



**HAL**  
open science

# Le transport de messagerie : éléments d'études du secteur au sein de la métropole toulousaine

Josselin Rouhier

► **To cite this version:**

Josselin Rouhier. Le transport de messagerie : éléments d'études du secteur au sein de la métropole toulousaine. Géographie. 2017. dumas-01859148

**HAL Id: dumas-01859148**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01859148>**

Submitted on 21 Aug 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



**Le transport de messagerie :**  
**Éléments d'études du secteur au sein de**  
**la métropole toulousaine**

**Mémoire de master 2**

**Urbanisme et aménagement spécialités « TRANSMOB » -**  
**Transport et mobilités.**

Présenté et soutenu par : **Josselin ROUHIER**

Sous la responsabilité de : **Philippe DUGOT**

Maitre de stage : **Mickaël Berges**

**[2017]**

**toulouse**  
**métropole**



# Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué au bon déroulement de mon stage ainsi qu'à la rédaction de ce mémoire.

Tout d'abord, je tiens à exprimer mes remerciements à mon enseignant référent Monsieur DUGOT sans qui je n'aurais pu réaliser ce stage. Merci pour son implication dans mon travail ainsi que ses conseils.

Evidemment, je remercie profondément Mickaël BERGES et Lauréline ANGOT de Toulouse Métropole qui m'ont suivi tout au long de ce stage en m'aiguillant mais aussi en me laissant une grande indépendance dans la réalisation de ce dernier. Grâce à eux, c'est une ambiance propice au travail qui a pu être rapidement mise en place.

Je remercie également l'ensemble des acteurs enquêtés pour m'avoir reçu malgré des emplois du temps très difficiles.

Enfin, je tiens à remercier Marion ALBARADO d'être à mes côtés et m'avoir soutenu toute cette année.

# Sommaire

Remerciements.....	2
Sommaire .....	3
Introduction .....	4
<b>I- Le transport de messagerie : un milieu composite.....</b>	<b>8</b>
1.1 Un secteur « pêle-mêle » difficile à définir.....	9
1.2 Un bal animé par plusieurs acteurs .....	15
1.3 Le fonctionnement spécifique du transport de messagerie .....	24
<b>II- Le territoire d'étude : Toulouse Métropole .....</b>	<b>35</b>
2.1 L'aire logistique toulousaine .....	36
2.2 Quid de l'organisation du transport de messagerie à Toulouse ? .....	51
2.3 Les actions de la métropole .....	63
<b>III- Un vécu logistique semé d'embûches.....</b>	<b>75</b>
3.1 Les difficultés des acteurs .....	76
3.2 Des besoins qui découlent de ces difficultés .....	85
3.3 Des réponses à apporter pour l'ensemble des acteurs .....	89
Conclusion .....	108
Bibliographie .....	110
Annexes .....	114
Table des figures.....	116
Table des matières .....	136

# Introduction

« Le transport léger<sup>1</sup>, jugé pas ou peu rentable, a pu paraître comme le parent pauvre dans le transport, représentant une armée de sous-traitants sous le joug des donneurs d'ordres [...]. Les acteurs du transport léger s'émancipent. Ils ont accès aux clients en direct, proposent de nouveaux services, apportent une valeur ajoutée, en particulier dans l'univers urbain de plus en plus interdit aux poids lourds »<sup>2</sup>.

Ces propos, tenus par Hervé Street, président du SNTL<sup>3</sup>, traduisent bien l'environnement dans lequel évolue le transport de messagerie. La messagerie (à laquelle nous incorporerons également le transport express) est une branche du transport de marchandise routier (TMR) qui se spécialise essentiellement dans le transport de marchandise en ville (TMV) et qui est au cœur de la problématique du dernier kilomètre.

La messagerie où tous ces colis qui déferlent, que tout un chacun peut commander d'un clic et se faire livrer le lendemain ; ce ballet incessant de camionnettes qui quadrillent chaque ville, chaque région, chaque nation ; ces messagers passant la majeure partie de leur journée en arpentant les routes afin de distribuer ce précieux paquet et dont le métier n'est qu'une course incessante contre la montre. Voilà comment l'imaginaire pourrait définir ce secteur d'activité – tant et si bien qu'il ne soit pas nécessaire de préciser le terme « messagerie », auquel cas la définition serait « la distribution de colis ». Mais au-delà de cet imaginaire ou même de cette définition triviale, le transport de messagerie se caractérise par une multitude de facteurs. C'est un maillon primordial dans une logistique urbaine<sup>4</sup> qui apparaît comme de plus en plus indispensable aux villes et qui, par la même occasion, tend à représenter un réel intérêt pour ces dernières. En plus de cela, la messagerie participe à de nombreuses problématiques du transport

---

<sup>1</sup> Le Transport Léger est une opération de transport routier public de marchandises pour compte d'autrui, généralement urgente, effectuée avec un véhicule 2 ou 4 roues de PTAC (Poids Total Autorisé en Charge), inférieur à 3,5 tonnes.

<sup>2</sup> Hervé Street, Président du SNTL, L'officiel des transporteurs n°2879 du 12 mai 2017

<sup>3</sup> Syndicat National des Transports Légers

<sup>4</sup> La logistique urbaine est la manière d'acheminer dans les meilleures conditions les flux de marchandises qui entrent, sortent et circulent dans la ville.

en ville : congestion, nuisance environnementale, sonore et parfois visuelle. Tout autant de facteurs favorisant des conflits d'usage de l'espace public.

Pourtant, la messagerie est un vieux métier. C'est avec l'essor du chemin de fer au XIX<sup>ème</sup> siècle qu'elle s'est radicalement transformée. Elle a su jouir des différents modes de transport rapide pour s'étendre à travers le territoire et ce, au fil des décennies. Ce n'est que l'essor de la route qui mettra à mal cette organisation ferroviaire et qui permettra l'optimisation de ce secteur que nous connaissons aujourd'hui.

L'ouverture du marché français aura également permis de voir pénétrer dans le territoire des firmes européennes et internationales. Si bien que l'on retrouve dans plusieurs pays les mêmes « géants » de la messagerie qui s'affrontent dans ce secteur très concurrentiel ; mais nous aurons l'occasion, au cours de ce mémoire, de nous confronter à l'Histoire, somme toute, plus contemporaine.

Au-delà de cette ouverture des marchés, c'est un autre facteur qui est responsable du tournant considérable qu'est en train de prendre la messagerie. En effet, depuis une dizaine d'année un phénomène ne cesse de croître, de changer nos modes de consommation jusqu'à nous impacter dans notre quotidien : l'e-commerce. C'est une notion que nous développerons au cours de ce travail, mais en l'évoquant ici, chaque lecteur saura en substance de quoi il s'agit et cela permettra de ne pas oublier qu'aujourd'hui, e-commerce et messagerie sont pour une très grande partie intimement liés.

Pour comprendre la place qu'occupe la messagerie, il est nécessaire de préciser que n'importe qui est soumis à cette dernière : habitant, commerçant, usagers de la voirie... Il est très rare de ne pas être confronté à ce secteur d'activité si bien qu'il en devient un théâtre de jeux d'acteurs multiples aux intérêts et enjeux souvent contradictoires : sphère publiques, sphère privée, sphère économique etc. Ceci est vrai sur l'ensemble du territoire et la métropole toulousaine n'est pas en reste puisque cette étude, menée sur cet espace géographique, nous a permis de faire un constat identique de ce qui se passe au sein des autres métropoles françaises.

Mais à contrario, fait rare : Toulouse n'est pas l'Autorité Organisatrice de Transport (AOT), c'est une autre organisation : Tisséo<sup>5</sup>. Cependant, malgré cette compétence, Tisséo ne prend pas en charge la thématique de la logistique urbaine. C'est donc Toulouse Métropole qui s'occupe de ce

---

<sup>5</sup> C'est Tisséo qui est l'AOT sur le périmètre de transport urbain de l'agglomération toulousaine.

sujet par le biais du service MGR où j'ai effectué mon stage de quatre mois sous la direction de Mickael BERGES<sup>6</sup>. Pour répondre au mieux aux besoins, la direction MGR se divise en effet en quatre domaines qui sont : gestion des trafics ; déplacement, stationnement, expertise et gestion ; gestion des interventions et des réseaux numériques et électriques ; stratégie, mobilité et coordination partenariale.

Ainsi, l'agglomération toulousaine, devenue Toulouse Métropole au 1<sup>er</sup> janvier 2015<sup>7</sup>, essaie de s'approprier de plus en plus depuis plusieurs années la thématique logistique urbaine. Voilà pourquoi de nombreuses études se succèdent pour comprendre au mieux comment cette logistique s'organise et s'exerce au sein de ce territoire. Elle est soucieuse des nuisances énoncées précédemment, et souhaite mener une étude par filière afin de concilier au mieux les enjeux privés et publics quant au transport de marchandise. En effet, elle a pour ambition de mettre en place une politique à travers un document stratégique consacré au transport de marchandise en ville. C'est donc sur cela que repose l'intégralité de ce mémoire ; ainsi afin de mener une étude complète et approfondie, nous nous sommes posés –durant nos 4 mois de stage- la question suivante :

*Comment la connaissance du secteur de la messagerie peut-elle aider la puissance publique à mettre en place une politique locale efficiente pouvant s'imposer de façon légitime à la sphère privée du transport de marchandise en ville tout en adoptant une démarche de co-construction entre les différents acteurs ?*

Il est à préciser que cette étude s'inscrit dans un plan plus global permettant, in fine, de mettre en place un Plan de Déplacement Marchandise qui est un document qui se veut transversal et doit prendre en compte tous les aspects, notamment l'aménagement, l'environnement, l'économie, le social et permettre d'aboutir à une vraie gouvernance<sup>8</sup>. Ainsi, cette analyse sectorielle est une pièce nécessaire pour compléter le puzzle qui s'étendra sur l'ensemble de la métropole. Pour bénéficier des réponses nécessaires il a fallu mettre en place une stratégie

---

<sup>6</sup> Mickael BERGES est attaché territorial au domaine gestion des trafics.

