

Portage d'Achats en Centre Ville : Etat de l'existant

BARDIN ISABELLE, MÖESCH EMMANUELLE

Evolution du contexte de la logistique individuelle

Logistique Urbaine

- Non-optimisée
- Impacts environnementaux, sociaux, économiques

Evolution des centre villes

- Dynamisation du centre ville vs. Piétonisation

Flux d'achats des particuliers

- Part de la voiture individuelle

Le Projet PAC

Partenaires

- Ecole des Mines de Saint Etienne, Cluster Paca Logistique, CRET-LOG,

Objectifs

- Déterminer les modalités d'une mise en œuvre viable d'un système de portage d'achats en centre ville

Démarche

- Mettre à jour et approfondir l'étude des expérimentations menées, étudier les usages possibles et les attentes d'un service de portage à domicile
- Proposer des modèles d'organisations logistiques et informationnelles pour un système viable

Le Projet PAC (2)

Apports

- Couvrir un champ de recherche peu exploré
- Contribuer aux objectifs à moyen terme du Grenelle
- Proposer une approche globale
- Formaliser les acquis de l'expérimentation pour passer à un modèle viable de mise en œuvre
- Apports scientifiques et aux politiques publiques

Le Projet PAC

Objectifs

- Déterminer les modalités d'une mise en œuvre viable d'un système de portage d'achats en centre ville

Démarche

- **Mettre à jour et approfondir l'étude des expérimentations menées**, étudier les usages possibles et les attentes d'un service de portage à domicile
- Proposer des modèles d'organisations logistiques et informationnelles pour un système viable

Etat de l'existant : méthode

Revue documentaire

- Recensement inclusif de systèmes de livraisons au particulier et de portages d'achats

→ Définition

- Isolation du service « portage d'achat »
- Proposition d'une définition précise

Etude approfondie

- Définition d'une grille d'analyse
- Application aux systèmes de portage d'achats recensés
- Entretiens complémentaires ciblés (3 + 2?...)

Recensement de services apparentés

Etude documentaire préalable

- DRAST, (2003), Etude sur le Portage à Domicile et les nouveaux services, IDEE Cœurs de villes – Juin 2002/mai 2003

Recherche des services existants

Typologie sur des critères de mutualisation et de type d'achats

Recensement de services apparentés Typologie

II. Démarche

Drive

- Chaines de supermarchés
- Achat impersonnel, monostructure, déplacement du client en voiture

Interfaces producteur-consommateurs

- AMAP, Plateforme
- Abonnement, souvent mono ou bi-structures, 1 catégorie de produits

Livraison de proximité :

- BtoB/BtoC ; écologique ; innovations (livraison participative...)
- Tous types de service livraison, pas de mutualisation amont

Livraison après achat (chaines)

- Chaines de supermarchés
- Pas de mutualisation entre commerces

Assistance d'achats aux PMR

- Accompagnement à l'achat
- Peut inclure le portage d'achat

Portages de repas

- Souvent porté par le public
- Abonnement, sans achat personnel

Conciergerie d'entreprise

- Services CE : cordonnerie, pressing, dépôts de colis, etc.

Définition du concept

"Le portage d'achat est un service de livraison à un point x (point relais, domicile, bureau, hôtel...), dans une logique territoriale, consécutif à un achat de personne à personne (commerçant-client), organisée par une structure dédiée et mutualisée, coordonnant de multiples acteurs d'un périmètre délimité. Le périmètre d'achat peut être différent du périmètre de livraison."

CRET-LOG – Cluster Paca Logistique

Cas étudiés

ENTRETIENS

- Versailles Portage, Versailles
- Free'dom, Lyon
- La Tournée, Belleville
- Triporteurs Rennais, Rennes
- Proxipousse, Marseille

ETUDE DOCUMENTAIRE

France

- Aulnay-sous-Bois
- La Ciotat
- Bordeaux
- Metz

En Espagne

- Cornella Compras a Casa

Genèse

Impulsion

- Association de Commerçants
- Structure de livraison / transports
- Organisme tiers
- Collectivité locale

Dimension

- Etudes de marché limitées
- Format expérimental

Service

Achat

- Personne à personne

Déclenchement du service

- Acteur : commerçant / client
- Outil : téléphone largement majoritaire

Livraison

- Lieu
- Horaire

Organisation

Flux de marchandises

- Tournées / flux tendus
 - Tri / direct

Flux d'information

- Notes écrites
- Système informationnel

Matériel et immobilier

- Ressources humaines
- Local
- Types de véhicule

Planification des tournées

Aspects financiers

III. Observations

Financements

- Association de commerçants
- Aide publique
- Sponsors
- Autofinancement

Structure de coût

- Coût réel d'une livraison
- Répartitions des coûts

Freins à lever

IV. Résultats intermédiaires

Prix de la prestation : combien les acteurs sont-ils prêts à payer ?

Système fixe ou offres adaptables ?

Livraisons : flexibilité ou massification ?

→ Structure dédiée ?

Problématique de la demande

- Communication
- Difficulté d'utilisation / complexité des offres
- Aspect culturel

Non-adéquation entre le modèle de massification et les flux

Identification de caractéristiques clés

IV. Résultats intermédiaires

Nécessité d'un plan marketing
Bénéficiaire d'un appui politique
Élément « confiance »

S'orienter vers des modes de transports écologiques

Mutualiser les flux

Adapter les besoins matériels et en ressources humaines

Perspectives

Suites du Projet

- Focus Groups (en cours)
- Modélisation

Valorisation

- Présentations et publications intermédiaires
- Livrables
- Résultats opérationnels