

Stratégie du e-commerçant et logistique urbaine

1

CHRISTINE BELIN-MUNIER
UNIVERSITE DE BOURGOGNE
LABORATOIRE THEMA, UMR 6049



Nantes, 27 juin 2013

Introduction

2

- **Achats e-commerce**
 - 37,7 milliards en 2011 (Fevad, pour l'année 2011)
 - 3,8% du commerce de détail (Insee, pour l'année 2010)
- **Entreprises e-commerce**
 - 100 400 sites actifs
 - Dont 800 enregistrent plus de 10 000 transactions par mois
- **Logistique et e-commerce**
 - Le bon produit, au bon moment, dans les bonnes quantités et conditions de qualité et de service, au moindre coût
 - => Différenciation, coût, focalisation
 - => Stratégie logistique et logistique stratégique

Problématique

3

- Angle de la rationalité stratégique (planification stratégique)
- Les choix stratégiques rationnels de e-commerçants, en intégrant plus ou moins largement la dimension logistique, permettent-ils d'anticiper des impacts sur la logistique urbaine?

Plan de la communication

4

- 1. Stratégie logistique des e-commerçants, logistique stratégique et logistique urbaine : point de vue théorique
- 2. Etudes de cas

1. Point de vue théorique

5

**STRATÉGIE LOGISTIQUE, LOGISTIQUE
STRATÉGIQUE ET LOGISTIQUE URBAINE, DU
POINT DE VUE DES E-COMMERÇANTS**

a. Stratégie logistique

6

- Les différents âges de la logistique dans les entreprises
- Fonction support de la stratégie d'entreprise
- La logistique comme source de valeur pour le consommateur
- Des ressources matérielles et immatérielles difficiles à imiter
- => Qu'en est-il dans le e-commerce?

