

Ces Belges qui cherchent à verdir l'e-commerce

TRANSPORT L'innovation « verte » atteint aussi nos nouveaux modes de consommation

► Conscients de l'enjeu toujours plus grand que promet de représenter l'e-commerce, des acteurs de la logistique se positionnent pour le rendre plus durable. ► La bonne nouvelle, c'est que les solutions existent déjà.

L'arrivée du géant chinois Alibaba à l'horizon 2021, sur le tarmac liégeois, n'a pas fait que des heureux. Aux yeux de ses détracteurs, elle sanctuarise, d'une certaine manière, un nouveau mode de consommation qui met une pression maximale sur les coûts et les délais et qui ne rougit pas de multiplier les trajets en camion pour les livraisons, parfois pour une seule transaction et donc une création de richesse finalement faible.

Le boom de l'e-commerce, justifient les autorités belges, est une réalité à laquelle notre pays ne va pas échapper, alors autant tenter de tirer son épingle du jeu.

En Belgique, certains acteurs de la logistique refusent toutefois de penser que l'e-commerce n'est qu'une fatalité polluante. Des solutions existent en fait déjà. ■

ELODIE LAMER



Avec Hytchers, Jonas Douin a lancé le « covoiturage de colis » et pense se développer en jouant sur le secteur des renvois de marchandises. © SYLVAIN PIRAUX.

EN CHIFFRES

50 %

Il s'agit du taux de retour de Zalando, le géant de la mode en ligne. La firme dit par ailleurs revendre 97 % de ses retours.

3 millions

Il s'agirait du nombre de produits détruits par Amazon pour la France sur l'année 2018. C'est une estimation réalisée par une ONG sur la base des chiffres qu'elle a pu obtenir pour un entrepôt et qu'elle a extrapolés à l'échelle du pays.

0,05 %

Le taux des produits détruits par Zalando. L'entreprise assure ne prendre cette voie que dans des cas exceptionnels, par exemple pour des raisons de santé.

E.L.R

les retours Un marché pollueur... mais prometteur

En 2016, un nouvel acteur de la livraison de colis pour le moins disruptif se faisait connaître du grand public : Hytchers. Cette jeune pousse créée par deux Liégeois a décidé de capitaliser sur les coffres vides des navetteurs, ou le « covoiturage de colis », comme nous explique Antoine Dessart, cofondateur.

Concrètement, c'est une appli qui permet aux navetteurs de récupérer des colis et de les laisser dans des points relais si ces derniers sont à moins de six minutes de détour de leur

itinéraire initial. Une façon de rentabiliser leurs trajets (via des points échangeables) tout en faisant un geste pour réduire le CO₂ émis par les livraisons. Deux ans et demi après son coup d'envoi, le principe séduit quasiment 8.000 automobilistes, mais n'a pas encore trouvé l'équilibre.

« On ne sait pas être compétitifs sur l'envoi », explique Antoine Dessart. Les grands acteurs de l'e-commerce ont en effet habitué le consommateur à recevoir ses achats dans les 24 h. « On ne peut pas gérer des flux comme

ceux d'Amazon, et l'effort commercial pour aller chercher plein de petits clients n'offre pas un retour suffisant sur investissement. »

D'où, pour 2019, un nouveau positionnement stratégique, sur le marché du retour. C'est un créneau « intéressant » pour Hytchers parce que la sensibilité des consommateurs « en termes de délai est moins grande lorsqu'il s'agit des retours. Ils acceptent davantage d'attendre deux ou trois jours avant d'être remboursés ».

Le mois dernier, Amazon s'est retrouvé sous le feu des critiques en France à la suite d'une enquête de l'ONG Les amis de la Terre France.

« Le niveau de destruction des produits dépend du business model. Amazon vend beaucoup de produits électroniques. Typiquement, quand ces produits sont retournés, il faut les retester, les réemballer, les remettre en stock, etc. Cela a un certain coût. Et chez Amazon, il y a une telle pression sur les coûts qu'en Allemagne en tout cas, cela justifie que 30 % des invendus sont tout simplement envoyés à la broyeuse », nous explique Alma Dufour, de l'ONG. Dans ce chiffre, il ne faut pas compter que les retours de marchandises de clients mécontents, mais aussi tout ce qui est stocké trop longtemps, nuance-t-elle. Au départ des chiffres donnés par Amazon pour un entrepôt français, l'ONG a extrapolé le nombre des destructions au niveau de la France : 3 millions de produits broyés sur l'année 2018.

De son côté, Amazon ne donne aucun chiffre. « Seule une petite fraction des produits ne peuvent être rendus aux vendeurs, revendus ou donnés, et nous introduisons des processus additionnels pour réduire davantage ce

phénomène avec pour objectif de ne plus rien détruire », nous explique-t-il. Zalando dit quant à lui que son taux de retour s'élève à 50 %.

