

#Article : L'e-commerce redessine la ville, pour le pire (et le meilleur ?)

Résumé

La pandémie de coronavirus a conduit les Français à adopter des habitudes d'achat en ligne en grand nombre, ce qui a entraîné des changements majeurs dans la manière dont les magasins et les villes sont gérés. Les magasins traditionnels tentent de se réinventer en devenant des points de livraison et des consignes pour les colis, tandis que les plateformes de livraison de repas sont de plus en plus populaires. Cependant, ces mutations ont un prix élevé pour certains magasins, car ils sont confrontés à une concurrence féroce par le biais du commerce électronique. Le taux de vacance commerciale a considérablement augmenté depuis 2014, mais de nouvelles activités liées au commerce sont en plein essor. Les enseignes alimentaires ouvrent des points de retrait pour les courses faites en ligne et les dark stores et dark kitchens se multiplient. Ces lieux, qui ne sont pas ouverts au public et destinés à la livraison de courses et de repas, redessinent une ville sans convivialité et certains élus critiquent la concurrence déloyale de ces plateformes. Les magasins tentent de se réinventer en devenant des lieux d'expédition pour les commandes passées en ligne. Cependant, cette augmentation des livraisons pose de nombreux problèmes à la ville, comme des bouchons et des nuisances sonores. Les métropoles lancent donc la riposte en interdisant les véhicules diesel et en limitant l'accès des véhicules électriques aux rues piétonnes.

Article

L'e-commerce redessine la ville, pour le pire et le meilleur.

<https://www.lefigaro.fr/societes/l-e-commerce-redessine-la-ville-pour-le-pire-et-le-meilleur-20210503>

23 L'ÉVÉNEMENT

L'e-commerce redessine la ville, pour le pire

Mini-centres logistiques, «dark kitchen»... ces nouveaux lieux envahissent la cité, tandis que coursiers et

MARIE BARTNIK @mariebartnik, EMANUEL EGLOFF @eeegloff, JEAN-YVES GUERIN @jyguerin, MATHILDE VOSEYRIAS @MVoseyrias

URBANISME Les clients qui font la queue devant la mercerie Long Soupi, rue de la Glacière à Paris, ne sont pas nombreux à priser les travaux d'aiguille. La plupart viennent y chercher un colis ou en ajouter aux pils qui s'entassent dans la petite boutique, point relais de Mondial Relay et autres Relais Colis. Depuis près d'un an, cette mercerie de quartier attire une nouvelle population, adepte des courses en ligne.

La pandémie a converti les Français à l'e-commerce bien plus qu'à la couture. Et la fermeture répétée des magasins a engendré de nouveaux réflexes. 13,4 % des produits sont achetés aujourd'hui sur internet, contre 9,8 % en 2019. Des changements d'habitudes qui redessinent peu à peu le visage de la ville. Par tout, ce ne sont que camionnettes de livraison et coursiers. Le phénomène concerne en premier chef Paris et les grandes métropoles en régions. À elle seule, La Poste achemine chaque jour 3,1 millions de colis à domicile en France. Les consignes où les consommateurs récupèrent leurs commandes internet envahissent le paysage urbain, notamment les halls des gares. Indigo (ex-Vinci Park) a installé des box Amazon dans un de ses parkings à Strasbourg. Dans tous ces immeubles de bureaux, la fondatrice Covivio propose aux salariés de pouvoir récupérer leurs colis.

À cela il faut ajouter la vague des livraisons de repas commandés sur des plateformes (Uber Eats, Deliveroo...), qui nourrit le ballet incessant des livreurs à vélo ou à scooter. Des mutations qui changent la cité pour le meilleur ou pour le pire. Côté pile, une mercerie qui retrouve des couleurs en devenant point relais. D'ici fin 2022, Mondial Relay voudrait en avoir 130 000 en France contre 110 000 aujourd'hui. « Nous cibons plutôt les commerces essentiels, comme les surfaces alimentaires et les bureaux de tabac », confie son directeur général, Antoine Pottier, qui préfère se prémunir d'un ennemi confiné. Côté face, beaucoup de magasins mettent la clé sous la porte. Écrasés par les loyers, l'absence de touristes et la désertion des salariés en télétravail, ils ne résistent pas à la concurrence de l'e-commerce. Selon Cushman & Wakefield, le taux de vacance commerciale atteint 10 %, en hausse de 60 % depuis 2014. Les commerces les plus touchés ? Ceux qui vendent des vêtements, car désormais 20 % des achats se font à coups de clics. Ainsi, Zara a annoncé l'année dernière son intention de fermer 1 200 points de vente dans le monde. Gap, C&A ou Camaïeu ont aussi réduit la voilure ou s'apprêtent à le faire. Les grandes agglomérations n'avaient pas besoin de cela. Le succès des «drives», où les consommateurs passent en voiture récupérer dans des entrepôts en périphérie leurs courses faites sur le web, les détourne déjà du centre-ville. Par exemple, dans Dijon, il n'y a pratiquement plus aucun commerce de bouche (boucherie, poissonnerie...) à l'exception des halles, où le marché se déroule plusieurs fois par semaine.

