

LUNDI 4 DÉCEMBRE 2017

Le Parisien

ÉCO

NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT
COMMISSION PARITAIRE N° 0120 C 85979

ENTRETIEN p.4

Comment
Leboncoin
est devenu
incontournable



LP/JEAN NICHOLAS GUILLO

ENVIRONNEMENT p.8

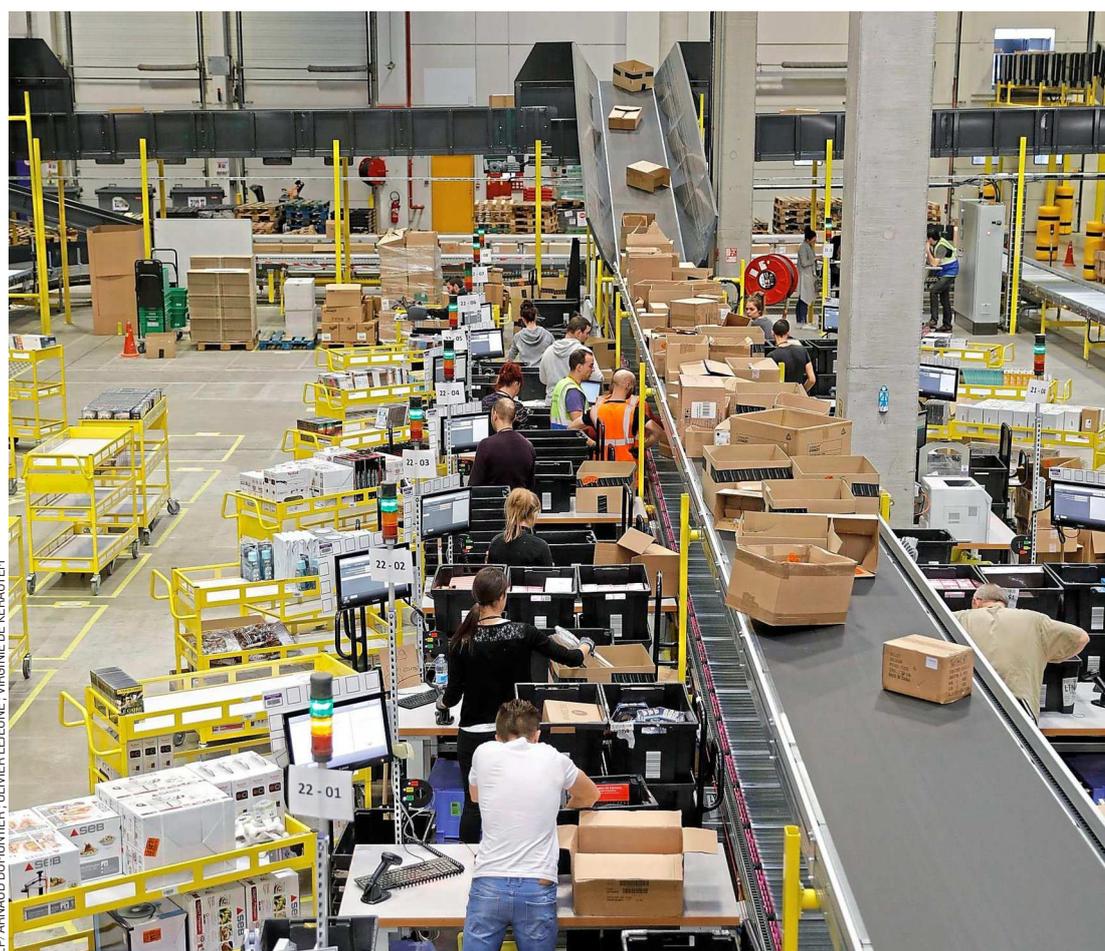
Michelin invente un
pneu révolutionnaire

SERVICE p.13 à 15

3 pages d'offres
d'emploi



CHEZ LES GEANTS DE LA LOGISTIQUE



LP/ARNAUD DUMONTIER, OLIVIER LEJEUNE, VIRGINIE DE KERAUTEM

Transporteurs,
logisticiens, poids lourds
de la vente en ligne ou
enseignes de la grande
distribution... A l'heure de
l'e-commerce triomphant,
ces ruches bourdonnent
encore plus fort à moins
de trois semaines de Noël.
Pages 2 et 3



Les logisticiens en ordre de bataille

COMMERCE Grande distribution, sites marchands et acteurs historiques s'activent avant les fêtes.

PAR VIRGINIE DE KERAUTEM ET CYRIL PETER

En 2017, les dépenses des Français sur Internet devraient franchir le cap des 80 Mds€, selon la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad), en hausse de 14 %. L'an dernier, les achats en ligne représentaient 33 transactions par seconde. Un niveau qui explose avant les fêtes de fin d'année.

Pas simple pour les logisticiens de suivre le rythme... Le seul moyen de rester compétitif est, notamment, d'améliorer la qualité du service. Avec ce leitmotiv : livrer plus vite, moins cher. Un enjeu majeur pour les pure-players – ces entreprises qui ne vendent que sur Internet –, les distributeurs convertis au e-commerce et les acteurs historiques comme l'Américain

UPS et l'Allemand DHL. Chez ce dernier, qui pèse un tiers du marché français, un colis sur trois est livré à un particulier, contre un sur cinq il y a dix ans.