<sup>7</sup> La loi MAPTAM (Modernisation d'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles) du 27 Janvier 2014 a permis de créer un nouveau statut pour les métropoles afin de permettre aux agglomérations de plus de 400 000 habitants d'exercer pleinement leur rôle en matière de développement économique, d'innovation, de transition énergétique et de politique de la ville. Au 1<sup>er</sup> janvier 2015 les agglomérations de Bordeaux, Brest, Grenoble, Lille, Montpellier, Nantes, Rennes, Rouen, Strasbourg et Toulouse sont devenues des métropoles.

<sup>8</sup> Document en cours d'élaboration par Lauréline Angot, doctorante au sein de Toulouse Métropole.



d'investigation allant de la lecture de document, à des entretiens avec les acteurs, en passant par la rédaction d'un questionnaire type.

Pour répondre à la problématique énoncée auparavant nous allons, dans un premier temps, faire un tour global du transport de la messagerie pour exposer et définir les caractéristiques, les cadres et les enjeux auxquels il se confronte. Nous pourrons ainsi poser les bases solides en termes de définition, d'Histoire et de fonctionnement, propices à la suite de la rédaction. Cela nous permettra d'appréhender notre deuxième partie qui sera un focus sur Toulouse Métropole afin de comprendre comment s'organise ce secteur au sein de ce périmètre. C'est ici que nous ferons un point plus complet sur la stratégie d'investigation adoptée mais aussi sur les compétences à disposition de Toulouse Métropole. En effet, il ne faut pas oublier que même si l'essentiel des acteurs de la messagerie appartiennent à la sphère privée, leur zone de travail se situe en partie dans la sphère publique ; il y a donc un chevauchement tangible qu'il est nécessaire de concilier. Enfin, grâce à cela nous confirmerons dans une troisième partie que c'est un secteur complexe : au niveau des infrastructures et des conditions de travail. C'est pourquoi dans cette même partie nous nous efforcerons de trouver des solutions, ou tout du moins nous élaborerons des préconisations et de réponses pour répondre au mieux à l'ensemble des enjeux vus dans les parties précédentes.

# I- Le transport de messagerie : un milieu composite



L'objectif de cette première partie est d'introduire les grands paradigmes en matière de transport de messagerie. Ici, la question qui se pose est la suivante: comment définir le transport de messagerie ? C'est autour de cette interrogation que s'articulera cette partie. C'est donc l'aspect global du transport de messagerie que nous verrons ici car il est obligatoire pour la suite d'avoir connaissance du sujet et mieux le cerner. Ainsi, il est naturel de commencer par définir ce qu'est le transport de messagerie et express. En effet, même l'Etat s'intéresse à ce type de transport et va même jusqu'à énoncer une définition, mais est-ce que cette dernière traduit ce qu'est réellement le transport de messagerie ? Nous verrons que, malgré les bonnes bases que pose le ministère de la transition écologique et solidaire, il est possible de la compléter. Cet éclairage nous permettra d'aborder les différents acteurs de la messagerie. C'est un milieu assez complexe où les acteurs sont multiples ; nous nous attarderons essentiellement sur les acteurs privés. Enfin, une dernière partie montrera le fonctionnement spécifique de ce type transport avec les enjeux forts liés à ce dernier mais aussi des problèmes qui se posent au sein de ce secteur.

## 1.1 Un secteur « pêle-mêle » difficile à définir

Le transport de messagerie est un secteur difficile à définir car contrairement aux autres types de transport de marchandise, ce dernier touche tout type de produits. S'ajoute à cela la multitude d'acteurs qui le forme. Enfin, c'est un milieu esclave des nouveaux modes de consommation en constante évolution et qui en demandent souvent trop pour que la messagerie soit rentable.

### 1.1.1 Comment définir le transport de messagerie ?

Peu représentée dans les années 2000, le transport de messagerie ne cesse, aujourd'hui, de croître<sup>9</sup> et reste indispensable tant pour les particuliers que pour les professionnels.

Les modes de consommations évoluent grâce au e-commerce et n'importe quel produit peut s'acheter d'un simple clic n'importe où<sup>10</sup> pour être livré chez soi ou à proximité dans les plus brefs délais. C'est la messagerie qui s'occupe de cette livraison dans un temps relativement très rapides.

---

<sup>9</sup> Au troisième trimestre 2016, la messagerie (ou « service auxiliaire de transport ») représente 29% contre 39% pour le transport de marchandise et 32% pour celui de voyageur.

<sup>10</sup> De plus en plus, les commandes se font sur smartphone ou tablette, c'est ce qu'on appelle le m-commerce.

Seulement c'est un domaine très vaste, presque fourre-tout, et il paraît nécessaire d'en définir le contour.

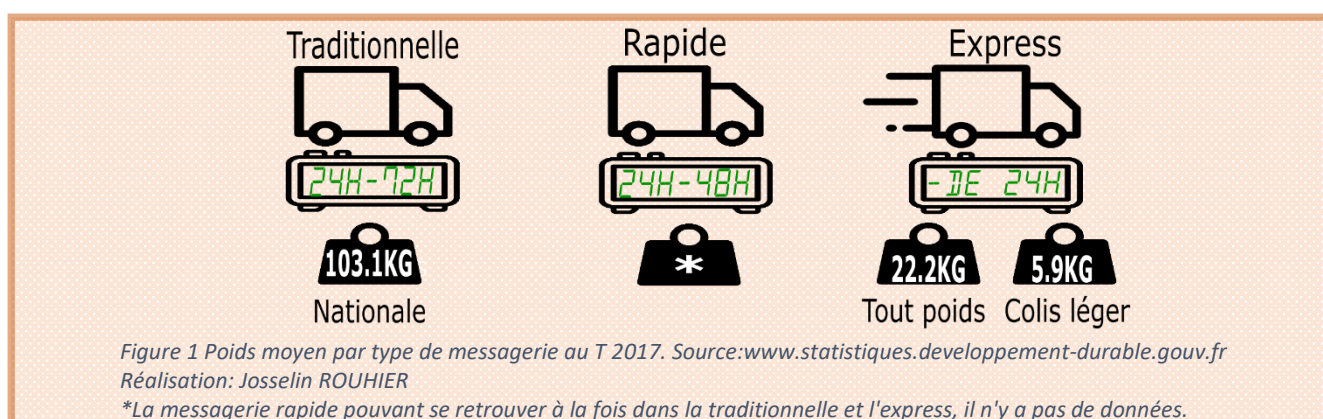
Définir le transport de messagerie sous le seul prisme du poids du colis ne rendrait pas compte de la complexité de ce secteur. Même si les colis seront traités différemment (VUL<sup>11</sup> pour colis de – de 30 kg et véhicule avec hayon pour plus de 30 kg), son acheminement dépendra tout de même du transport de messagerie. Les entreprises, à l'instar du e-commerce, évoluent et aujourd'hui tout type de messagerie peut livrer des colis de plus de 30 kg.

Il existe des distinctions au sein de la messagerie :

- La messagerie traditionnelle propose une livraison de 24 à 72 heures.
- La messagerie rapide concerne l'enlèvement avant 18h pour livraison le lendemain avant 18h (cette activité peut, selon les cas être intégrée à la messagerie traditionnelle ou à l'express).
- La messagerie express traite des enlèvements avant 18h pour livraison le lendemain avant 12h voire 9h.

La question de poids ne semble pas nécessaire à prendre en compte pour définir la messagerie au sens générale. Ainsi, selon Antoine Artous<sup>12</sup>, spécialiste du marché de la messagerie, rien ne justifie plus techniquement la construction de réseaux distincts fondés sur des clivages de poids. Et la messagerie domestique traite des envois relativement lourds.

D'après le ministère, il y a bien une distinction entre le – de 30 kg (« colis léger ») et le « tous poids » mais cette distinction se fait seulement dans la dénomination de la messagerie (traditionnelle, express tous poids, express colis légers).