Fermetures de magasins

Les centres-villes ne sont toutefois pas menacés de devenir des déserts : si beaucoup de boutiques disparaissent, elles ne restent pas systématiquement vides longtemps. Elles sont remplacées par de nouvelles activités dédiées à l'e-commerce, qui connaissent un développement fulgurant. Les enseignes alimentaires sont en quête des meilleurs emplacements en centre-ville pour implanter leurs «drive piétons», ces points de retrait où les consommateurs viennent chercher à pied des courses faites en ligne.

Leclerc en vise 200 d'ici trois ans, contre 65 aujourd'hui. Carrefour en compte une centaine et veut encore en ouvrir. Auchan, qui en a 20, table sur 300 d'ici à la fin de l'année. Le

distributeur nordiste a ouvert un drive piéton à Toulouse il y a quelques jours et prévoit trois ouvertures cette semaine (à Paris et à Orléans). Les «dark stores» et «dark kitchens», ces espaces non ouverts au public, se multiplient aussi à toute allure.

Les premiers sont des épiceries de dépannage qui promettent de livrer en moins de quinze minutes des courses faites en quelques clics. Ce printemps, leurs mini-entrepôts, installés en rez-de-chaussée, ont envahi le cœur des villes. Lancé début février, Cajoo en compte dix à Paris, un à Lille et un à Lyon. Et la marque veut prendre pied dans vingt nouvelles villes (Strasbourg, Bordeaux, Toulouse...) d'ici à la fin de l'année. L'allemand Gorillas ouvre pour sa part un mini-entrepôt par semaine, et vise la vingtaine à Paris d'ici à fin juin.

Les «dark kitchens», où sont concoctés des plats uniquement destinés à la livraison, avaient une longueur d'avance. On en trouve déjà plusieurs centaines en France, souvent installées à la place d'anciens restaurants, en centre-ville. « Il va y en avoir de plus en plus, car il manque des «micro-hubs» pour la livraison ultrarapide de courses et de repas du quotidien, estime Jean Valfort, le patron de Dévor, qui exploite six «dark kitchens», dont une à Lille, et va doubler son parc d'ici à la fin de l'année. Pour l'instant, on passe de deux sans s'en rendre compte. Ces points de vente vont devenir de plus en plus nombreux, avec des vitrines permettant de voir les gens travailler. »

Il n'empêche, tous ces lieux tournés vers la satisfaction de clients cloisonnés chez eux ou au bureau redessinent une ville sans grande convivialité. Où le promeneur a cédé la place à un livreur souvent précarier. Un basculement qui n'enchant pas les élus. Ainsi, Olivia Poksi, adjointe au commerce à la mairie de Paris, fustige « la concurrence déloyale de lieux fantômes et de plateformes qui ne paient pas les mêmes charges ».

Les livraisons contribuent à l'engorgement urbain

UN RAPPORT DE FRANCE STRATÉGIE SUR LE COMMERCE EN LIGNE

Face à cette offensive, les magasins tentent de se réinventer. En plus d'être des lieux de vente et de points relais, ils deviennent des locaux d'expédition. Avec la pandémie, nombre d'entre eux, chez Baksh, Kaporal ou PicWic Toys, préparent et envoient des commandes passées en ligne. « Cela leur permet de réduire les délais de livraison et de réduire les ruptures de stock », explique Romulus Grigoras, PDG de la société Onestock, qui accompagne les enseignes dans cette démarche. Évidemment, cette multiplication des livraisons pose d'énormes problèmes à la ville. Le jour, des norias de camionnettes encombre les rues pour livrer des commandes passées sur le web. En ces temps de confinement où la circulation est faible, les bouchons sont limités. Mais qu'advient-il-il demain lorsque la vie reprendra son cours ? « Les livraisons contribuent à l'engorgement urbain », note France Stratégie dans un récent rapport sur le commerce en ligne. Le soir, les atterrissements de livreurs qui attendent sur leur scooter jetant dans les rues des déchets, les nuisances sonores et l'absence de respect pour les piétons ne sont pas les seuls problèmes à la ville. Le jour, des norias de camionnettes encombre les rues pour livrer des commandes passées sur le web. En ces temps de confinement où la circulation est faible, les bouchons sont limités. Mais qu'advient-il-il demain lorsque la vie reprendra son cours ?

