

Baromètre des entreprises en matière de logistique responsable



Baromètre des entreprises en matière de logistique responsable réalisé auprès du Club Déméter

L'enquête annuelle réalisée par CPV Associés et le [Club Déméter](#) concerne les pratiques des membres de l'association en matière de logistique responsable. Qu'ils soient industriels, transporteurs, distributeurs, acteurs publics, leur vision ouvre sur de nouvelles perspectives en matière de logistique responsable.

Pour cette 11e édition, quatre sujets illustrant les enjeux actuels des membres ont été retenus dans le traitement de [l'enquête](#) :

- Nouvelles technologie transport,
- Logistique urbaine,
- Omnicanalité et chaîne logistique,
- Management de la chaîne logistique.

Nouvelles technologie transport

Malgré les contraintes de tous ordres (technologies, autonomie énergétique des véhicules, réseau de distribution de l'énergie), on observe une tendance marquée, parmi les entreprises consultées, à expérimenter et à développer des technologies véhicules avec des énergies alternatives au diesel notamment GNV et électrique, en milieu urbain. La transition énergétique impose une réflexion d'ensemble des schémas directeurs logistiques pour les plus impliqués. Les surcoûts liés à la technologie entraînent une recherche de compensation au travers d'une nouvelle étape d'optimisation et de partage des moyens et des réseaux.

? 64 % des membres sont engagés dans un programme de transition énergétique pour sortir du diesel, soit les 2/3 des entreprises qui privilégient le GNV pour la moitié d'entre-elles, les autres ayant recours à l'électricité ou à l'hydrogène.

? Ils sont seulement 14 % à être d'accord sur le fait que les technologies transport existantes suffisent à réussir la transition engagée, 11 % ne le sont pas du tout. Ces réponses illustrent les incertitudes technologiques, le manque de fiabilité, le coût et l'insuffisance de l'offre pour envisager une accélération du modèle.

? Une large majorité des répondants (80%) confirme que les technologies de transition énergétique imposent une adaptation importante du management de la chaîne logistique. Une adaptation qui englobe d'ailleurs l'ensemble de la fonction : gestion d'informations, d'infrastructures et de moyens.

? Livrer les centres urbains représente un réel défi à venir tant en termes d'organisation que de moyens. 56 % des membres ont la forte conviction que les transformations radicales à opérer chez les acteurs des flux urbains interviendront d'ici 5 à 10 ans. Pour les distributeurs et prestataires en rapport direct avec le consommateur final, l'horizon se situe plus dans les 3 à 5 ans.

Logistique urbaine

Un objectif de neutralité carbone à l'horizon 2050 en milieu urbain, est plutôt perçu comme une opportunité à saisir par les entreprises qui sont les véritables protagonistes de la transformation. De multiples solutions souvent innovantes et en rupture avec les pratiques communes, se combinent, soutenues par la digitalisation des outils et une forte activité d'innovations. Des attentes s'expriment vis-à-vis des pouvoirs publics et des collectivités territoriales pour fixer et harmoniser les cadres réglementaires promouvant l'équité et l'encouragement des pratiques vertueuses.

? Concernant le cadre (ex : règlementaire, tarifaire, etc.) que devrait apporter la communauté

européenne pour les accès aux centres urbains dédiés aux marchandises, il y a des attentes fortes d'harmonisation réglementaires, techniques, sociales et fiscales, mais aussi d'équité et de stimulations écologiques par l'incitation et non la sanction.

? Pour les solutions qui se développent pour l'approvisionnement des villes, les Casiers Lockers et les Points-Relais sont les solutions les plus appropriées du point de vue de l'intérêt général. Le stockage ambulancier et le réseau de magasins témoignent aussi des nombreuses solutions et combinaisons émergentes de la multicanalité.

Omnicanalité et chaîne logistique

L'omnicanalité et les nouveaux entrants sur le marché de l'e-commerce imposent de profonds changements des pratiques logistiques de plus en plus en relation étroite avec les offres commerciales et marketing des entreprises. Les complexités de pilotage et d'optimisation des flux entraînent de fortes attentes pour des offres nouvelles de prestations et d'outils qui supposent aussi des partenariats solides et une vision à moyen et long terme des dispositifs à mettre en action.

? L'omnicanalité fait évoluer les standards de véhicules. Elle impose des ruptures de charges supplémentaires qui induisent des complémentarités de types de véhicules. Une question qui partage les répondants probablement en fonction de la réalité de leurs propres flux ; 1/3 des réponses sont sans avis (neutre). Le degré d'implication dans des projets omnicanaux diffère très sensiblement en fonction du cœur de métier de chacun en particulier les prestataires et les acteurs en compte propre.

? Le véhicule connecté apparaît clairement comme une opportunité qui répond aux besoins et aux enjeux du transport omnicanal du futur. Une ouverture vers un niveau supérieur de pilotage, d'optimisation logistique et de suivi des flux.

? Pour 42 % d'entre eux, les plateformes de e-commerce C2C sont un facteur de déstabilisation à intégrer dans la prospective de l'omnicanalité. 50% du panel exprime donc un ressenti déstabilisant aux pratiques des plateformes internet et donc un besoin de réaction prospective.

? 69 % ne pensent pas qu'il puisse exister une contradiction entre les logistiques omnicanales et une politique RSE Logistique.

? 54 % pensent que le développement de l'omnicanalité est un puissant facteur de digitalisation des supply chains. En effet, L'omnicanalité contribue à la transformation des pratiques et process logistiques et fixe de nouvelles exigences de satisfaction des clients qui impactent l'ensemble des activités de l'entreprises.

Management de la chaîne logistique

Le consommateur devient acteur d'influence des chaînes logistiques en faisant jouer la concurrence en termes de services, d'avantages personnalisés et de sécurité sur le cycle complet du produit. La prévision des besoins et la substituabilité des différents canaux de distribution sont des enjeux complexes à résoudre pour les chaînes logistiques au plus près des stratégies des firmes.

? Les technologies existantes et en développement sont, pour 61 % des membres, de nature à satisfaire les besoins à 10 ans du pilotage de la chaîne logistique. Les domaines insuffisamment couverts concernent en particulier des maillons non intégrés parfois tels que la logistique de retour, le partage de moyens, le cycle complet de vie du produit ou encore les impacts environnementaux.

? Une large majorité des interrogés sont d'accord sur la nécessité d'anticiper sur le fait que le consommateur final soit demain un acteur décisionnaire à intégrer dans la conception des chaînes logistiques.

? La complexité des données à gérer, la localisation des entrepôts et l'imprévisibilité liée aux interactions entre les canaux sont citées comme étant les principales contraintes de la transformation vers des chaînes logistiques omnicanales.

? Quant à leur perception sur la capacité des fonctions Supply Chain à être proactives et agiles en vue de satisfaire les marchés face aux nouveaux entrants, un petit 40 % s'estime confiant et nombreux sont ceux qui s'abstiennent ou restent prudents sur leurs évaluations.

? Quel avenir de la fonction logistique à horizon 10 ans ? Une majorité s'exprime sur un renforcement stratégique de la fonction supply chain dans les entreprises avec une dominance digitale pour 30 % d'entre eux.