

Dernier kilomètre

Le **dernier kilomètre** est une expression désignant l'ensemble des agents, opérations et équipements associés et mis en œuvre dans les derniers segments de la chaîne de distribution finale des biens ou services.

L'expression s'applique aux réseaux les plus divers : réseaux logistiques et de transport, réseaux câblés ou de télécommunications.

Sommaire

Enjeu du « dernier kilomètre »

Coût du dernier kilomètre

Modalités de traitement du dernier kilomètre en logistique

Le drive

Retrait en magasin

Les points de dépôt

Les consignes à colis

La consolidation des flux

Notes et références

Voir aussi

Articles connexes

Enjeu du « dernier kilomètre »

À l'échelle nationale, le dernier kilomètre pèse environ 20 % du trafic, occupe 30 % de la voirie et se trouve être à l'origine de 25 % des émissions de gaz à effet de serre. Au fur et à mesure que le produit se rapproche de son destinataire final, le coût unitaire de transport augmente et arrive donc à son apogée au cours du dernier kilomètre¹.

En Île-de-France, plus d'un million de livraisons sont effectuées chaque jour auprès de 70 000 établissements.

Coût du dernier kilomètre

Réduire de dix minutes le temps de trajet au départ d'un entrepôt urbain de taille moyenne peut ainsi générer une économie d'un million d'euros par an selon l'étude de Cushman & Wakefield².

Selon une étude du CapGemini Research institute, la livraison du dernier kilomètre représente en moyenne 41% du coût total de la Supply Chain dans le cas d'une livraison à domicile³.

Les entreprises cherchent donc à réduire cet impact sur leur bénéfice, notamment par l'utilisation de

Les entreprises cherchent donc à réduire cet impact sur leur balance, notamment par l'utilisation de ventes multimodales.

Modalités de traitement du dernier kilomètre en logistique

Sur le plan économique et logistique, l'e-commerce est générateur d'emploi et d'activité pour de très nombreuses petites entreprises, aussi bien dans les grandes agglomérations que dans les plus petites villes. Mais il est aussi à l'origine d'une multiplication des transports de colis, de flux retours et d'un accroissement de l'exigence de service faisant de la livraison du dernier kilomètre le cœur de la chaîne de valeur de l'e-commerce.

Ce nouveau moyen de consommation a forcé les acteurs historique de nombreux secteurs à repenser leurs services logistiques, notamment de livraison qui ont fortement évolué durant les deux premières décennies 2000.

Le drive

Les drives correspondent à un des modes de retrait des achats effectués sur internet pour des consommateurs motorisés. Les drives se sont essentiellement développés dans le secteur des achats alimentaires sur internet, à l'initiative des groupes de grande distribution. Il y avait en France quatre mille drives en juillet 2018⁴.

En septembre 2017, les 4 226 drives français génèrent environ 5 % de toute la consommation alimentaire avec en moyenne 12 000 références proposées à la vente par drive⁵.



Drive Leclerc à Craponne.

Retrait en magasin

Le retrait en magasin est similaire au drive à la différence qu'il est destiné aux consommateurs sans avoir besoin de véhicule motorisé⁴.

Les trois modèles de retrait en magasin sont :

- La réservation en ligne. Proposée par de nombreux sites car assez simple à mettre en œuvre, elle permet à un consommateur de réserver un produit présent en magasin. Le consommateur se déplace, peut vérifier ou essayer l'article et l'acheter à ce moment précis. Il est ainsi certain de trouver le produit disponible en magasin.
- La commande à partir du stock du magasin. Le consommateur commande sur internet un article qui est disponible dans le point de vente. La présence dans le point de vente permet une mise à disposition très rapide, par exemple en une heure. Le magasin est utilisé comme point de retrait.
- La commande à partir d'un stock central. Cette solution permet au commerçant de proposer en ligne une gamme de produits plus large qu'en magasin. Le délai de mise à disposition est par contre étendu, le produit vendu ne provenant pas du rayon du point de vente.

Après la livraison à domicile et la livraison en point-relais, le retrait en magasin apparaît comme la troisième forme de livraison en France selon la FEVAD.

Les points de dépôt

Le point de dépôt est un point de vente associé à un réseau de distribution et acceptant de recevoir, selon des règles convenues, des biens destinés à être livrés au plus proche du domicile d'un consommateur final pour que celui-ci puisse commodément en prendre possession.

Selon l'Ifop, 50 % des internautes utilisent les points relais comme mode de livraison principal. Ils représentent un avantage certain sur le plan économique puisque ce système limite le nombre d'arrêts des livreurs (quinze arrêts en moyenne pour les points relais contre 50 pour les livraisons à domicile). La livraison en point de dépôt est donc moins coûteuse que la livraison à domicile et elle a également un impact environnemental positif¹.

