le Leclerc Express d'Anglet expérimente ainsi un Drive Lockers de 77 casiers réfrigérés.

Source : Strat. Log - Sept 2019

# 2 - Logistique et commerce

## Acte IV (> 2017) - Développement du **drive-piéton**



en coeur de ville

→ consommateurs non motorisés



**Consommateur en ligne**

L'internaute commande ...

**Boutiques alimentaires en ligne**



**Prise de commande**

**Eclatement de la commande selon la nature du produit entre les différentes boutiques**

Sous-Commande transmise automatiquement à la charcuterie du consommateur

Sous-commande transmise automatiquement à l'épicerie du consommateur

Sous-commande transmise automatiquement à la boulangerie du consommateur

Livraison de la commande par un coursier

**Livraison**



**Boutique Charcuterie**

**Transmission**

**Transmission**

**Transmission**

Préparation de la commande



**mutualisée**

**Collecte**



**Boutique Boulangerie**

**Collecte**

**mutualisée**



**Boutique Epicerie**

Préparation de la commande



Collecte des commandes par un prestataire coursier

Préparation de la commande



**Scénario des petits commerces de proxi**



# 2 - Logistique et commerce

## Scénario des **petits commerces de prox.**

- **Zéro-investissement** dans la « brique »
  - **bivalence** des commerces
- **Hyper-proximité** : d'emblée dans le **dernier km**  
Relation « consommateur – commerçants » non anonyme, mais de confiance (stratégie du « sur mesure »)
- **Multiplication des points d'enlèvement**
- **Optimisation** à travers la **mutualisation** des **moyens** :  
(*Back-office* et *front-office*)  
**SOOD** (et non *OOSD*) & **SDU** → **coursier unique ?...**

# 3 – Livraison durable des derniers Km

Le développement du commerce en ligne « *B to C* » accentue le problème des **livraisons** (urbaines et rurales) qu'elles se fassent :

- directement au **domicile** de l'internaute (**LAD**) ou éventuellement sur son lieu de **travail** (**LAT**)

ou

- en dehors du domicile de l'internaute (**LHD**), sur un **point relais**, directement au **magasin**, ou bien sur un **EL** de proximité ou encore sur une **consigne**.



# 3 – Livraison durable des derniers Km

## a / Les réseaux de points relais

« Click-and-collect »

**30/35.000 P.R.**

Plus de **90%** des foyers français ont un Point Relais accessible à **moins de 5 km.**

Points constitués de **commerces de proximité** (Bx de Poste, points presse, stations, librairies, fleuristes...)

**Utilisés par + de 80%**



# 3 – Livraison durable des derniers Km

Un levier technico-organisationnel économique  
... et très concurrentiel

« *La solution des points relais est-elle la bonne ?...* »

Développement de l'offre



LA POSTE



- Grande **proximité** des P.R.
- Large plage d'**ouverture**



- Risque de **saturation** de certains P.R.
- **Inadapté** pour les produits encombrants, frais, surgelés

# 3 – Livraison durable des derniers Km

## Quand Carrefour et La Poste combinent drive piéton et retrait de colis 📦

Les deux groupes ont signé un partenariat national, pour livrer sous le même toit des achats alimentaires en ligne et des colis issus de l'e-commerce. Une alternative à la livraison à domicile, qui répond néanmoins au souci de proximité.

**Mai 2021**



# 3 – Livraison durable des derniers Km

## b / Les consignes automatiques

une alternative actuellement très urbaine...



# 3 – Livraison durable des derniers Km

La consigne : une alternative très urbaine...

envisageable en **zones rurales**

→ **Consigne roulante** (éphémère)



# 3 – Livraison durable des derniers Km

## c / Le recours aux EL (Espaces Logistiques)

### Un « beau » levier technico-organisationnel

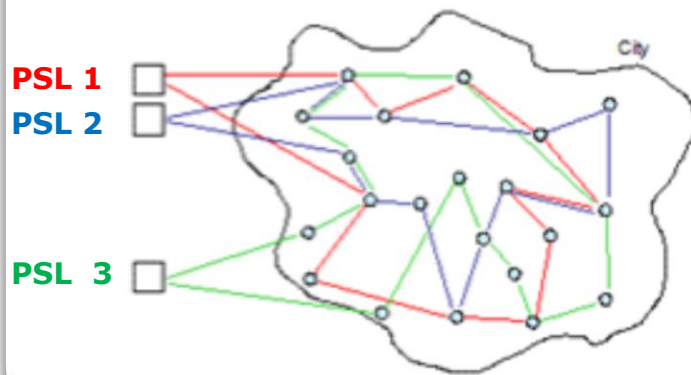
- S'appuyer sur des mini **plates-formes d'éclatement** à proximité des centres-villes ou des centres-bourg.
- Permettre un **tri** (et un regroupement) des marchandises à livrer par quartier ou **village**.
- S'inscrire dans une démarche de **mutualisation**  
*« Livrer avec moins de véhicules »*



