

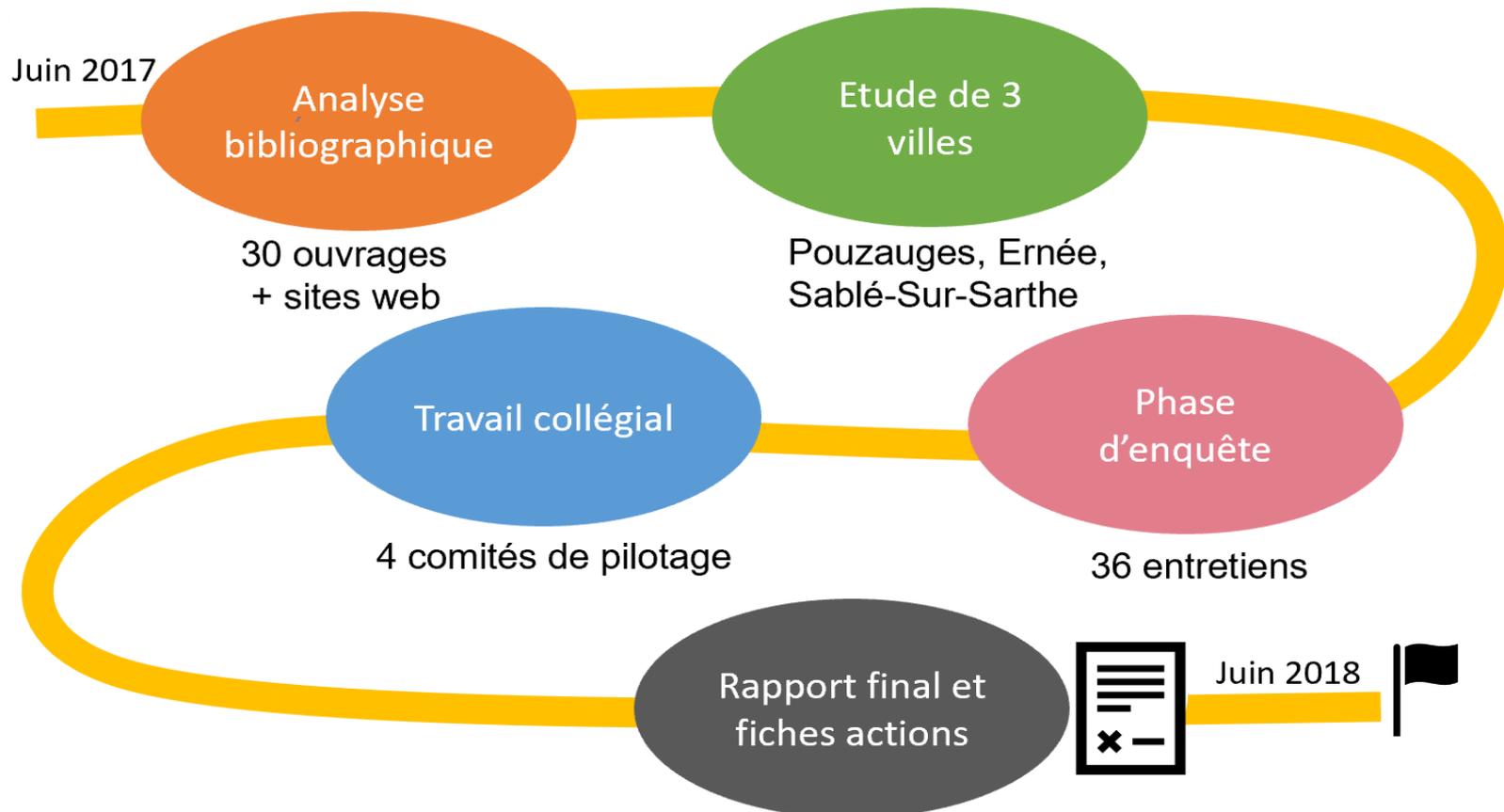
Etude prospective sur la logistique du dernier kilomètre: l'e-commerce et les leviers d'action dans les centres villes et centres bourgs en Pays-de-la-Loire

Objet et méthodologie

Etudier les interactions de la logistique du dernier kilomètre, associé au e-commerce, avec les zones rurales ou moins densément peuplées.

Etude bibliographique, un benchmark et l'analyse de 3 territoires.

Préconisations à destination des pouvoirs publics.



L'e-commerce en quelques données

8% de la consommation

Croissance de 15% par an

Diminution du panier moyen de 5% par an

Les ruraux sont autant e-consommateurs que les urbains

204 000 e-marchands en France

Développement du cross-canal, des places de marché, du M-commerce

Ne pas confondre e-commerce et digitalisation

La perception de l'e-commerce dans les territoires étudiés

L'e-commerce est plus vu comme une concurrence que comme une opportunité

Certaines initiatives individuelles ou locales : Facebook, places de marché, circuits courts

L'e-commerce est rarement prioritaire

L'e-commerce et les habitants des bourgs



L'e-commerce peut aider à la fixation des habitants, notamment les plus jeunes, dans les zones rurales et petites villes

L'e-commerce et les activités économiques

L'e-commerce permet au commerce physique d'étendre sa zone de chalandise

L'e-commerce permet aux entreprises et aux agriculteurs de développer leurs ventes

L'e-commerce permet la création d'activités nouvelles et d'emplois dans des zones rurales

L'e-commerce constitue pour les territoires un levier de développement économique

La vacance commerciale : une problématique aiguë



Les 3 villes étudiées : Sablé-Sur-Sarthe, Ernée et Pouzauges

La vacance commerciale se situe en centre-ville, mais aussi en périphérie.