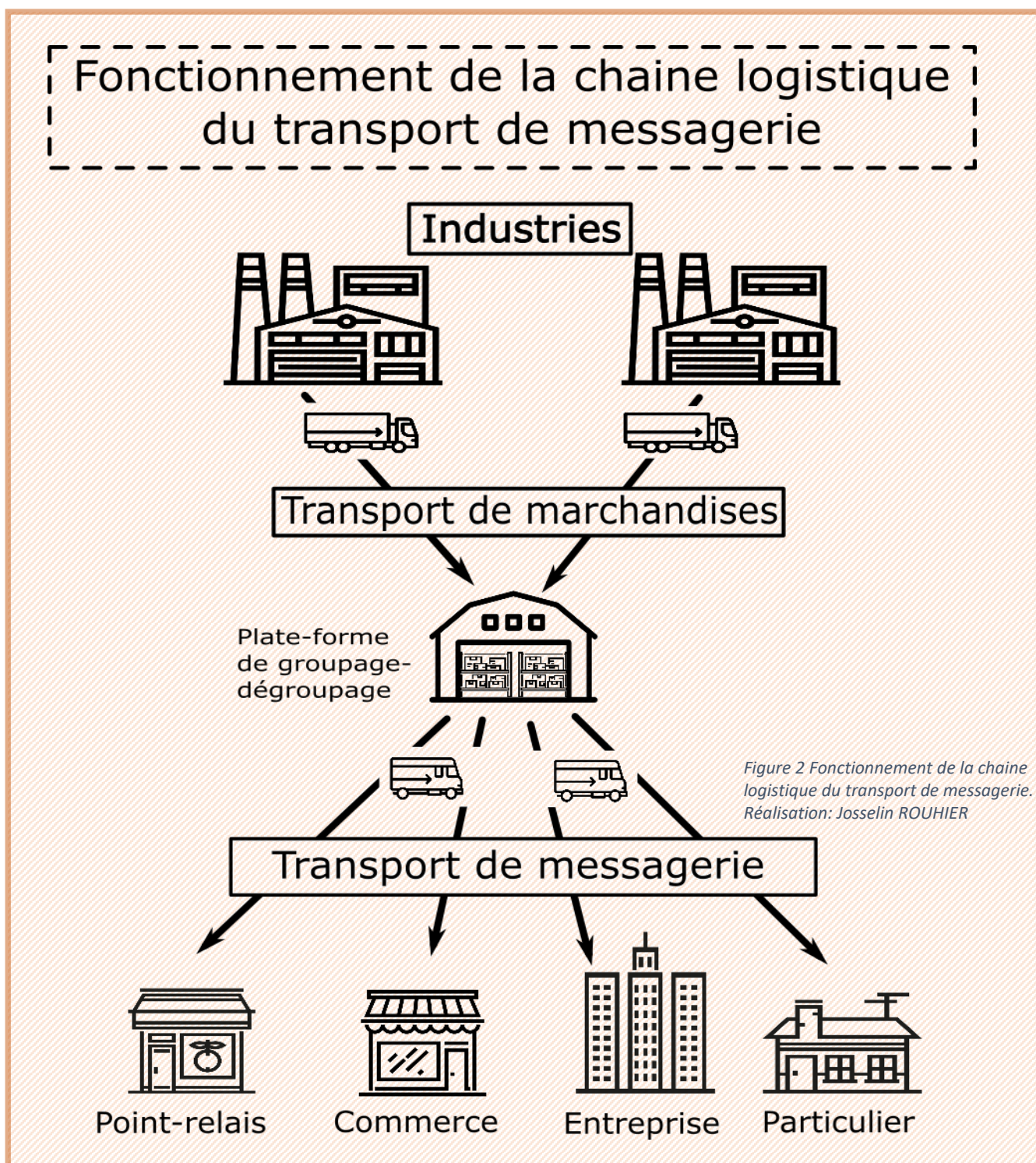


<sup>11</sup> Véhicule Utilitaire Léger.

<sup>12</sup> Patrice Salini : Le marché français de la messagerie.

L'activité de messagerie consiste à acheminer, essentiellement par route, des colis généralement inférieurs à 3 tonnes, depuis le lieu de collecte jusqu'au destinataire.<sup>13</sup>

La messagerie traite tous les envois de moins de 3 tonnes constitués de colis faisant l'objet à la fois d'un groupage dégroupage sur un quai, d'un transport et d'une opération de distribution.



<sup>13</sup> Information CO<sup>2</sup> des prestations de transport, guide méthodologique. [www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr).

Cependant, ce n'est pas tant le type de marchandise qui compte pour définir la messagerie mais le délai d'acheminement. On en revient alors aux distinctions faites précédemment entre la messagerie traditionnelle, rapide ou express.

Le SNTL rajoute que les messagers sont des conducteurs affectés, à titre principal, à des services organisés de messagerie, d'enlèvement et de livraison de marchandises ou de produits dans le cadre de tournées régulières nécessitant, pour une même expédition de domicile à domicile, des opérations de groupages et dégroupage, et comportant des contraintes spécifiques de délais de livraison.

Concernant le cadre réglementaire du transport de messagerie, il faut savoir qu'il est dicté par le transport pour le compte d'autrui. Ce dernier est une activité commerciale réglementée par des textes généraux ou spécifique du Code Civil, du Code du Commerce et du Code du Travail.

#### **Point de définition : Compte propre et compte d'autrui**

« Il faut distinguer le transport pour **compte propre** et le transport pour **compte d'autrui**. Dans le premier cas les entreprises ont leurs propres camions et entrepôts pour transporter ce qu'elles fabriquent et vendent. Dans le cas du transport pour compte d'autrui, des entreprises, dont c'est le métier, se voient confier le transport et la logistique des marchandises. »

*Définition de la Fédération Nationale des Transports Routiers*

S'appliquent aussi des textes spécifiques au secteur du TRM :

- La **LOTI**, loi d'orientation des Transports Intérieurs
- La loi **GAYSSOT** du 6 février 1998 réglemente l'exercice de la profession de transporteur léger pour les 4 roues – décret d'application du 30 août 1999 et arrêtés. A noter que la course urbaine 2 roues pour compte d'autrui, pour un temps non concernée par la loi et le décret, est entrée à son tour dans son champ (loi relative à la sécurité et au développement des transports : loi 2006-10 du 5 janvier 2006, articles 24 et 25, mise en œuvre depuis le 1er janvier 2007, Cf. arrêté et circulaire d'application en date du 14 décembre 2006).
- Le décret n°2011-2045 du 28 décembre 2011 et ses 8 arrêtés afférents ont pour objet de permettre l'application du « Paquet Routier ».
- Les contrat-type généraux marchandises, sous-traitance, commissionnaire de transport

- La convention collective nationale des transports routiers et activités auxiliaires,
- L'avenant « Course » n°94 insérée dans la convention collective, l'avenant 86 et 104
- Les textes relatifs à la responsabilité des donneurs d'ordre et à la répression des prix abusivement bas.

Pour compléter cette définition du transport de messagerie et express, nous avons noté, au cours de ce travail, qu'une notion venait s'y ajouter : c'est l'engagement vis-à-vis des clients. C'est d'ailleurs le fer de lance de la messagerie : *« Aujourd'hui en express on s'engage à livrer avant 13h, on a une obligation de résultat derrière. En messagerie les délais ne sont pas garantis. En plus de ça, l'engagement du réseau France Express c'est de livrer 2x par jour. Aujourd'hui vous avez une grande partie de la France qui va arriver chez nous avant 7h le matin, donc là nous notre obligation c'est de livrer le matin avant 13h mais on a aussi tout ce qui vient du nord de la France, tout ça arrive chez nous en fin de matinée et là on a obligation de livrer avant 18h. C'est une notion d'engagement : c'est du délai garanti l'express. »*<sup>14</sup>

Cette définition s'est façonnée grâce aux principaux acteurs qui font la messagerie. Pour en arriver à ce que nous venons de voir, il a fallu qu'elle se rôde. Même si la messagerie a, dans un sens, toujours existé, son histoire contemporaine qui mène à celle que l'on connaît actuellement, n'est pas si vieille.

### 1.1.2 L'Histoire de la messagerie et de ses grandes entreprises

La messagerie, au début du XXe siècle se divisait en deux services : le factage, qui consistait à transporter des marchandises légères à partir de centre de triage se situant non loin des gares ; puis le camionnage qui, à l'inverse, traitait des marchandises plus lourdes avec des quais situés pour la plupart dans les zones périphériques. Si ces deux services existaient c'est parce que les marchandises transportées de la sorte ne permettaient pas d'être acheminées par wagon complet ou camion direct. C'est dans les années 1930 que le transport routier, par camion est apparu. Son rôle était d'abord d'alléger le chemin de fer puis dans les années 1960 il a conquis d'importantes parts de marché. Ceci est dû au déclin de l'offre du transport ferroviaire mais aussi au déplacement des activités productives vers les zones industrielles loin des gares.

De ce fait, la messagerie et le ferroviaire étaient intimement liés. C'est pourquoi les premiers grands messagers comme Calberson ou Heppner (existant encore aujourd'hui) étaient appelés des

---

<sup>14</sup> Propos confiés par Patrick GRANGE, responsable d'exploitation Geodis Toulouse

“groupeurs ferroviaires”. Après le déclin du service ferroviaire, c’est au début des années 1970 que l’on voit apparaître de nouveaux types d’entreprises de messagerie n’utilisant que la route pour leur activité, c’est le cas de Joyau et Graveleau (aujourd’hui Dachser). Contrairement aux autres groupeurs, le volume était moindre mais elles pouvaient proposer des délais plus rapides. Ainsi, pour rester compétitif, les grand « groupeurs ferroviaires » commençaient aussi à s’aventurer sur le routier. C’est pourquoi la SNCF décide, en 1970, de créer le Sernam<sup>15</sup>, prenant des trafics aux groupeurs grâce à des tarifs plus bas. Suite à cette évolution de la messagerie, on estimait à 60% la part du marché détenu par les 10 premiers réseaux de messagerie en 1990.