DES ROBOTS À 5M€

Amazon aussi carbure : le leader du commerce en ligne a enregistré 2 millions de commandes en France, lors du dernier Black Friday, contre 1,4 million en 2016. « On n'a pas vocation à faire pareil qu'Amazon, prévient pour sa part Jérôme Saillour, directeur logistique Europe de Décathlon. Notre force, ce sont nos 330 magasins sur le territoire, utiles pour les retours ou la livraison en magasin d'articles achetés en ligne. »

À l'image de l'enseigne sportive, nombreux sont ceux qui s'appuient sur l'innovation pour optimiser le traitement des commandes et son coût logistique. La start-up Wing propose aux entreprises des solutions

d'emballage et d'expédition des produits. De son côté, Fretlink promet de simplifier les expéditions en limitant les intermédiaires. Depuis 2013, Scallog développe une solution d'automatisation pour accélérer la préparation des commandes. Les périmètres d'intervention de ses robots varient selon les entreprises pour un coût entre 150 000 € et 5 M€. Le but est aussi d'éviter aux opérateurs de longs trajets dans l'entrepôt.

Côté emploi, « c'est sur l'axe Lille, Paris, Lyon, Marseille qu'on recrute le plus », assure Alain Peroni, directeur associé de www.jobtransport.com. Le site compte 10 000 offres d'emploi, contre 700 en 2009, au plus fort de la crise. « Avant Noël, ajoutait-il, cela croît de 10 à 15 % avec l'intérim. » Reste que les logisticiens peinent à embaucher des chauffeurs. En cause, selon lui : « La barrière du permis poids lourd. »



Tous les acteurs du commerce en ligne et leurs fournisseurs sont dans les starting-blocks pour livrer des millions d'articles le plus vite et le moins cher possible.

Chez DHL « c'est comme un mini-aéroport »



PAR CYRIL PETER

BORDÉ PAR L'AUTOROUTE

A86, déjà encombrée à 7 heures du matin, l'imposant hangar de DHL à Créteil (Val-de-Marne) est organisé « comme un mini-aéroport », sourit Alain Yoro, son responsable. L'une des neuf implantations en Ile-de-France du logisticien allemand (présent dans 220 pays) a deux missions. C'est à la fois un site chargé de faire le dernier kilomètre pour livrer un destinataire val-de-marnais et un lieu où transitent des colis envoyés ensuite à d'autres agences, qui les remettront à des clients franciliens ou des régions voisines.

Les 6 200 m² sont ultra-surveillés. La nuit, des agents cynophiles pénètrent, sous l'œil des caméras, dans un espace « sanctuarisé par une grille », montre-t-il. Il s'agit de la zone export qui traite jusqu'à 8 000 colis par jour, à expédier sur les cinq continents. De l'autre côté, la zone import s'attend à en gérer 17 000, lors du

pic de Noël, entre le 18 et le 22 décembre.

Les fêtes approchant, DHL fait travailler une quarantaine d'intérimaires, en plus de deux douaniers qui « valident » les colis partant à l'étranger, des 60 salariés du site et des 50 chauffeurs, pour la plupart sous-traitants. Ces derniers livrent des conteneurs remplis de cartons et enveloppes, que des agents de quai, à l'image de Francis, réceptionnent. Ces derniers tirent alors sur des sangles pour les amener près de deux tapis roulants.

TOUR DE CONTRÔLE

« Attention aux erreurs, avertit Stéphane Moyal, le responsable import. Celui du haut, c'est pour l'Yonne, celui du bas, pour les Hauts-de-Seine. » Pour se repérer, Sergio lit le code-barres qu'il doit scanner par souci de traçabilité. Pour fluidifier les allées et venues, un superviseur, comme Aït Daoud, encadre une dizaine de « gars », dont un cariste qui déplace des palettes grâce à un chariot élévateur.

Philippe, lui, est derrière un ordinateur. « C'est la tour de contrôle », s'amuse Stéphane Moyal. Son rôle ? « Consulter une base de données pour anticiper les retards, enregistrer les arrivées et les départs », assure



LP/OLIVIER LEJEUNE

l'ancien chauffeur-livreur, chez DHL depuis 26 ans.

Si le groupe a longtemps travaillé avec le secteur bancaire, il compte aujourd'hui parmi ses clients des entreprises dans

l'automobile, la santé, le luxe... « On peut avoir des pièces détachées, des échantillons sanguins... On a aussi la gendarmerie qui envoie un bras ou un pied en cas de crime », illustre Sté-

phane Moyal. Quid des particuliers, qui pèsent un tiers de l'activité ? « Sur un an, on a une croissance de 11 % grâce au e-commerce », se félicite Alain Yoro.

Alain Yoro dirige la plate-forme DHL de Créteil (Val-de-Marne) qui s'attend à gérer 25 000 colis par jour avant Noël.