« Plus globalement, selon l'Ademe, l'Agence de la transition écologique, les livraisons de marchandises génèrent 25 % des émissions de gaz à effet de serre et 30 % des particules fines dans les centres-villes. Du coup, les métropoles, qui sont les principales vic-

times de ces nuisances, lancent la riposte. Dès 2024, les véhicules diesel seront interdits à Paris. Lyon suivra en 2026. Strasbourg au plus tard en 2028... Début mars, Nantes a interdit l'accès des rues piétonnes de l'hypermarché centre entre 11h30 et 6 heures du matin aux scooters... à moins qu'ils ne soient électriques. Une façon de limiter les nuisances provoquées par les livreurs de repas.

Conséquent qu'on ne revienne pas en arrière, les transporteurs et les enseignes font leur mue énergétique plus ou moins rapidement. Dans ce domaine, c'est La Poste qui est la plus volontariste, avec ses marques Chronopost, Colissimo et DPD. Ainsi, Chronopost assure déjà 20 % de ses tournées en France avec des véhicules électriques. « Nous faisons toutes nos livraisons avec une motorisation électrique dans dix-sept grandes villes (Paris, Lyon, Nice, Rouen...) », assure Olivier Storch, directeur général adjoint de La Poste, en charge de la logistique urbaine.



DES CUISINES FANTÔMES À LA PLACE DES RESTAURANTS
Dans cette cuisine parisienne installée dans un ancien restaurant, on prépare des plats qui sont livrés par Uber Eats et Deliveroo.



ne. Plus modestement, DHL compte passer à 6 % de livraisons vertes cette année, contre 3,5 % auparavant. Même une PME comme Top Chrono s'y met : en 2020, 50 de ses 500 véhicules étaient électriques. Fin 2022, ce sera la moitié.

Livraison verte plus chère

Si la montée en puissance est très progressive, c'est qu'un changement de motorisation ne va pas de soi. D'abord, les véhicules électriques ont rarement autant de capacités que les camionnettes thermiques (17 à 20 m³). « Et, lorsqu'on trouve les modèles adéquats, ils sont souvent en nombre insuffisant », soupire Philippe Prêtat, directeur général de DHL France, qui par conséquent se réjouit de renforcer sa flotte avec quelques dizaines de grands fourgons e-Ducato de Fiat grâce au partenariat européen entre le transporteur express et le constructeur. Autre handicap : même si les marques automobiles ont fait beaucoup de progrès, ces

véhicules n'ont pas encore l'autonomie de leurs cousins thermiques. « À cause de tout cela, les livraisons vertes ont un coût forcément un peu plus élevé », reconnaît Quentin Dampierre, directeur général ad-

joint de Top Chrono. Positionnée sur les livraisons durables, La Poste assume de vendre ses services légèrement plus chers, persuadée que cette garantie peut aussi être un argument marketing des enseignes auprès de leurs « clients. D'autres comme DHL nient ce surcoût dans les augmentations annuelles.

Avec ces nouveaux véhicules, qui font des tournées plus courtes, les transporteurs doivent aussi multiplier les petits dépôts proches des consommateurs, en ville et non plus en banlieue. Ainsi, depuis peu, Amazon et Chronopost utilisent pendant la journée quatre dépôts de bus de la RATP à Paris à partir desquels ils assurent des livraisons en véhicule électrique ou au gaz.

La vogue des espaces logistiques urbains n'est pas près de retomber, car, pour lutter contre les embouteillages, les transporteurs se mettent à livrer à vélo cargo ou à triporteur électrique. Dans ce cas, les distances parcourues doivent rester raisonnables. « Toute la profession fait la chasse aux lieux en cœur de ville transformables en mini-hubs logistiques », explique Quentin Dampierre. Les parkings, qui sonnent creux avec la pandémie, sont très prisés (voir article ci-dessous).