# 3 – Livraison durable des derniers Km

**L'Espace Logistique**  
une infrastructure de **mutualisation**  
élément-clé d'une **logistique de proximité durable**

Distribution rurale sans EL



Distribution rurale avec EL



**L'EL → un outil d'optimisation**  
**- économique & environnementale -**



# 3 – Livraison durable des derniers Km

## d / La livraison collaborative en Z.R.

- ❑ Le **coût**, limite majeure de la **LAD traditionnelle**
- ❑ La **livraison collaborative**, une innovation ?
  - Un renouveau de la LAD ?
  - Une V.A. au *click-&-collect* ?

La livraison  
n'est pas  
dédiée,  
mais  
mutualisée

# 3 – Livraison durable des derniers Km

## Le Nantais **Shopopop**, leader européen de la livraison collaborative



- ❑ Une **LAD** est **collaborative** («*crowdshipping*») quand elle fait appel à un livreur **particulier**, et non à un prestataire.
- ❑ Il s'agit d'un **modèle de livraison récent** (2016), à partir de *drives* ou de commerces de proximité.
- ❑ Les livreurs («*shoppers*») et les destinataires sont tous des particuliers, mis en relation *via* une **plate-forme Internet**.
- ❑ Il s'agit de profiter du déplacement d'un **voisin** « *shopper* » → livraison + **économique** et + **écologique**.

# 3 – Livraison durable des derniers Km

## La logistique des derniers kilomètres fait face à un triple défi...

**1 - en LAD : « 0-échec de livraison »**

→ taux de réussite de la 1<sup>ère</sup> présentation = 100%

→ « 0-2<sup>ème</sup> présentation »

→ diminution des Km parcourus et des nuisances

**2 - en LAD : « Le tout en une livraison »**

→ « 1 coup de sonnette unique »

→ consolidation des commandes sur un **EL**

→ mutualisation du dernier Km

**3 - en LHD : « Le tout en un seul retrait »**

→ retraits sur *drive* ou **EL** lors de trajets... non dédiés

# Attractivité des zones rurales

## A – **Enjeux** et spécificités de la logistique en zones rurales

→ Un élément clé d'**attractivité**

\* Service à haute **valeur ajoutée**

\* **Coût** ++ des derniers kilomètres

\* Impact **environnemental** à améliorer

# Attractivité des zones rurales

## A – Enjeux et **spécificités** de la logistique en zones rurales

- Une log. **peu développée** (vs LU)
- \* **Moindre congestion** (ZFE ?)
- \* **Faible rentabilité**
- \* **Attentes multiples** (/ produits...)

# Attractivité des zones rurales

## **B – Réalisations et innovations en matière de SLRD :**

- \* **Matérielles (flottes à +FE...)**

Ex : Chronopost, DPD, DHL, FedEx

- \* **Organisationnelles (espaces log., livraisons collaboratives...)**

Ex : le Nantais Shopopop



# Attractivité des zones rurales

## B – Leviers d'attractivité et tendances en matière de SLRD :

→ **Décarbonation** des livraisons et des enlèvements (*reverse*)

\* **des modes + adaptés** (drones [vs cyclolog. & fluvial], PR privilégiés...)

\* **des infrastructures + « light »**  
(consignes automatiques ou non, mobiles ou non...)

# Conclusion

- Le niveau de **performance** de la **L.R.** - sa durabilité - constitue un facteur clé d'**attractivité**.
- La **MEP** de structures de **gouvernance multicéphale** (PSL, collectivités, commerçants & producteurs locaux...) d'une **L.R.D.** s'avère **délicate**, **mais** **nécessaire...**



# L'attractivité des zones rurales

**Comment la mise en œuvre de logistiques durables peut-elle y contribuer ?**

**19 septembre 2023**

**Bruno Durand**