Malgré tout, les grands messagers se cantonnaient aux limites nationales, sauf Heppner et Graveleau qui, eux, essayaient de s’ouvrir à la messagerie internationale au début des années 1990. L’arrivée des grands messagers tels que FedEx, UPS, TNT et DHL constitue un autre facteur important dans l’évolution du marché de messagerie apportant avec eux de nouvelles stratégies spécifiques pour le marché européen. DHL s’est contenté de traiter les flux internationaux (sauf en Allemagne) ce qui a fait de lui un leader de l’express international en France, avec Chronopost. UPS et TNT, quant à eux, rachetaient des entreprises françaises (Prost pour UPS et Jet Service pour TNT) afin de croître davantage et se développer sur le marché national français.

La fin des années 2000 a été marquée par le rachat de plusieurs entreprises françaises par des groupes européens. La crise de 2008/2009 a bien entendu favorisé ces transactions. Ainsi Alloin a été repris par Kuehne+Nagel, Graveleau est devenu Dachser et Joyau est devenu Schener. Finalement, le seul noyau qui résiste est le groupe SNCF avec sa filiale Geodis Calberson et qui a suivi la tendance en rachetant d’autres entreprises (Cool Jet, Ciblex et Sernam qui n’existe plus aujourd’hui).

Depuis, le marché de la messagerie ne cesse de se développer mais il est très dur pour de nouveaux arrivants de prendre place dans ce domaine. A la fin des années 2000 c’est TNT et Chronopost qui dominaient le marché français. Les expressistes étrangers prennent de plus en plus de place dans le paysage français de l’express : DHL France détenait 12.9% et FedEx 7.3% en 2009 mais va prendre plus d’importance avec l’acquisition de Tatex (ancienne entreprises française de messagerie). L’expressiste français historique qui continue de se démarquer sur le territoire reste Geodis Calberson, aidé par la stature de la SNCF. Aujourd’hui encore, ce sont ces grosses entreprises qui dirigent – en quelques sorte- le marché de la messagerie en France ce qui, comme nous l’avons dit,

---

<sup>15</sup> Service National de Messagerie.



laisse très peu de place à des messagers de moindre taille, qui se retrouvent alors en difficulté jusqu'au point d'être rachetés.

## 1.2 Un bal animé par plusieurs acteurs

Après avoir vu et compris ce qu'était la messagerie : son Histoire et son organisation, il serait judicieux de montrer qui sont ses principaux acteurs : du client expéditeur au client destinataire en passant par les transporteurs.

Le schéma vu en première partie<sup>16</sup> développant la chaîne logistique de la messagerie reste très générale et identifie le fonctionnement de cette dernière d'un œil plus éloigné. Mais lorsque l'on rentre dans les détails, on s'aperçoit qu'il y a une pluralité d'entreprises. En effet, il existe une organisation bien spécifique où une multitude d'acteurs différents jouent un rôle à part entière. Parfois, même si les rôles sont identiques - à savoir la distribution de colis- on se rend compte que les rapports de force ne sont pas les mêmes. C'est ce que nous essaierons de mettre en exergue ici en identifiant les différents acteurs qui font de la messagerie celle qu'elle est aujourd'hui.

Au cours de notre travail de quatre mois nous avons eu la chance de rencontrer la majorité de ces types d'acteurs, ainsi nous avons pu interroger des donneurs d'ordres, des prestataires de services (ou sous-traitants) et nous avons même discuté avec Relais colis, spécialisé dans la livraison en point relais. Bien entendu la focale sera sur tous ces acteurs afin de comprendre, par la suite, les relations et les rapports de force qui forgent ce segment du transport de messagerie, que l'on pourrait qualifier de composite.

### 1.2.1 Les principaux clients de la messagerie

En messagerie, la majorité des clients sont des entreprises. Ainsi, au début des années 2000, les clients étaient pour plus de 90% des entreprises et moins de 10% des particuliers. Depuis, la tendance a changé et l'essor du e-commerce a considérablement modifié la part occupée par les particuliers dans la livraison de messagerie. Encore aujourd'hui, les clients expéditeurs ne sont quasiment que des entreprises mais les clients destinataires sont à plus de 20% de particuliers et, en fonction des entreprises, ce taux peut monter jusqu'à 40%.

---

<sup>16</sup> Figure Erreur ! Document principal seulement. : Fonctionnement de la chaîne logistique du transport de messagerie

Si le poids des envois permet de faire une distinction entre la messagerie et l'express, cette classification détermine aussi les catégories de clientèle. On remarque ainsi que la messagerie traditionnelle sera privilégiée dans la production de série et dans la distribution classique de grande distribution. Concernant l'express, il sera largement privilégié par tous les secteurs de l'économie pour lesquels l'urgence et la fiabilité, la fréquence des commandes, la distribution des clientèles, le nombre de produits ou de références offerts priment (entretien, dépannage, flux tendu, etc..).

Nous avons détaillé les 'clients de la messagerie' par des catégories: les clients expéditeurs que sont les chargeurs, et les clients destinataires. Le rapport entre ces deux parties peut être différent en fonction de leur nature. Ainsi la relation d'entreprises à consommateurs finaux se nommera B to C (Business to Consumer). Ce type de commerce recouvre les marchandises ou les prestations conçues pour le grand public. A l'inverse, les relations d'entreprise, B to B (Business to Business), désigneront l'ensemble des activités commerciales nouées entre deux entreprises. Il existe d'autres types de relations telles que le C to C (Consumer to Consumer) qui sera l'ensemble des échanges de biens et de type de services effectués directement entre deux ou plusieurs consommateurs. Mais en règle générale la messagerie touchera majoritairement le B2B et le B2C.

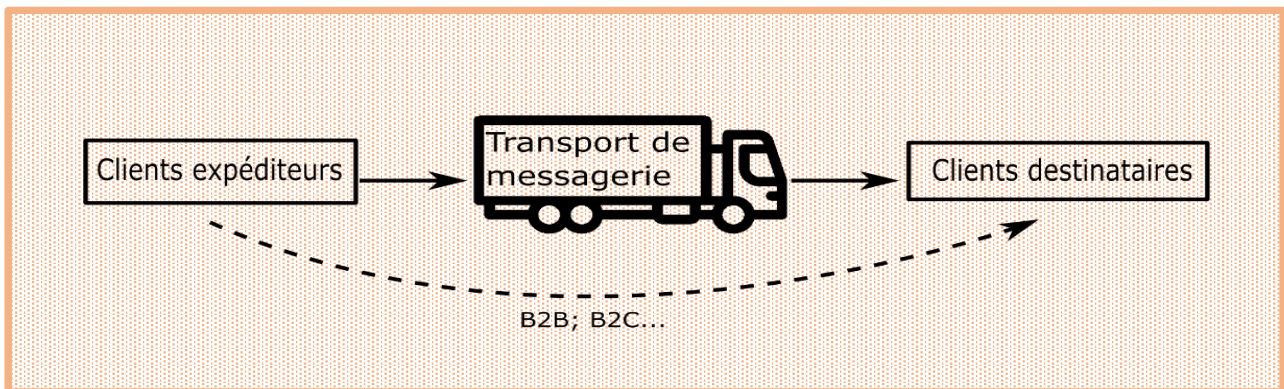


Figure 3: Relation entre clients expéditeurs et clients destinataires. Réalisation : Josselin ROUHIER

### 1.2.1.1 Les clients expéditeurs

Il ressort de l'enquête sur l'activité des entreprises de transport (AET 2008) que la clientèle expéditrice principale des entreprises de transports de fret est essentiellement le commerce, la distribution et l'industrie. Pour la messagerie et le fret express, 41% des entreprises affirment travailler principalement pour le commerce/distribution et 17% pour l'industrie (SOEs, 2010).

Grâce à des entretiens réalisés auprès de quelques entreprises de messagerie (Mazet, MTM, UPS et bien d'autres que nous détaillerons dans notre seconde partie), nous avons constaté que les clients de la messagerie sont très diversifiés. Les messagers travaillent beaucoup avec les industriels mais

ont comme clients expéditeurs tous les secteurs d'activités. Les principales activités mentionnées sont l'automobile (dont les équipementiers et les pièces détachées), la presse, l'informatique, l'industrie pharmaceutique etc.

Aujourd'hui, si l'on prend l'exemple de la métropole toulousaine, beaucoup de secteurs industriels sont plus ou moins représentés et constituent les principaux clients naturels de la messagerie toulousaine.

### 1.2.1.2 Les clients destinataires

Pour ce qui est des clients destinataires, leur diversité est équivalente à celle des expéditeurs. On remarque tout de même, grâce aux entretiens effectués pour ce mémoire, que les clients sont majoritairement les magasins et boutiques de centres commerciaux et du centre-ville, des industries et des distributeurs de pièces détachées (notamment automobile).