La Poste profite aussi régulièrement de la reconfiguration des bureaux de poste pour y installer un de ces espaces de logistiques. Colissimo

Plus modestement, DHL compte passer à 6 % de livraisons vertes cette année, contre 3,5 % auparavant. Même une PME comme Top Chrono s'y met : en 2020, 50 de ses 500 véhicules étaient électriques. Fin 2022, ce sera la moitié.

Si la montée en puissance est très progressive, c'est qu'un changement de motorisation ne va pas de soi. D'abord, les véhicules électriques ont rarement autant de capacités que les camionnettes thermiques (17 à 20 m³). « Et, lorsqu'on trouve les modèles adéquats, ils sont souvent en nombre insuffisant », soupire Philippe Prêtat, directeur général de DHL France, qui par conséquent se réjouit de renforcer sa flotte avec quelques dizaines de grands fourgons e-Ducato de Fiat grâce au partenariat européen entre le transporteur express et le constructeur. Autre handicap : même si les marques automobiles ont fait beaucoup de progrès, ces véhicules n'ont pas encore l'autonomie de leurs cousins thermiques. « À cause de tout cela, les livraisons vertes ont un coût forcément un peu plus élevé », reconnaît Quentin Dampierre, directeur général ad-

joint de Top Chrono. Positionnée sur les livraisons durables, La Poste assume de vendre ses services légèrement plus chers, persuadée que cette garantie peut aussi être un argument marketing des enseignes auprès de leurs « clients. D'autres comme DHL nient ce surcoût dans les augmentations annuelles.

Avec ces nouveaux véhicules, qui font des tournées plus courtes, les transporteurs doivent aussi multiplier les petits dépôts proches des consommateurs, en ville et non plus en banlieue. Ainsi, depuis peu, Amazon et Chronopost utilisent pendant la journée quatre dépôts de bus de la RATP à Paris à partir desquels ils assurent des livraisons en véhicule électrique ou au gaz.

La vogue des espaces logistiques urbains n'est pas près de retomber, car, pour lutter contre les embouteillages, les transporteurs se mettent à livrer à vélo cargo ou à triporteur électrique. Dans ce cas, les distances parcourues doivent rester raisonnables. « Toute la profession fait la chasse aux lieux en cœur de ville transformables en mini-hubs logistiques », explique Quentin Dampierre. Les parkings, qui sonnent creux avec la pandémie, sont très prisés (voir article ci-dessous).

La Poste profite aussi régulièrement de la reconfiguration des bureaux de poste pour y installer un de ces espaces de logistiques. Colissimo

LES ENSEIGNES ALIMENTAIRES OUVRENT DES DRIVE PIÉTONS
Plus besoin d'avoir des superettes en centre-ville pour séduire les citadins. Auchan et Leclerc multiplient les ouvertures de drive piétons pour tenter de séduire les clients de leur site internet. Le distributeur nordiste compte en avoir 300 d'ici fin 2021. Leclerc vise 200 drive piétons. Carrefour en compte déjà une centaine.



LES LIVREURS MONDIALISENT LES VÉLOS
Dans certains quartiers de la capitale, le réseau de vélos partagés est squatté par des livreurs de repas commandés sur Uber Eats et Deliveroo. Cela agace les Parisiens d'autant que le contrat de Vélis' exclut expressément dans ses conditions de service toute utilisation « à des fins de livraison commerciale régulière ».

Quand un parking de Paris sert à livrer fruits

Le triporteur aux couleurs de Monmarché.fr s'engouffre dans le parking souterrain Indigo de l'île de la Cité, à Paris. Sa mission ? Charger les commandes de produits frais - Monmarché.fr est le site internet de Grand Frais, l'enseigne de fruits, légumes, poissons et viande en ultra-frais - et les livrer dans le centre de la capitale. « Nous voulons nous développer à Paris, mais le prix du foncier rendait cela impossible, analyse Gilles Raison, directeur général de Monmarché.fr. C'est pourquoi, la solution d'un atelier de préparation de commandes et stockage de produits frais dans un parking nous est apparue comme une bonne solution. »

De quoi trouver un intérêt commun avec Indigo, le numéro un des parkings, qui lui fait face à la diminution du nombre de

voitures en centre-ville. Un phénomène qui pèse sur le taux de remplissage de ses parkings. « Nous disposons de grands espaces en plein cœur des villes, explique Sébastien Fraïsse, directeur général France d'Indigo. Nous pouvons les adapter à d'autres activités. »

