

## ► L'express a pris le virus du commerce électronique



Imprime l'article

**Le monde se plie de plus en plus aux lois de l'instantané. On veut tout, tout de suite, une réalité d'autant plus criante pour les achats en ligne. Ce contexte profite évidemment aux expressistes, car les besoins de livraison rapide sont plus importants.**

Quand on peut finaliser un achat en trois clics et autant de secondes, accepte-t-on d'attendre une, voire deux semaines avant d'être livré ? La réponse est évidemment non.

Les e-consommateurs sont des adeptes de la livraison express, pour le plaisir des spécialistes du secteur. Cela ne fait plus aucun doute : l'essor continu du e-commerce constitue un moteur de croissance pour le marché du transport express. En 2009, malgré une baisse générale de la consommation des ménages, maintes fois stigmatisée, le e-commerce a poursuivi sa montée en puissance. Elle s'est établie à 26 %, un résultat qui peut faire des envieux dans le contexte économique actuel.



Photo FedEx

### Un remède anti-crise

Ainsi le transport express fait partie de ces rares secteurs qui parviennent à résister correctement à la crise. C'est notamment le cas du transport express. Et cette réalité concerne les plus gros acteurs comme le français Chronopost, l'allemand DHL ou encore le hollandais TNT. Mais, le remède anti-crise profite également aux transporteurs de dimension plus modeste. C'est pour ainsi dire l'ensemble de la profession qui a enregistré une quasi-stabilité de son activité en France, alors même que d'autres secteurs du transport et de la logistique flirtent parfois avec la sortie de route. La pilule est d'autant plus facile à avaler que sur l'activité B to B, les spécialistes de l'express souffrent bien plus. Le ralentissement de l'industrie automobile notamment pèse lourdement. Mais c'est certainement cette capacité à répondre aux attentes du B to B qui permet au transporteur express de s'adapter avec aisance à celles des entreprises et des clients du e-commerce. Les acteurs du transport express sont ainsi parfaitement capables de livrer les consommateurs en moins de 24 heures sur le territoire national.

Si le maintien du volume est bien au rendez-vous, les transporteurs doivent faire face à une importante pression sur les prix. Les témoignages évoquent des variations allant de - 5 à - 10 % selon les sociétés. Mais là encore, les spécialistes du transport express peuvent compter sur les consommateurs pour leur offrir une éclaircie. Leurs habitudes évoluent et donnent la part de plus en plus belle aux livraisons à domicile, des prestations qui entraînent une facturation plus élevée. Pour les expressistes, plus habitués au B to B, cette prise de poids du B to C s'apparenterait presque à l'émergence d'un nouveau métier. Ainsi, il ne faut plus seulement composer avec les heures d'ouverture d'une entreprise ou de son service d'accueil. Un particulier est rarement une journée entière à son domicile et apprécie guère de se voir imposer un trop large créneau horaire pour que l'on vienne lui remettre son achat. Ainsi, de nombreux services proposent également des livraisons dans des points relais, comme les bureaux de tabac ou des boutiques, voire même les moyennes surfaces. Les expressistes se constituent des réseaux de relais colis qui généralement profitent au commerce de proximité. Ainsi France Express (Groupe Geodis) a développé une offre baptisée Top Relais, un système de livraison en accord avec A2pas, un réseau de 3100 buralistes. Cela permet au e-consommateur d'aller chercher son colis dans le point relais de son choix.

### Une belle croissance en perspective

La part du gâteau du e-commerce servie aux transporteurs express devrait continuer à grossir. Le potentiel pour ces transporteurs n'est pas négligeable. Leur principal concurrent pour la livraison aux e-consommateurs reste La Poste, qui en est par ailleurs le leader incontesté avec 65 % de parts de marché avec Coliposte. Mais, l'évolution de la dernière décennie plaide clairement en faveur des expressistes. Au début des années 2000, La Poste trustait 90 % du marché. L'érosion de son hégémonie est en grande partie due au transport express qui détient près de 20 % du e-commerce. Pour se faire une place sur ce marché, les transporteurs ont misé sur la qualité des prestations proposées : enlèvement en soirée jusque 18 h, pour une livraison envisageable dès le lendemain matin, plage horaire de livraison plus souple et plus proche du client final, notamment avec les points relais...

Par ailleurs, comme le fait La Poste, les transporteurs permettent aux e-consommateurs de suivre en temps réel la progression de l'acheminement de leur colis. Mais cette traçabilité, de plus en plus précise et pointue, profite également aux e-commerçants, qui peuvent eux aussi suivre la progression des colis.

Les expressistes ont mis en place des systèmes de remontée automatisée de l'information ce qui au final permet aux vendeurs d'améliorer leurs services clients et de donner à leurs acheteurs des réponses précises en deux clics et zéro mouvement.

Par David Reibenberg

Imprimer - Fermer la fenêtre