*« Sur la base de des enseignements tirés de l'enquête ECHO (Dablanc et Routhier, 2009), en 2004, les destinataires des envois se composaient de 23% d'activités de services ; 22.5% de commerçants et artisans ; 17% d'industriels (y compris le secteur du BTP) ; 14% dans la grande distribution ; 14.5% dans le commerce de gros et seulement 7% de particuliers. Mais depuis 2004, le taux de livraison à domicile a considérablement augmenté, grâce à la croissance de l'e-commerce et des ventes à distance (VAD) »<sup>17</sup>.*

Les modes de consommation changent, c'est pourquoi en 2013, 69% des français ont déjà eu recours à la VAD. Ainsi, l'e-commerce représente 7% de commerce de détails en France<sup>18</sup>. De plus, grâce à de nouveaux systèmes mis en place comme les points de retrait de colis (concernant essentiellement la livraison aux particuliers), les entreprises de messageries peuvent gérer au mieux les livraisons aux particuliers en massifiant les colis livrés dans ces points relais (qui sont à la fois un avantage pour les transporteurs mais permettre aussi aux clients de venir chercher le colis en dehors des horaires de travail).

### 1.2.2 Les donneurs d'ordres

Véritables piliers, les donneurs d'ordre sont les grands opérateurs de la messagerie. C'est ici que l'on retrouvera les grands noms connus : TNT, UPS, DHL, Chronopost, La Poste, SNCF Geodis etc. Tout autant d'entreprises qui jouent un rôle majeur dans la distribution de colis. Même au sein de cette grande catégorie que sont les donneurs d'ordres, il y a des distinctions à apporter. Aussi,

---

<sup>17</sup> « La messagerie : un segment particulier du transport de marchandise ». Dina Andriankaja

<sup>18</sup> Fevad, 2014.

même si les rapports de forces sont les mêmes (ce sont les donneurs d'ordre qui ont le « pouvoir », ils sont chef de file et s'ils portent ce nom c'est qu'ils sont garants du travail des sous-traitants), leur fonctionnement peut différer en fonction de leur secteur d'activité, de leurs offres et de leurs services : livraisons spécialisées en point-relais, aux particuliers ou aux entreprises, voire tout à la fois.

De plus, l'organisation entre donneurs d'ordre peut aussi changer en fonction du matériel mis en place. Certains pourront avoir leur propre flotte de véhicule tandis que d'autres, notamment chez les commissionnaires de transport<sup>19</sup>, n'auront aucun véhicule en compte propre. On peut donc distinguer 4 familles de donneurs d'ordres reparti entre Histoire et organisation :

- Les opérateurs publics historiques tels que La Poste et SNCF Géodis
- Les expressistes comme TNT, UPS, DHL ...
- Les prestataires logistiques de la VAD que seront, entre autres Mondial Relay et Relais Colis
- Les commissionnaires de transports que nous avons abordés à l'instant et dont l'entreprise la plus connue est GLS.

### 1.2.1.1 Les opérateurs historiques

La première famille d'acteur, celles des opérateurs publics historiques est occupée principalement par La Poste et Géodis Calberson ancré depuis le début du XXe siècle. Malgré leur posture historique et leurs solides acquis, ils éprouvent la nécessité de revaloriser (notamment pour le groupe La Poste) et diversifier leur service de distribution dans le but de trouver des « relais de croissance » dans la crise. Ceci est d'autant plus vrai que l'ouverture à la concurrence et la progressive disparition des lettres à cause des e-mails vont impacter La Poste qui devra améliorer sa distribution urbaine, maillon pris pour acquis par cette dernière. Afin de sortir de la crise et garder cette qualification d'opérateur historique, ils doivent prendre en compte plus sérieusement les enjeux de distribution de colis en zone urbaine. En effet, jusqu'à récemment La Poste a eu tendance de reposer sur ces acquis et même le service de consigne Cityssimo ouvert en 2007 n'a pas semblé changer la donne. C'est avec l'offre So Colissimo en 2011 que La Poste a mené une réflexion d'ensemble cohérente.

Concernant Geodis, on remarque un certain désintérêt du groupe pour le maillon urbain qui lègue ce secteur aux prestataires par manque de rentabilité. C'est en 2011 que cela change avec

---

<sup>19</sup> Par commissionnaire de transport, on entend tout prestataire de services qui organise librement et fait exécuter, sous sa responsabilité et en son nom propre, le déplacement des marchandises d'un lieu à un autre, selon les modes et les moyens de son choix. [www.ecologie-solidaire.gouv.fr](http://www.ecologie-solidaire.gouv.fr)

l'offensive Distripolis<sup>20</sup>. Malgré un ancrage dans la messagerie française plus prononcé, leur stratégie tend à ce qu'ils deviennent de vrais spécialistes de la distribution urbaine et marchent, au final, sur les mêmes plates-bandes que les expressistes plus récents.

### 1.2.1.2 Les expressistes

Les expressistes, véritables spécialistes de la distribution de colis, représentent la majeure partie des entreprises donneuses d'ordres. Ainsi on retrouve les grands groupes que sont TNT, UPS, DHL ou encore Chronopost. A l'inverse des opérateurs historiques, ces expressistes sont relativement plus récents.

Leur champ d'activité touche aussi bien les entreprises que les particuliers. Alors qu'il y a quelques années les entreprises étaient majoritairement clientes, on voit apparaître, et notamment grâce à la percée du e-commerce, un changement de tendance allant jusqu'à la stabilisation de ce pourcentage s'élevant alors à du 50/50<sup>21</sup>.

Aujourd'hui ces enseignes orientent leur stratégie dans le segment de la messagerie urbaine, participant grandement au bal incessant de camionnettes estampillées de leur logo.

Leur fonctionnement est très spécifique car en plus d'avoir une flotte en compte propre, la grande partie de cette flotte fonctionne en compte d'autrui. En effet, ce qui les qualifie de réel donneur d'ordre, à l'instar de Geodis, est qu'ils utilisent, pour la majorité, les services d'autres entreprises, plus petites, régionales voire surtout locales, qui s'aligneront derrière eux et effectueront les tâches demandées : en l'occurrence la distribution et le « ramasse » de marchandise. Il n'est donc pas rare de croiser des camionnettes blanches, sans logo, appartenant à des entreprises sous-traitantes mais réalisant des tournées pour le compte de grands expressistes. A l'inverse, il est possible d'avoir à faire à des camionnettes bel et bien estampillé d'un logo mais qui pourtant appartiennent également à une entreprise sous-traitante. Cela traduit bien le rapport de force qu'il existe entre les grands expressistes et les prestataires, mais nous développerons ce point un peu plus tard dans ce mémoire.

### 1.2.2.3 Les prestataires logistiques de la VAD

Les prestataires logistiques de la VAD diffèrent des catégories précédentes dans le sens où elles ont une stratégie bien spécifique dans la livraison de colis. En effet, leur fer de lance touche

---

<sup>20</sup> Distripolis est un dispositif mis en place par Geodis ayant pour but de réduire l'impact environnemental du « dernier kilomètre ». Les marchandises sont acheminées vers une plateforme « multimodale » puis redistribuées ensuite grâce à des véhicules écologiques (triporteurs à assistance électrique ou véhicules électriques légers).

<sup>21</sup> Données issues de nos entretiens.

essentiellement la distribution en point relais. Représenté presque exclusivement par Pickup (groupe LaPoste), Relais Colis et Mondial Relay, ces entreprises ont une stratégie plus affirmée pour ce qui concerne le e-commerce.

Dès la fin des années 1990 s'amorce un mouvement d'ouverture du savoir-faire et les prestations de LAD<sup>22</sup> sont proposées à d'autres enseignes que les enseignes partenaires.

Contrairement aux expressistes précédents, la clientèle cible n'est pas la même et même si, in fine, les clients sont quasiment 100% des particuliers, la prestation à domicile ne s'échelonne qu'aux alentours de 10% contre 90% pour la livraison en point relais.<sup>23</sup> On voit donc qu'il y a une réelle spécialisation dans ce segment-là.

Cependant, les expressistes commencent à s'intéresser au point relais et vont même jusqu'à livrer directement dans ces endroits lorsque, par exemple, le client n'est pas présent à son domicile.

La VAD attire les convoitises et même si des entreprises comme Mondial Relay et Relais Colis gardent une main mise dessus, des expressistes comme UPS vont jusqu'à racheter des réseaux de points relais comme Kiala (devenu UPS Access Point en 2012).

#### 1.2.2.4 Les commissionnaires de transport

Autres donneurs d'ordres, les commissionnaires de transports ont, de manière générale, les mêmes stratégies que les expressistes, à savoir le quadrillage du territoire pour être le plus efficient possible quant à la livraison de marchandise.

Là où leurs fonctions diffèrent largement c'est sur toute la partie matérielle et gestion. En effet, les commissionnaires de transports sont des intermédiaires de commerce ce qui signifie qu'ils servent de jonction entre l'entreprise commercialisant la marchandise et le client destinataire finale.