Vacance commerciale élevée et en hausse

Uniformisation des commerces et appauvrissement de l'offre

Eloignement des commerces au profit d'artères circulantes

Les points relais : un lien entre l'e-commerce et les territoires



Contraintes
d'espace de
stockage et de
temps
disponible

Lien social et
amélioration
de la notoriété
du commerce

Faible
rémunération
mais qui
constitue un
complément

Potentiel
d'évolution vers
des espaces
multiservices

3 ensembles de propositions d'action

Faire des territoires ruraux et des
petites villes des territoires
numériques

Faire du e-commerce un vecteur
de développement économique
local

Adapter le territoire rural et
urbain au e-commerce

Faire des territoires ruraux et des petites villes des territoires numériques

1



Accompagner l'indispensable connexion Haut Débit

- Choix de la technologie et du financement
- Développer la couverture mobile dans les zones rurales
- Dans les villes, ne pas se limiter aux zones périphériques
- Mettre en place un plan de déploiement et des zones prioritaires

2



Former les acteurs économiques et publics locaux au e-commerce

- Mise en place de formations locales pour les acteurs économiques, publics et personnes âgées
- Mise à disposition d'un agent local pour former les artisans et commerçants au e-commerce
- Mettre en place des clubs e-commerce et valoriser les bonnes pratiques

Faire du e-commerce un vecteur du développement économique local

1

Mettre en place une stratégie e-commerce pour le territoire



- Mettre en place un groupe de travail
- Mettre en place un plan d'actions local détaillant les actions prioritaires
- Mettre en place des actions de suivi
- Partager ce plan stratégique

2

Aider les entreprises à développer des sites e-commerce



- Apporter au commerçant, artisan, agriculteur une assistance technique et des conseils
- Répertorier les compétences locales
- Veiller à ce que le site internet de la Mairie répertorie les commerçants et artisans
- Partager les expériences

Faire du e-commerce un vecteur du développement économique local

3

Fédérer les activités autour des places de marché locales



- Tenir à jour le benchmark des expériences de places de marché locales
- Définir un projet, qui intègre des solutions logistiques
- Effectuer une étude de faisabilité
- Définir la structure porteuse et le financement
- Assurer la mise en œuvre et le suivi

4

Faire du manager de centre-ville l'interlocuteur e-commerce local



- Intégrer la fonction e-commerce dans le référentiel métier du manager de CV
- Définir une structure locale porteuse de l'interlocuteur unique
- Etudier la possibilité de financement de cette fonction
- Intégrer l'e-commerce dans les compétences des personnes en charge de l'animation locale

Faire du e-commerce un vecteur du développement économique local

5



Faciliter la collecte des colis vers un réseau de transport

- Être attentif à la présence locale de l'ensemble des services du Groupe La Poste
- Être attentif à la présence sur le territoire des 4 réseaux de points relais
- Eventuellement aider à des solutions de stockage en cas de difficulté locale

Adapter le territoire rural et urbain au e-commerce

1



Faciliter l'accessibilité aux points relais

- Vérifier que les points relais soient accessibles
- En fonction des situations, étudier comment la situation peut être améliorée

2



Aider à la mise en place d'espaces multiservices

- Identifier les commerces ou l'espace qui peut devenir multiservices
- Définir les services, éventuellement à l'aide d'une enquête
- Aider à la mise en place de consignes automatiques
- Etudier le rôle de l'action publique et les aides possibles

Adapter le territoire rural et urbain au e-commerce

3



Aider à la stabilisation opérationnelle des points relais

- Identifier les éventuels problèmes locaux (manque de place, pb en fin d'année, ...)
- Echanger avec les commerçants et les opérateurs de points relais
- Répertorier les solutions locales existantes en cas de problème
- Travailler sur la dissociation du logement du local commercial

4



Favoriser le développement des circuits courts

- Favoriser le développement de sites e-commerce de producteurs, notamment les solutions de livraison et de retrait de produits
- Permettre la mise en place de solutions mutualisées de circuits courts
- Aider au développement de places de marché numériques de circuits courts

Adapter le territoire rural et urbain au e-commerce

5



Faire du e-commerce un levier pour des modèles inter-générationnels

- Mettre en place un groupe de travail sur la livraison aux personnes âgées
- Identifier les besoins
- Mettre en place un modèle en test sur le territoire

Nous vous remercions de votre attention

jerome.libeskind@logicites.fr

07 77 94 63 02

www.logicites.fr

crenard@samarcande.fr

01 41 71 77 14

samarcande@samarcande.fr

www.samarcande.fr