Hytchers y voit la clé de sa croissance. Pour l'heure, elle ne fait du retour que pour un seul client, la marque liégeoise de vêtements J&Joy. Jonas Douin, autre fondateur d'Hytchers, explique que la mode est le marché cible n°1. Même principe ici, les navetteurs se chargent de collecter les marchandises dans les points relais et de les réacheminer vers l'e-commerçant. Selon la taille du client, les modalités logistiques pourraient varier, avec un possible appel à des sous-traitants, complète Jonas Douin.

« Il y a des alternatives à la destruction, par exemple solder les produits. On peut aussi imaginer qu'une personne achète quelque chose sur Zalando, que ce ne soit pas à sa taille, et que nos navetteurs puissent se faire le relais entre cette personne et une autre, dans la ville voisine, qui aura racheté le produit » à prix cassé, selon Antoine Dessart. Un triple win. ■

E.L.R

le dernier kilomètre A la force du genou

Dans la livraison de colis, le « dernier kilomètre » participe grandement à la congestion dans les villes. « Près de 30 % de la circulation urbaine, c'est du transport de personnes ou de marchandises », détaille Michael Darchambeau, cofondateur de la start-up Urbantz. Celle-ci a développé une technologie qui crée pour les enseignes clientes (comme Metro ou Auchan) une tournée de livraison optimisée. « Le coût du dernier kilomètre de l'envoi d'un colis représente 20 à 30 % du coût total du transport. »

Le plus en amont, par avion, les coûts sont en effet consolidés puisque la capacité est autrement plus large qu'une camionnette, qui prend le relais en bout de course. La fin du transport, c'est du temps perdu sur la route et potentiellement une porte close qui oblige les transporteurs à repasser plusieurs fois au domicile du destinataire.

Depuis quelques années, les entreprises de livraison à vélo pullulent pourtant. Toutes se retrouvent aujourd'hui face au défi de la rentabilité. « L'offre que l'on fait sur le territoire est trop restreinte », nous explique Jérôme Robert, cocréateur de Coursier wallon.

« On vient de cofonder la Fédération belge du transport à vélo. C'est une première pierre qui va nous permettre d'aller vers une offre commerciale plus large au niveau du territoire belge. L'idée est de rassembler différents prestataires spécialisés en logistique et transport urbain durable et de proposer une offre à l'échelle de la zone d'activité de nos clients potentiels », soit la Belgique.

Le projet a été déposé mi-février au pôle de compétitivité wallon Logistics in Wallonia pour bénéficier de fonds publics, l'idée étant de créer une entreprise qui chapeauterait cette chaîne logistique tentaculaire. Un appel sera lancé aux organismes de transporteurs fluviaux et routiers pour faire le lien entre les villes, et les coursiers à vélo prendront le relais.

« Ce dont on a besoin en ville pour livrer plus efficacement, c'est une aide à la planification des itinéraires. C'est complexe parce que si on mélange poids et volumes à transporter et contraintes horaires, un système artisanal ne tient pas la route, on a besoin d'algorithmes », explique Jérôme Robert. La bonne nouvelle ? Un acteur existe déjà, Urbantz.

« Demain, la solution que j'aimerais proposer à travers Urbantz, c'est de donner accès à un réseau de transporteurs et pouvoir optimiser les trajets en temps réel. Il faut que les acteurs du secteur se fédèrent », explique Michael Darchambeau. C'est là-dessus que la start-up concentrera ses efforts. « L'idée serait que vous vous connectiez chez moi et que vous ayez directement accès à toute la logistique belge. »

L'autre besoin, c'est la création de hubs aux portes des villes, des « entonnoirs », selon Jérôme Robert.

Problème, une telle initiative avait vu le jour il y a quelques années, City Depot, créée par Philippe Lovens. Ce hub urbain, depuis racheté par bpost, est sur une voie de garage, expliquent plusieurs acteurs du secteur.

« Bpost n'a pas la patience et le marché n'était pas encore prêt. Le modèle que l'on prône est dépendant d'un changement de mentalité », nous explique Philippe Lovens. Depuis, il a créé Urbike, une coopérative bruxelloise. Le modèle capitalise sur les remorques à vélo conteneurisées, qui peuvent porter jusqu'à 200 kg et s'adapte facilement aux palettes de marchandises. « C'est une clé supplémentaire », assure Philippe Lovens. ■

E.L.R



Cercle de Lorraine
THE brussels business CLUB

Mardi 12 mars à 19 heures

Ilham Kadri

CEO de Solvay

Sur le thème :

Comment mobiliser ses collaborateurs pour relever son potentiel de croissance ?



Infos : 02 374 65 25 - cl@cl.be - www.cl.be