Côté matériel, la gestion des véhicules est totalement différente dans le sens où le commissionnaire fonctionne uniquement en compte d'autrui. En effet, comme nous l'a confirmé Bruno MALATRAY, directeur administratif et financier de GLS Toulouse, le statut de commissionnaire de transport signifie qu'ils n'ont aucun camion : tout est sous-traité. Ils organisent le transport mais les marchandises sont transportées par le biais des camions et chauffeurs des entreprises sous-traitantes. Comme les expressistes classiques, les prestataires de livraison sont toujours des entreprises locales voire de grosses entreprises régionales.

---

<sup>22</sup> Livraison à domicile

<sup>23</sup> Données présentées par Relais Colis Toulouse lors d'un entretien le 23 mai 2017.

De la même façon que les autres donneurs d'ordres –autre que VAD- les clients représentent en pourcentage 60% de B to B (artisans, pharmacie, entrepreneur...) et 40% de B to C. Mais comme énoncé précédemment, le pourcentage tend à évoluer vers du 50/50. Ainsi, toujours selon les propos recueillis auprès de GLS, la part des particuliers était, il y a un an, de 36% et maintenant de 40%. C'est ce que les études confirment au niveau national. Les entreprises comme GLS vont, d'ici 2020, tendre vers la moitié du volume entreprises et la moitié du volume particulier.

### 1.2.3 Les sous-traitants

Une chose est sûre, s'il y a bien un point commun entre tous ces donneurs d'ordres, c'est le recours aux sous-traitants. Pour comprendre ce qu'est un sous-traitant, il suffit simplement de prendre la définition du Larousse qui nous affirme qu'un sous-traitant « *se dit de quelqu'un, d'une entreprise qui exécute un travail qui lui a été confié par un autre* ».

Les prestataires sont au service des donneurs d'ordres, ils représentent leur compte d'autrui. Côté organisation, leur travail est exactement le même que les expressites sauf qu'ils n'interviennent qu'au moment du dégroupage de la marchandise. Ce sont les spécialistes du dernier kilomètre dans le sens ou leur expertise s'étend pour l'essentiel dans ce segment-là. Ces prestataires, tout comme les chauffeurs-livreurs de l'entreprise commanditaire, connaissent parfaitement les routes qui quadrillent le territoire.

Contrairement aux donneurs d'ordres, ils ne s'occupent pas de l'acheminement en amont de la marchandise – c'est-à-dire jusqu'à la plateforme de groupage-dégroupage. De plus, ils n'ont pas, pour la plupart, de relation directe avec les clients expéditeurs. Leur seule relation se limite au chargement de la marchandise en question jusqu'à sa livraison au client destinataire.

Tout comme les donneurs d'ordres, il existe une distinction entre les sous-traitants. On retrouve différents fonctionnements au sein de cette catégorie de transporteur. Dans un premier temps on a les prestataires logistiques ou entreprises du transport routier de messagerie. Ce sont les plus représentés et leur fonctionnement est le même que précédemment. Ensuite on retrouve différentes spécialités de sous-traitants : les louageurs, les coursiers et les messagers « verts ».

#### 1.2.3.1 Les louageurs

Le louageur est une branche bien particulière de la sous-traitance et pourtant son existence au sein du transport de messagerie paraît tout à fait logique. Son rôle, comme tout prestataire, sera d'être aux ordres de l'entreprise commanditaire. Cependant, là où le sous-traitant « classique » mettra son

entreprise aux ordres du commanditaire par un contrat, le louageur, lui, va louer à la fois le véhicule mais aussi le chauffeur.

Son activité principale n'est donc pas la messagerie et fret express, mais bel et bien la location de véhicule avec chauffeur. Ce matériel mis à disposition des donneurs d'ordres va suivre le fonctionnement classique de la sous-traitance, seule l'activité principale de l'entreprise change.

### 1.2.3.2 Les coursiers

La course a un fonctionnement totalement différent car il n'y a pas l'étape de groupage-dégroupage présent dans la chaîne logistique de la messagerie et que l'on a vu jusqu'à présent. Leur rôle sera - à l'inverse de la messagerie classique qui fonctionne en « tournée »- de faire un trajet en « trace directe » allant d'un point A récupérer la marchandise, à un point B qui sera la destination de la course.

La course propose une offre à part entière de livraison de colis sur un temps très court s'élevant au maximum à quelques heures (d'où le terme d'express). Il complète ainsi la gamme des services aux entreprises et particuliers.

Le déroulement de la course se fait majoritairement à l'aide de véhicule léger (vélo, véhicule électrique, véhicule thermique...) mais il n'est pas impossible que de plus gros véhicules soient utilisés comme c'est le cas avec Jeb's Express<sup>24</sup>, entreprise que nous avons rencontré au cours de nos travaux.

### 1.2.3.3 Les messagers « verts »

Pour ce qui est des messagers « verts », il s'agit le plus souvent de petite structure voire de start-up nées très récemment à la faveur du développement du e-commerce. Cette typologie de sous-traitant se définit par l'aspect éthique et durable de leur fonctionnement, notamment par l'utilisation de véhicules écologiques tels que des goupils, triporteurs et voiture électrique. Malheureusement, ce fonctionnement très onéreux porte atteinte au travail même de ces entreprises. Dans un secteur très concurrentiel (que nous mettrons en exergue par la suite), ces petites structures ont du mal à sortir la tête de l'eau.

Malgré tout, ils sont au service d'entreprises de messagerie ou d'expressistes pour assurer leur volume. De plus, cela permet de donner une image plus neuve et responsable aux entreprises

---

<sup>24</sup> Entreprise rencontrée spécialisée dans l'acheminement express de grosses marchandises, notamment pour l'aéronautique.



commanditaires faisant appel à eux. A Toulouse, l'entreprise répondant à ce modèle est Altern'mobil, qui a réussi à s'intégrer dans le paysage de la messagerie toulousaine mais qui peine à s'aligner face à la concurrence « thermique » car la technologie électrique actuelle ne permet pas une autonomie aussi importante.

### Zoom sur Altern'Mobil

Altern'mobil est une entreprise située dans le quartier Saint Georges dans l'hyper-centre toulousain. Spécialisée dans la distribution à l'aide de véhicules écoresponsables, elle prend en charge le dernier kilomètre de façon écologique.

Elle travaille avec Colis Privée, FedEx, DHL et Chronopost et effectue la livraison chez les particuliers, les commerçants et les commerçants points-relais. Ces livraisons correspondent à environ 1000 colis par jour et 800/900 points par jour, ce qui correspond à un colis par livraison.

Leur local implanté en centre-ville permet de jouer le rôle de centre de distribution urbain en mutualisant les ressources.

## 1.2.4 Les réseaux de points relais

Les points relais forment un réseau très important dans le transport de messagerie. Apparus dans les années 80 par les VPCistes<sup>25</sup>, les points-relais commerçant servent d'alternative à la livraison à domicile et permettent de réduire la dépendance à La Poste. « *Cette solution de livraison hors domicile se matérialise par des petits commerces, majoritairement de proximité dont les commerçants proposent, en plus de leur activité principale, un service de réception et de retour de colis.* »<sup>26</sup>

Aujourd'hui, tout le monde est familiarisé avec ce concept, représenté par le bar-tabac ou l'épicerie du coin (cela tend à évoluer). Les points-relais se développent en réponse aux mutations de nos modes de vie et de consommation, au boom du e-commerce, aux problématiques du transport de marchandise en ville, de la livraison du dernier kilomètre et d'une manière générale aux enjeux de la ville durable.

---

<sup>25</sup> Vente Par Correspondance

<sup>26</sup> Le point-relais, outil logistique au cœur de la fabrique urbaine : constats, évolutions et perspectives. Le cas de la métropole toulousaine. Laureline Angot.

Véritables points stratégiques pour le transport de messagerie, ces réseaux sont portés par plusieurs marques nationales comme Relais Colis, Mondial Relay, Kiala etc.

### 1.3 Le fonctionnement spécifique du transport de messagerie

Nous l'avons vu, le transport de messagerie à un fonctionnement spécifique, et ce à différentes échelles. La partie précédente nous a montré l'aspect « interne », à savoir le fonctionnement caractéristique de l'ensemble des acteurs. On a ainsi pu voir comment est appréhendé le transport de messagerie en fonction des différents types d'acteurs qui la forment, notamment concernant les donneurs d'ordres et les prestataires.

D'ailleurs, comme nous l'avons évoqué, il existe une relation intime entre ces deux catégories d'acteurs : Une relation de besoin mutuel parfois –pour ne pas dire tout le temps- avec des rapports inégaux quant aux prestations et conditions.

De ces relations mais aussi de la forte concurrence qui existe dans ce secteur du transport, il en sort un constat alarmant traduisant un réel malaise au sein de la messagerie. Nous verrons, au court de cette partie, les points qui amènent à ce bilan.

Malgré tout, c'est un domaine qui est voué à être de plus en plus sollicité puisqu'apparaissent de nouveaux enjeux propice au développement. Bien évidemment le facteur principal de ce besoin grandissant réside dans l'e-commerce. Ce sujet, que nous n'avons cessé d'évoquer, sera développé dans cette partie en mettant en exergue l'impact immense qu'il a sur le transport de messagerie.

