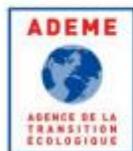


Résumé Fiche action collaborative :

Penser les flux de marchandises liés au e-commerce de manière soutenable

(Version mars 2023)

InTerLUD, programme porté par :



1

Au cœur de la crise COVID, le e-commerce représentait 36% des flux urbains de marchandises, contre 19% avant la crise liée au COVID. La France compte, en 2023, 42 millions d'e-consommateurs, générant la livraison de plus d'un milliard de colis par an. Ce mode de consommation engendre une multiplication des canaux de vente, de livraison et s'accompagne de nouvelles pratiques et contraintes logistiques : livraison dans des délais de plus en plus courts, génération de nombreux mouvements de marchandises, fort besoin de foncier, augmentation de la congestion en ville, conditions de travail dégradées, etc.

2

Éléments de diagnostic :

- Identification des lieux, pratiques et modes d'organisation du e-commerce
- Collecte de données liées aux pratiques des consommateurs, commerçants, distributeurs

3

Intérêt et objectifs :

- Améliorer l'intégration des activités liées au e-commerce dans l'espace urbain
- Structurer la gouvernance et identifier les principaux acteurs du e-commerce du territoire
- Contribuer à une livraison du dernier km liée au e-commerce plus optimale en réduisant ses externalités négatives

4

Impacts attendus :

L'amélioration des organisations logistiques liées au e-commerce va permettre d'améliorer la qualité de l'air, diminuer le bruit et les émissions de gaz à effet de serre, améliorer les conditions de travail (des chauffeurs-livreurs notamment) ou encore contribuer à l'attractivité d'un territoire.

6

Définition : Le e-commerce, commerce en ligne ou commerce électronique est défini par la loi 2004-575 du 21 juin 2004 comme « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services. » Cette loi transpose dans le droit français la directive européenne 2000/31 réglementant le commerce électronique. La vente de produit représente un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires du e-commerce (66,7 milliards d'euros en 2021), le reste étant lié à la vente de services.

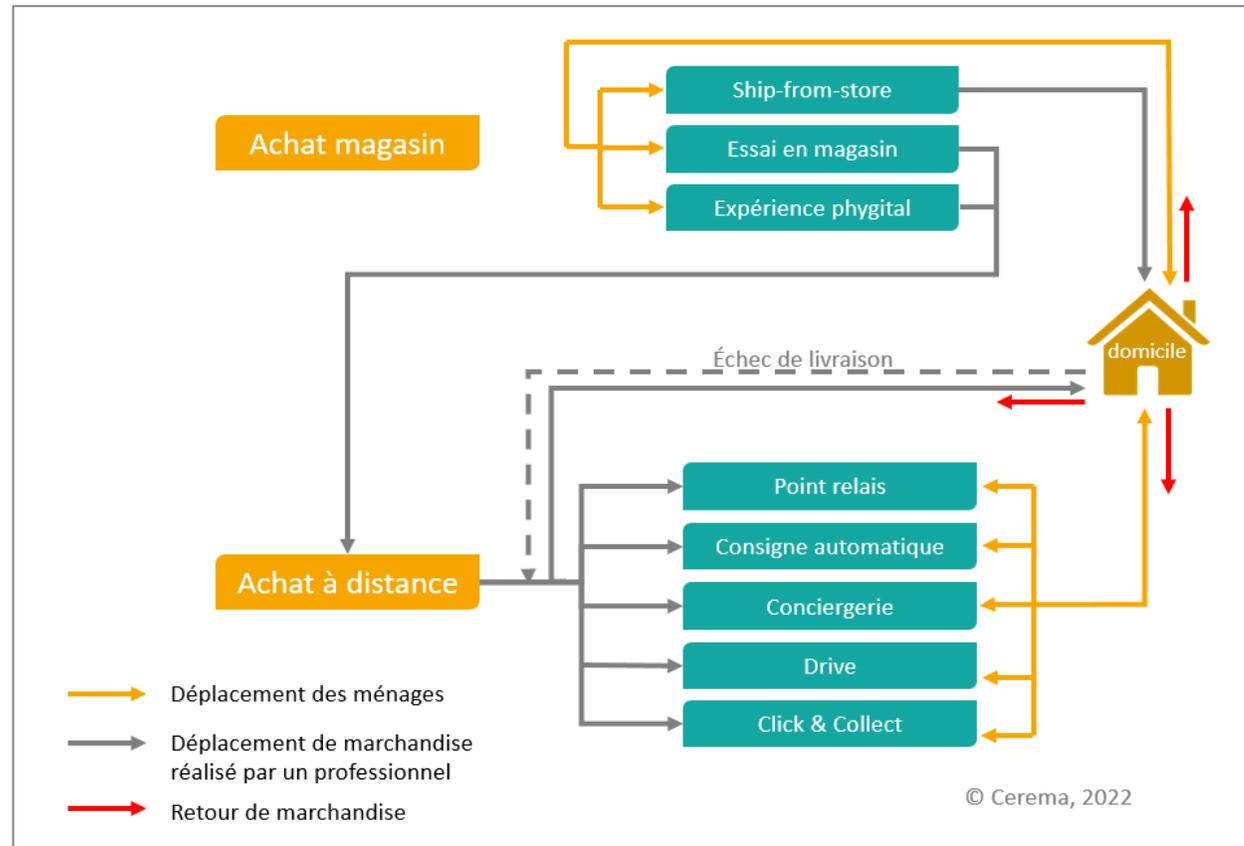
*« Compte tenu des difficultés de nombreux acteurs du commerce, il est nécessaire de prendre des décisions rapides, **concertées avec l'ensemble des parties prenantes**, pour préserver la diversité des modes de commerce en faisant émerger un commerce en ligne durable, cohérent avec les orientations du gouvernement en matière écologique, économique et sociale. »*

POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE DU COMMERCE EN LIGNE, 2021

Un bouleversement de la logistique du dernier kilomètre :

- En France, plus d'1 milliard de colis livrés par an
- Une activité économique croissante qui contribue à l'augmentation de la demande logistique
- Un besoin en foncier important
- De nombreux véhicules mobilisés

Des canaux de distribution variés



➤ Connaître les flux liés au e-commerce

- Réaliser des **études**
- Systématiser la **collecte de données** liées au e-commerce

➤ Appréhender le maillage territorial de la logistique du e-commerce

- Prendre en compte les enjeux fonciers liés au e-commerce dans les **documents de planification**
- Étudier la **localisation** des entrepôts logistiques
- Anticiper les besoins liés au e-commerce **dans les nouveaux aménagements**
- Elaborer un schéma directeur des **points de livraison**

➤ Accompagner commerçants et consommateurs

- Intégrer une logistique urbaine durable dans les démarches favorisant **la vente en ligne des commerçants** de proximité
- **Sensibiliser et communiquer** auprès des consommateurs

9

Coût et financement de l'action

Exemples de coûts observés :

Enquête de grande ampleur à l'échelle de la collectivité, comparable à l'enquête achat découplé des ménages de la Métropole de Lyon (méthodologie, réalisation, analyse des résultats) : 100 000 – 150 000 € TTC

Document stratégique sur les points de livraison hors domicile tel que le schéma directeur des points relais de Valence Romans Déplacements : < 50 000€ TTC

Information et mobilisation des citoyens sur leur mode de livraison e-commerce, comme le défi

Consomm'acteurs de la Métropole du Grand Paris : environ 55 000 € HT

Acteurs impliqués : Etat, région, EPCI, commune, acteurs privés (expressistes, commerçants, ...), organismes de recherche, citoyens

10

Indicateur de suivi global

1 Démarrage	2 Consolidation	3 Décollage	4 Exemplarité
<p>Identification des acteurs du e-commerce sur le territoire</p> <p>Connaissance de la localisation des entrepôts e-commerce, des points de livraisons (point relais, etc.)</p> <p>Réalisation d'un premier diagnostic (ratio d'enquêtes nationales avec nombre d'habitants, densité, CSP, etc.)</p>	<p>Mise en place d'un espace de travail spécifique sur le sujet avec les acteurs locaux</p> <p>Intégration des enjeux logistiques dans la mise en place de plateformes de commerce local en ligne</p> <p>Élaboration d'un schéma directeur des points de livraisons</p>	<p>Réalisation d'un diagnostic plus approfondi avec de la collecte de données locales : informations provenant d'acteurs privés du territoire sur leurs flux et leurs circuits de livraison, réalisation d'enquêtes sur les pratiques des consommateurs du territoire</p> <p>Intégration des spécificités de la logistique e-commerce dans les documents de planification (PLU)</p>	<p>Actions de sensibilisation auprès des consommateurs du territoire sur l'impact des achats en ligne (défis, campagnes de communication, concertation citoyenne)</p> <p>Intégration des besoins en aménagement logistique dans les projets immobiliers urbains (immeuble, quartier)</p> <p>Accompagnement et co-financement d'expérimentations pour optimiser les flux de e-commerce (appels à manifestation d'intérêt, appels à projet)</p>

Indicateur de suivi

- Existence d'une instance de travail dédié au sujet de la logistique urbaine du e-commerce, nombre de réunions annuelles sur le sujet, exhaustivité des acteurs impliqués vs sollicités
- Existence d'un diagnostic sur les entrepôts logistiques e-commerce, le maillage des points relais et consignes automatiques
- Documents de planification intégrant les enjeux de LU
- Nombre de citoyens sensibilisés
- Réalisation d'une enquête dédiée au territoire sur les pratiques du e-commerce
- Prise en compte (et optimisation) de la logistique liée à une plateforme de commerce local en ligne