Le partenariat avec Monmarché.fr est la première réalisation concrète. Le site s'est lancé quelques jours avant le premier confinement, en mars 2020. Le recul est suffisant pour que Gilles Raison puisse parler de « succès ». « Nous avons doublé le nombre de véhicules de livraison depuis le lancement », se félicite le dirigeant de Monmarché.fr. Qui reconnaît toutefois que cette mise en place n'a pas été facile. « Un parking n'est pas conçu pour cet usage, par exemple en termes de hauteur de

sous-plafond, détaille Gilles Raison. Mais nous voulons réussir ». Le site marchand a revu ses processus de préparation de commandes pour s'adapter à cette faible hauteur. Il a créé des pièces fermées et climatisées, avec son propre système de génération de froid.

Un système rodé

Le système est désormais au point. Tous les matins, un semi-remorque décharge plusieurs dizaines de tonnes de produits ultra-frais, présentant trois niveaux différents de température. Pommes, tomates, myrtilles, salades - qui peuvent avoir été ramassées la veille - mais aussi viandes, poissons et fromages pourrout être livrés le jour même, à l'heure définie par le client. Les

et le meilleur camionnettes sillonnent les rues.

vient d'en ouvrir un rue Mouffetard, dans le 5^e arrondissement de Paris. L'année prochaine, Stuart, qui livre surtout des courses alimentaires, investira, dans la capitale, la poste du Louvre, refaite de A à Z.

Le vélo cargo plébiscité

Et les opérateurs ne sont pas en mal de nouvelles idées d'emplacements inattendus pour s'implanter. « Nous réfléchissons avec la mairie de Paris à ce que nous pourrions faire dans les marchés », illustre Manuela Moulin, directrice marketing chez UPS France.

Avec le développement de la livraison à vélo cargo, les transporteurs doivent non seulement investir de nouveaux lieux, mais aussi trouver les bons profils de cyclistes, qui n'ont plus rien à voir avec les chauffeurs livreurs confortablement installés dans leur camionnette. Décidément, la vague de l'e-commerce chamboule tout : la ville, sa physiologie, mais aussi le travail. ■

AMAZON OUVRE DES CONSIGNES DANS LES GARES

Ces casiers de récupération des achats en ligne sont un signe de l'emprise d'Amazon sur le commerce. Le site en exploite 2500 dans les gares, centres commerciaux, supermarchés et stations-service... Présents dans 230 villes, ils permettent aux clients de récupérer leur commande 24 heures sur 24.

13,4 %
des produits
sont achetés
sur internet
aujourd'hui,
contre 9,8 % en 2019

3,12
millions
de colis
sont livrés chaque
jour par La Poste
actuellement.
Colissimo
en achemine
deux millions,
Chronopost 800 000
et DPD, une marque
destinée
aux entreprises,
320 000



LES PARKINGS DEVIENNENT DES ENTREPÔTS

Monmarché.fr prépare des commandes de produits frais (fruits, légumes, viande...) dans un parking parisien approvisionné tous les matins par un semi-remorque. Les livraisons sont ensuite assurées par des triporteurs électriques.

LES CAMIONS DE LIVRAISON ENCOMBRENT LES RUES

C'est la conséquence de la livraison de millions de colis par jour. Selon l'Ademe, l'Agence de la transition écologique, les livraisons de marchandises génèrent 25 % des émissions de gaz à effet de serre et 30 % des particules fines constatées en ville. Conscient du défi, Chronopost livre 17 grandes villes (Paris, Lyon, Nantes...) seulement avec une motorisation électrique.

et légumes

fromages sont même coupés sur place, dans une pièce dédiée.

La zone de livraison est aujourd'hui réduite à quelques arrondissements du centre de Paris pour conserver la fraîcheur des produits. Mais l'ambition est là. « Nous allons ouvrir un deuxième centre à Paris, également dans un parking Indigo, d'ici à l'été, se réjouit Gilles Raisson. Nous visons 10 % de part de marché sur la zone où nous pouvons livrer. La trajectoire actuelle nous y amène. »

Indigo est également ambitieux. Et pas seulement dans l'alimentaire. Dans le 16^e arrondissement de Paris, il teste des casiers de livraison de matériel électrique, avec le spécialiste Rexel, à destination des artisans. Ce qui permet à ces professionnels de s'approvisionner sans devoir repartir en banlieue. ■

E.E.

10 %
des locaux
de commerce
sont vides
en France,
selon Cushman
& Wakefield.
Un chiffre en hausse
de 60 % depuis 2014