#### 1.3.1 L'omniprésence de la sous-traitance

Dans la messagerie, le recours à la sous-traitance est quelque chose de très fréquent, notamment pour ce qui est des opérations de transport que sont « la ramasse » et la distribution de marchandise. Ces opérations, représentant la partie la plus longue de la messagerie, sont largement confiées aux sous-traitants. De même, la partie livraison de proximité, du dernier kilomètre, est majoritairement sous-traités à des transporteurs légers qui effectuent généralement des tournées avec des VUL de 3.5 tonnes de Poids Total Autorisé en Charge (PTAC<sup>27</sup>) ou moins.

Cependant la livraison urbaine de messagerie est caractérisée par de nombreux facteurs inhérents à la ville et qui rendent les conditions de circulation difficiles. C'est pourquoi plus la ville sera dense,

---

<sup>27</sup> Masse maximale autorisée pour un véhicule routier.

plus les livraisons seront importantes et plus la desserte sera difficile. Pourtant, la ville représente la cible la plus importante de la messagerie, elle se doit donc d'être approvoisée au mieux. C'est pour cela que les grands messagers nationaux ou régionaux se comportent davantage comme des organisateurs de transport que comme des transporteurs au sens strict.

Pour ce qui est de l'express, la sous-traitance est encore plus présente. C'est ce qui ressort des entretiens que nous avons effectué mais aussi grâce au travail de recherche fourni en amont de ce travail.

Deux facteurs peuvent expliquer ce recours massif à la sous-traitance dans le secteur de la messagerie. Dans un premier temps on note un réel gain financier. Pour atteindre ce gain, les donneurs d'ordres sous-traitent une grande partie des zones à faible densité de production, ou à forte densité de production, ou trop éloignées de l'agence. La sous-traitance se fait alors moins chère que si la société avait utilisé son propre matériel (compte propre) évitant ainsi les aléas liés à ces types d'espaces (consommation, embouteillage etc).

Dans un second temps, le recours à la sous-traitance permet une plus grande flexibilité en adaptant les horaires et les conditions de travail au sein d'une agence. Les sous-traitants n'ont d'autre choix que de s'adapter aux requêtes des donneurs d'ordre et mettant à disposition leurs moyens humains et matériels. Ainsi, les messagers peuvent anticiper et gérer le mieux possible les saisonnalités de l'activité.

## 1.3.2 Un secteur en plein malaise

### 1.3.2.1 Les inégalités entre donneur d'ordre et sous-traitant

La messagerie est un secteur nécessaire pour l'attractivité d'un territoire. Une bonne couverture de l'espace permet une desserte plus homogène et régulière. Après tout ce qui a été montré depuis le début de ce travail, on se rend bien compte que la messagerie et l'express impactent nos vies chaque jour, ne serait-ce que lors de commandes, de livraisons, de circulations, de stationnements. On a tous été touché par ce secteur du transport de marchandise, de n'importe quelle façon qu'il soit.

Cette nécessité ; cette utilité, les entreprises de messagerie l'ont bien comprise et redoublent de moyens pour optimiser les tournées : la desserte, la rapidité et le service. De cette manière, les commanditaires obligent les prestataires à respecter un fonctionnement type, et au fur et à mesure, ceci devient symptomatique de l'inégalité qu'il existe entre ces différents acteurs de la sphère privée.

La relation de sous-traitance observée dans la messagerie peut être déséquilibrée. Le sous-traitant devient très dépendant de son donneur d'ordre s'il veut continuer à exercer son activité. Par le biais de contrat d'achat d'image publicitaire, le commanditaire peut apposer son logo sur les véhicules et la tenue vestimentaire des chauffeurs-livreurs sous-traitants. On est face à une relation hiérarchisée qui fragilise le sous-traitant. Ce dernier travaillant quasi exclusivement pour un seul donneur d'ordre, a du mal à trouver d'autres clients et s'expose à des risques en cas de difficultés financières de son principal donneur d'ordre. S'ajoute à cela le fait que le commanditaire va se dédouaner de tous les aléas routiers. De cette façon, si la marchandise sera livrée en retard dû à un accident sur la route ou des phénomènes climatiques perturbant la bonne distribution, ils ne paieront pas le sous-traitant qui est pourtant payé au nombre de colis distribués.

Cette inégalité se remarque aussi au niveau des salariés et des conditions de travail. Ainsi, un salarié appartenant à un donneur d'ordre aura toujours de meilleures conditions de travail que son homologue prestataire. Le travail d'un sous-traitant sera plus contrôlé et plus normé. Les salariés prestataires auront des horaires moins favorables avec une amplitude allant au-delà de celle exercée par les chauffeurs-livreurs du donneur d'ordre. C'est d'ailleurs ce que l'on a remarqué lors d'un suivi de tournée d'un chauffeur prestataires, sujet que nous verrons en détail dans notre troisième partie<sup>28</sup>.

En plus de devoir s'adapter en permanence aux nouvelles techniques des commanditaires, les sous-traitants sont souvent les premières victimes en cas de récession. Egalement, le nombre d'accident du travail chez les sous-traitants est plus élevé par manque de formation (ils sont formés sur la tournée à effectuer et non sur les risques encourus) ce qui les rend moins sensibles et plus vulnérables aux difficultés liées à la route.

De tout ceci, en résulte un turn-over largement supérieur chez les entreprises prestataires que commanditaires. Ce fait a été confirmé par de nombreuses entreprises que nous avons rencontrées. Là où le turn-over est très faible chez les chauffeurs commanditaires, il sera très élevé chez les sous-traitants.

---

<sup>28</sup> Partie 3 : Un vécu logistique semé d'embûches

### 1.3.2.2 Un secteur très concurrentiel

La sous-traitance s'inscrit en position de faiblesse car elle subit la concurrence de ses confrères et celle du commanditaire lui-même qui peut toujours changer de sous-traitant si la prestation ne lui convient pas.

Au-delà des sous-traitants, c'est le secteur de la messagerie entier qui est confronté au phénomène de concurrence. En effet, s'il est une chose que l'on a pu comprendre lors de ce stage, c'est que le transport de messagerie et express est un milieu ultra concurrentiel. Il y aura toujours une entreprise pour s'aligner sur les prix – de plus en plus bas – réclamé par le commanditaire (qui peut être à la fois le donneur d'ordre pour le sous-traitant mais aussi le client expéditeurs pour le donneur d'ordre).

*« Aujourd'hui quand on va livrer 10 sac de bulles pour 50 balles alors que le camion il en vaut 300... Et si nous on le prend pas ça sera quelqu'un d'autre qui va le prendre. C'est un problème de concurrence. Aujourd'hui la concurrence est un handicap dans le métier. Dans la profession on a quand même une règle qui est le prix abusivement bas qui existe, qui est dans les textes et on se fait dégligner. On a tous les gens qui utilisent de la sous-traitance à bas couts. »*

Acteur rencontré lors de nos entretiens

D'après Denis FILLIAERT<sup>29</sup>, cette concurrence se joue essentiellement dans des petites sociétés qui livrent les particuliers où «*c'est la guerre de la concurrence* ».

En effet, même s'il est difficile pour les petites entreprises de se faire une place sur le marché français, ce sont les plus nombreuses. La plupart sont prêtes à brader leur prestation afin d'obtenir un contrat.

---

<sup>29</sup> adjoint responsable production de Dachser Toulouse

S'ajoute à cela des prix en amont de plus en plus bas. Aussi, certains clients destinataires font pression pour diminuer les prix, exigeant des tarifs plus bas que le service rendu. Malheureusement les entreprises sont obligées de s'aligner car il y en aura toujours une autre qui reprendra le contrat. Et ceci se traduit à la fois dans la messagerie et dans l'express.

« Aujourd'hui on est des horlogés, des orfèvres. C'est-à-dire qu'il faut qu'au prix le plus merdique du transport on puisse livrer comme des express. C'est-à-dire qu'aujourd'hui, on nous exige des délais de colis express, sauf que c'est des prix qui ne vont pas avec. Nous, il faut qu'on paye des chauffeurs, des poids-lourds, des super-lourds, des gens de nuit... Voyez, le bâtiment fait 2800m<sup>2</sup>, on essaie d'en construire un de 4000, il va falloir payer quoi. Mais il y a toujours un pinpin qui se lève le matin pour faire 2€ moins cher. » [Sic]

Acteur rencontré lors de nos entretiens

Les messagers régionaux sont sans cesse sous la pression des nationaux et internationaux qui tentent d'obtenir leur contrat. Et cette guerre de la concurrence force les entreprises à pratiquer des prix excessivement bas (facteur déterminant de la messagerie) et certaines ont du mal à garder la cadence. C'est pourquoi le secteur de la messagerie devient un secteur de moins en moins rentable.

### 1.3.2.3 Un milieu peu rentable

Lorsque l'on s'attarde sur les chiffres obtenus lors des enquêtes sur la messagerie menées par le ministère, on s'aperçoit que la messagerie est un secteur en constante évolution en termes de chiffre d'affaire.

