

Dernier kilomètre : un des rares marchés où l'enjeu consiste à trouver de la capacité disponible !

Les Echos **ÉTUDES**

07/11/2017

Dans leur dernière publication, [Les Echos Etudes](#) se sont penchés en détail sur le marché du Dernier Kilomètre pour en estimer la taille et le potentiel de croissance à l'horizon 2020 et 2025.

L'étude compare 15 filières en termes d'attractivité de la livraison au client final (alimentaire, habillement, meubles et objets, restauration commerciale...)

Le marché de la livraison au client final est à un tournant

Complexe, coûteux, mais facteur clé de succès de toute stratégie de distribution, le dernier kilomètre est, aujourd'hui plus que jamais, au centre de toutes les attentions. Peu de marchés peuvent, en effet, se prévaloir d'une croissance de 10 % par an en moyenne avec une taille qui devrait être multipliée par 1,5 d'ici à 3 ans. Un potentiel attractif, qui trouve plusieurs territoires de croissance : le e-commerce bien sûr, porté par le dynamisme des places de marché, mais aussi l'offensive des Retailers qui, grâce au développement des stratégies multicanal, ont réussi à regagner des parts de marché sur les Pure Players. Le secteur de la Restauration connaît également une révolution avec l'essor des « Food Tech ».

Mais au-delà de son potentiel, la livraison au client final voit aujourd'hui son offre se transformer et son modèle économique évoluer, les promesses H+, J+1, choix de l'heure et du lieu de livraison s'imposant peu à peu comme les standards du marché.

Amazon mène la danse...

Déjà leader dans de nombreuses filières, Amazon est désormais l'acteur en référence duquel évoluent les stratégies des marques et des distributeurs. Il se diversifie dans l'alimentaire, innove au niveau de son business model (formules de type Amazon Prime, ouverture de points de vente physiques sans passage en caisse...), « dicte » les exigences du marché en termes de délai et flexibilité de livraison, tout en faisant la course à la captation de capacité de transports logistiques.

Sa stratégie de rupture oblige les acteurs historiques du dernier kilomètre à réagir, à l'image du Groupe La Poste qui multiplie les initiatives (lancement de Chronofresh, développement de services personnalisés de livraison...), tandis qu'émergent de nouveaux entrants issus de l'économie collaborative et des nouvelles technologies (Colisweb, Stuart, ...).

Les mutations de la livraison du dernier kilomètre n'en sont encore qu'à leur début

Le paysage est amené à poursuivre sa transformation : d'un côté, les innovations technologiques (intelligence artificielle, internet des objets, géolocalisation, m-paiement...) vont de nouveau bouleverser les attentes des consommateurs en termes « d'immédiateté » et de diversité des modes de livraison.

De l'autre côté, les enjeux urbanistiques rebattent les cartes à la fois de la distribution physique mais aussi du e-commerce et de son corollaire : la livraison au client final.

L'enjeu à court terme : trouver de la capacité disponible...

Croître d'un marché de près d'un milliard d'euros à 1,7 milliard d'euros en 2020 ne va pas de soi. Un des défis majeurs du secteur sera de générer de la capacité suffisamment homogène et au bon prix pour pouvoir

permettre la croissance du marché. Du côté des prestataires, la course à la taille critique est lancée afin de pouvoir rentabiliser leurs flux de livraison à domicile. Si les grands logisticiens et expressites ont une longueur d'avance grâce à leur réseau national de distribution et de points relais, les outsiders multiplient les investissements alors que les start-ups grignotent peu à peu des parts de marché. Mais en toile de fond c'est une autre bataille qui se joue avec, pour enjeu, la maîtrise de la data et de la relation client par les prestataires, ce qui leur permettrait une position stratégique renforcée face aux donneurs d'ordre. L'occasion pour de nouveaux acteurs de venir se positionner sur ce marché porteur... et les portes d'entrées sont nombreuses. Les géants du Web et des télé-coms, les sociétés de services, les acteurs de la nouvelle mobilité ou encore les grands distributeurs sont autant d'entrants potentiels.

Entre 2017 et 2020, **plus de 10 filières** enregistreront une croissance moyenne annuelle à deux chiffres de la livraison au client final

Source : Les Echos Etudes, 2017



2,6 mds €

▶ Le chiffre d'affaires du marché du dernier kilomètre à l'horizon 2025



Une taille de marché qui sera multipliée par 2,3 en à peine 10 ans

Source : Les Echos Etudes

25 %

▶ Le poids des livraisons H+ dans le total des flux de dernier kilomètre en 2025



Source : Les Echos Etudes

4 %

▶ La part de marché captée par les start up en 2016



Et de nombreuses autres typologies d'acteurs devraient pénétrer le marché dans les prochaines années

Source : Les Echos Etudes

LE POTENTIEL DU MARCHÉ DU DERNIER KILOMÈTRE

Synthèse : les points clés et principaux enseignements de l'étude

01 Définition, périmètre et segmentation

02 Un marché transformé par les évolutions technologiques et sociologiques

L'évolution des modes de consommation créent des besoins de transport du dernier km

L'impact de l'économie circulaire et de l'économie collaborative

Intelligence artificielle, Internet des Objets... : comment les technologies vont transformer le marché de la livraison au client final ?

03 La distribution poursuit sa mutation

Croissance du e-commerce et évolution des modes de livraison

Enjeux de la distribution traditionnelle et évolution attendue

Amazon mène la danse...

04 Les enjeux urbanistiques

La désertification des centres-villes

Des politiques urbaines de plus en plus contraignantes

05 Attractivité des principales filières pour un prestataire du dernier kilomètre

La consommation alimentaire au foyer

La restauration commerciale

La filière luxe

L'équipement de la personne (prêt-à-porter, cosmétiques...)

L'équipement de la maison (meubles, électronique, ...)

Autres filières

Synthèse : identification des filières à fort potentiel

06 Structure économique du marché du dernier kilomètre

Évaluation de la taille du marché du dernier km

Des flux difficiles à massifier

L'opportunité du premier kilomètre...

07 Cartographie des prestataires du dernier kilomètre

Segmentation des prestataires et parts de marché

Les transporteurs de colis non-volumineux et les volumineux

Business cases

08 Scénarios à 3-6-9 ans

Taille du marché et dynamique à horizon 2020

Potentiel additionnel au-delà de 2020

Évolution de l'offre et des positionnements, convergences entre segments de marché

Quel business model pour demain ?



Sabrina TIPHANEAUX

Directrice d'études : Logistique - Transport
stiphaneaux@lesechos.fr

*En décryptant les grandes disruptions des marchés de l'automobile, du transport et de la logistique, nous accompagnons les acteurs de ces secteurs dans leurs réflexions stratégiques à travers de nombreuses publications multiclients et missions de conseil. S'appuyant sur un réseau de consultants et d'experts, nos études permettent d'appréhender les enjeux clés des marchés, les positionnements des entreprises et l'évolution de modèles économiques face à un contexte technologique et concurrentiel en pleine mutation, tout particulièrement à l'heure de la révolution numérique.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte SAIMAN tél. 01 49 53 89 41 ou par

mail : csaiman@lesechos.fr

LesEchosÉTUDES

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de citation de l'éditeur et de la source « Les Echos Études ».