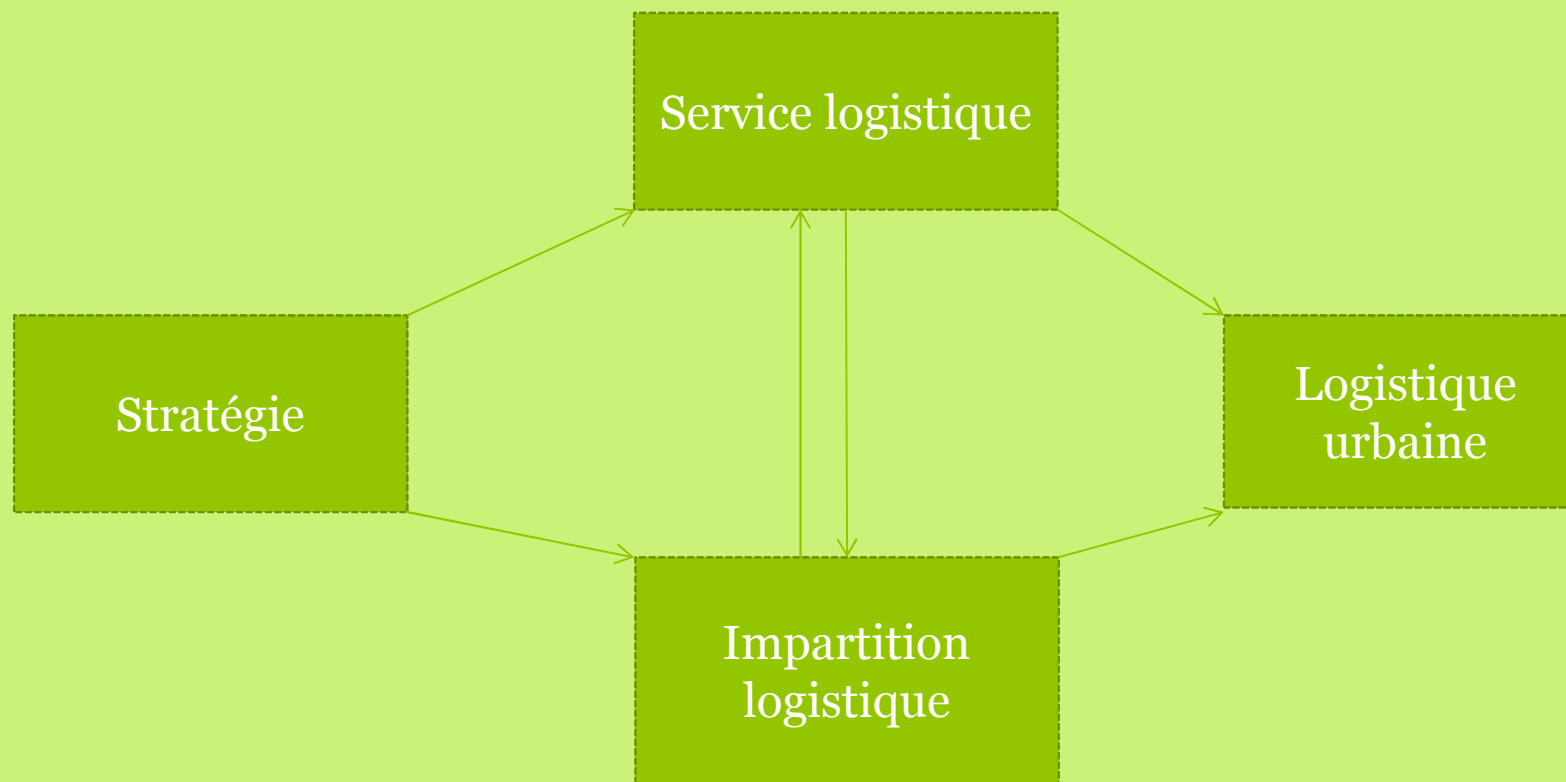
b. Logistique stratégique

7

- La démarche logistique comme vecteur de stratégies
- Capacité d'apprentissage logistique
- => choix d'impartition
- => dans le e-commerce?

Le modèle explicatif

8



c. Travaux existants sur le e-commerce

9

- Le niveau de service logistique est bien une attente du client du e-commerce
- Impact du dernier kilomètre sur l'efficacité
- Différents modèles d'affaires
- Maturité logistique du client
- Mix marketing logistique
- => Peu d'études sur l'impact sur la logistique urbaine.
- => domaine encore exploratoire

2. Quelques études de cas

10

a. Méthodologie

11

- Entretiens semi-directifs de 2h en moyenne, complétés de données secondaires issues de la presse professionnelle, de conférences destinées aux professionnels, de responsables logistiques de e-commerçants ou de cadres de structures logistiques utilisées par les e-commerçants.

Typologies préalables

12

- E-commerce et e-business
- Différents modes de consommation
- Modèle transactionnel et modèle relationnel
- Modèles de revenus

b. Données

13

- **E-logistique:**
 - Efficience
 - Préparation de commande
 - Emballage
 - Gestion des stocks
 - Dernier km
 - Bi-directionnelle

- **Sous-traitance et place de la logistique:**

- Intégration de la logistique, du transport ; véhicules en propre; PSL
- Intégration de la logistique ; organisation du transport; sous-traitance de la traction ; PSL
- Intégration de la logistique ; organisation du transport; intégration de transports spécifiques ; PSL
- Intégration de la logistique et offre de prestation logistique ; sous-traitance du transport
- Ré-intégration de la logistique en local ; sous-traitance à l'étranger ; sous-traitance du transport
- Mutualisation de ressources
- Sous-traitance totale
- Filiale commune avec un transporteur

- **Des offres de prestations spécifiques**
 - Offre logistique spécifique aux e-commerçants
 - Spécialistes du B2B
 - La Poste
 - Geodis
 - Volumineux
 - Coursiers
 - Points relais

- **Le niveau de service logistique**
 - Sites de deuxième génération
 - LAD
 - Communication
 - Maturité logistique du client

Conclusion

17

- Des enjeux stratégiques différents pour la logistique et pour le transport
- L'intégration marketing de l'accessibilité au produit
- Mais
- Une logistique urbaine bien loin des préoccupations stratégiques de la plupart des e-commerçants,
- Laisée à la charge des PSL spécialistes.