C'est également une double source de revenu pour les commerçants acceptant de distribuer ces colis, la rémunération directe liée à la distribution, de 0,30 à 0,50 euro par colis pour une taille standard et surtout la rémunération indirecte par un flux de clients supplémentaire⁶.

Les consignes à colis

Alternative aux points relais, les consignes à colis sont des automates constitués de cases dans lesquelles sont positionnés des colis. Ces automates disposent d'une borne permettant au client de s'identifier (code numérique ou QR code) afin d'obtenir l'ouverture de la case.

Il a l'avantage de pouvoir être déployé partout et d'avoir des coûts de fonctionnement inférieur aux points relais⁷.

La consolidation des flux

Le premier levier d'amélioration pour le dernier kilomètre est la consolidation des flux, une opération qui consiste à massifier les flux pour en rationaliser l'acheminement. Il s'agit pour les partenaires de réduire leurs coûts en améliorant le remplissage des véhicules. Cette massification est permise par le regroupement de plusieurs chargements en vue d'une expédition unique⁸.

On peut notamment consolider les flux à l'aide d'espace logistique urbain (ELU), duquel repartent ensuite de petits véhicules propres, comme l'a par exemple fait Chronopost sur son site de Beaugrenelle ou de la place de la Concorde.



Véhicule de livraison électrique de la société Chronopost, Paris 2020.

Malgré leurs loyers plus élevés, les entrepôts urbains affichent des coûts d'acheminement systématiquement inférieurs à ceux d'entrepôts de distribution, généralement situés hors des villes ou des métropoles. Le recours à ces entrepôts urbains réduit le temps de parcours et les coûts salariaux, nécessite moins de carburant tout en optimisant l'usage des véhicules².

Notes et références


1. « TRANSPORT, LA LOGISTIQUE DU DERNIER KILOMETRE » (<https://www.rungisinternational.com/a-l-heure-du-digital/transport-logistique-dernier-kilometre/>), sur *Marché de Rungis* (consulté le 1^{er} avril 2020)

2. « Le dernier kilomètre du e-commerce représente la moitié du coût total de la chaîne logistique » (<https://www.decision-achats.fr/Thematique/category-management-1229/Breves/dernier-kilometre-commerce-represente-moitie-cout-total-chaine-logistique-344634.htm>), sur *decision-achats.fr*, 28 novembre 2019
3. ^(en) CapGemini Research Institute, « The last-mile delivery challenge » (<https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2019/01/Report-Digital-%E2%80%93-Last-Mile-Delivery-Challenge1.pdf>), sur *www.capgemini.com*, 2019 (consulté le 1^{er} avril 2020)
4. DREAL Pays de la Loire, « l'e-commerce et les leviers d'action dans les centres-villes et centres-bourgs » (http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_final_-_etude_e-commerce_-_10-07-18-1.pdf), sur <http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr/>, juillet 2018
5. Olivier Dauvers, *Mag Drive n°18*, 18 septembre 2017, 49 p. (lire en ligne (<https://www.olivierdauvers.fr/wp-content/uploads/2017/09/Mag-Drive-18-sept-2017.pdf>))
6. mma, « Devenir point relais : conditions et avantages » (<https://entreprise.mma.fr/connexionpro/devenir-point-relais.html>), sur *entreprise.mma.fr* (consulté le 1^{er} avril 2020)
7. « La nouvelle tendance des consignes à colis » (https://lentreprise.lexpress.fr/high-tech-innovation/la-nouvelle-tendance-des-consignes-a-colis_1960117.html), sur *L'Entreprise.com*, 16 novembre 2017 (consulté le 1^{er} avril 2020)
8. Florence TOILIER – Elsa LE VAN – Jérôme LIBESKIND – Laura PAPET, « Rapport prospective logistique urbaine collaborative VF », *Ministère de la transition écologique et solidaire*, mars 2018, p. 86 (lire en ligne (<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/Rapport%20prospective%20logistique%20urbaine%20collaborativeVF.pdf>))

Voir aussi

Articles connexes

- Premier kilomètre
- Vélo cargo

Sur les autres projets Wikimedia :
 [dernier kilomètre](#), sur le Wiktionnaire

Ce document provient de « https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dernier_kilomètre&oldid=186398558 ».

La dernière modification de cette page a été faite le 17 septembre 2021 à 11:54.

Droit d'auteur : les textes sont disponibles sous licence Creative Commons attribution, partage dans les mêmes conditions ; d'autres conditions peuvent s'appliquer. Voyez les conditions d'utilisation pour plus de détails, ainsi que les crédits graphiques. En cas de réutilisation des textes de cette page, voyez comment citer les auteurs et mentionner la licence. Wikipedia® est une marque déposée de la Wikimedia Foundation, Inc., organisation de bienfaisance régie par le paragraphe 501(c)(3) du code fiscal des États-Unis.

Politique de confidentialité

À propos de Wikipédia

Avertissements

Contact

Développeurs

Statistiques

Statistiques

Déclaration sur les témoins (cookies)