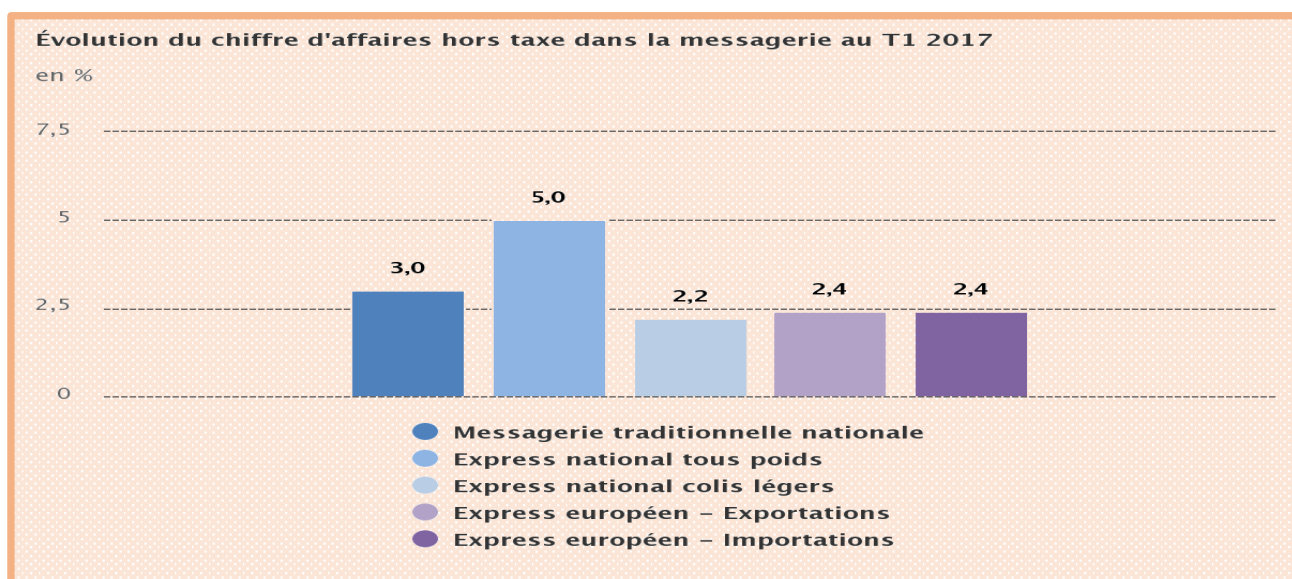


Figure 4: Evolution du chiffre d'affaires hors taxe dans la messagerie au premier trimestre 2017. Source: Service de la donnée et des études statistiques (SDES)

Mais, le panel d'entreprises concernées par l'enquête n'est pas, pour la totalité, représentative du milieu. Bien entendu, il n'est pas utile de remettre en question ces chiffres mais il est nécessaire de préciser que cette enquête ne prend pas en compte les activités prestataires et se concentre uniquement sur les donneurs d'ordres. Les commanditaires, de grandes envergures nationales et internationales que nous avons vues détiennent une part immense du marché. Ainsi, ils peuvent s'occuper de toute la chaîne logistique : du client expéditeur au client destinataire (cf. Figure 3). Cela signifie qu'en plus d'exercer une activité de messagerie et fret express, elles peuvent gérer d'autres activités comme le fret interurbain, permettant les longs trajets entre agences etc. Le fait de ne pas se cantonner à une seule activité permet à ces entreprises de sortir la tête de l'eau.

De manière générale, si une entreprise veut être rentable, elle doit proposer d'autres activités. C'est pourquoi les nouvelles entreprises de transport de messagerie ont du mal à se faire une place. C'est d'ailleurs ce que l'on nous a confié au détour d'un entretien : *« Non, c'est parce qu'ils ont d'autres activités [qu'ils restent rentable, ndlr]. De toute façon tous les groupes de messagerie perdent de l'argent en France. Tous sans exception. Sauf qu'ils ont des activités à côté : affrètement etc. qui leur permettent de gagner de l'argent. Comme à Eurocentre, c'est plus facile de partir d'Eurocentre pour aller à Bordeaux etc, mais ils ont fait un choix. Il y a de moins en moins d'opérateurs de messagerie de toute façon. »*

Les prix bas sont responsables pour grande partie de ces problèmes de rentabilité. Il y a ainsi une sorte de cercle vicieux s'installant avec une concurrence de plus en plus féroce forçant à diminuer les prix de livraison et annihilant ainsi toute rentabilité de l'activité.

### 1.3.3 Des enjeux multiples traduisant l'importance de cette activité

Malgré ce malaise inhérent à ce milieu, la messagerie répond à différents enjeux qui traduisent, pour certains, un changement de pensées et habitudes de consommation de la population. C'est le cas notamment de l'e-commerce. Ce commerce sur internet est de plus en plus prisé par les cyber-consommateurs qui peuvent de cette manière commander n'importe quel produit tout en restant chez eux grâce à n'importe quel objet connecté. Les modes de consommation changent et la messagerie, principal secteur impacté, ce doit de rester compétitif et répondre à ce (relativement) nouveau système pour rester dans la course.

En découle alors la nécessité de gérer un flux de plus en plus important qui joue un rôle, sommes toute, économique et attractif dans l'espace urbain.

### 1.3.3.1 L'essor du e-commerce

Les ventes en ligne sont en augmentation entre les premiers trimestres 2016 et 2017. La FEVAD<sup>30</sup> constate 20,5% de transactions de plus qu'il y a un an, notamment grâce à la fréquence d'achat encore en hausse. On voit donc que les modes d'achat des consommateurs sont en pleine mutation et l'e-commerce a atteint 72 milliard d'euros sur l'année 2016. La diffusion d'internet et des technologies de l'information et de la communication sont pour partie responsable de ce changement de consommation. Au début des années 2000, la diffusion de l'e-commerce n'était pas homogène sur le territoire national et c'est dans les grandes villes que la pénétration d'internet a connu un développement plus rapide que le reste du territoire et Toulouse n'est pas en marge de ce phénomène.

Parmi les raisons de cette croissance, on notera la forte augmentation de 20.5% du nombre de transaction sur la période, soit 290 millions de transaction sur le trimestre. Ce chiffre a été multiplié par quatre depuis le premier trimestre 2010<sup>31</sup>.

Désormais près de 36 millions de Français commandent en ligne, selon Médiamétrie. Mais c'est surtout la fréquence d'achat qui continue d'augmenter, avec 13% de croissance par rapport au premier trimestre 2016. En moyenne, un acheteur en ligne réalise plus de 9 transactions par trimestre contre 7 il y a deux ans. De même, un acheteur dépense en moyenne 650 euros sur la même période.

Avec l'apparition de *pure-player*, une nouvelle catégorie de vendeur a vu le jour. On désigne par ce terme tout commerçant exerçant une activité unique sur internet sans avoir de réseau de distribution physique. On aura en tête Amazon, Cdiscount et d'autres mastodontes de la vente en ligne.

L'une des caractéristiques de l'e-commerce est la rapidité d'apparition des produits dans les e-boutiques. Désormais, la durée de vie d'un produit peut être réduite à quelques heures grâce à des ventes flash (Black Friday par exemple) qui mettent à disposition pendant plusieurs heures, tout au plus, des produits à des prix plus bas que la normale.

---

<sup>30</sup> Fédération du e-commerce et de la vente à domicile.

<sup>31</sup> FEVAD 2017



Les commandes attenantes à l'e-commerce sont caractérisées essentiellement par un modèle B2C. On a donc des commandes petites et irrégulières éclatées géographiquement. L'un des avantages de l'e-commerce réside également dans les délais de livraison et revêt une véritable stratégie de la part des vendeurs qui mettent à contribution les messagers et expressistes.

L'aspect « multi-canal » est un facteur propice à l'essor de l'e-commerce. « Multi-canal » signifie que l'e-commerce est disponible via différents plates formes. Il est possible de commander n'importe quelle marchandise à l'aide d'objets connectés tel que son smartphone ou sa tablette : c'est le m-commerce.

Ainsi, la FEVAD remarque que les ventes en marketplace<sup>32</sup> progressent et maintiennent leur dynamisme. L'indice iPM<sup>33</sup>, qui mesure le volume des ventes réalisées sur les places de marché par les vendeurs utilisateurs, affiche une progression de 19% au premier trimestre 2016<sup>34</sup>. L'indice iCM<sup>35</sup>, qui mesure les ventes sur l'internet mobile (smartphones et tablettes, sites mobiles et applications hors téléchargement d'application et hors ventes sur les places de marché), augmente de son côté de 31% au premier trimestre 2017 par rapport au premier trimestre 2016. Les sites du panel iCM réalisent 27% de leur volume d'affaire sur les smartphones.

---

<sup>32</sup> Site servant d'intermédiaire entre vendeurs et consommateurs. Ces sites mettent à disposition leur plate-forme de vente à des sociétés indépendantes, en les référencant. En échange de cette visibilité, la marketplace prélève une commission sur les ventes réalisées par ces vendeurs.

<sup>33</sup> Indice Place de marché.

<sup>34</sup> Chiffre FEVAD et Journal Du Net (JDN).

<sup>35</sup> Indice Commerce mobile.

### 1.3.3.2 La gestion des marchandises à travers le territoire

Au vu de ces chiffres et cette évolution des modes de consommation propice à l'e-commerce, on constate que la demande est infinie. Les entreprises de messagerie se doivent de suivre la cadence de cette demande. Pour cela ils doivent, de pair avec les « e-vendeur » s'adapter aux réalités physiques cette fois-ci.

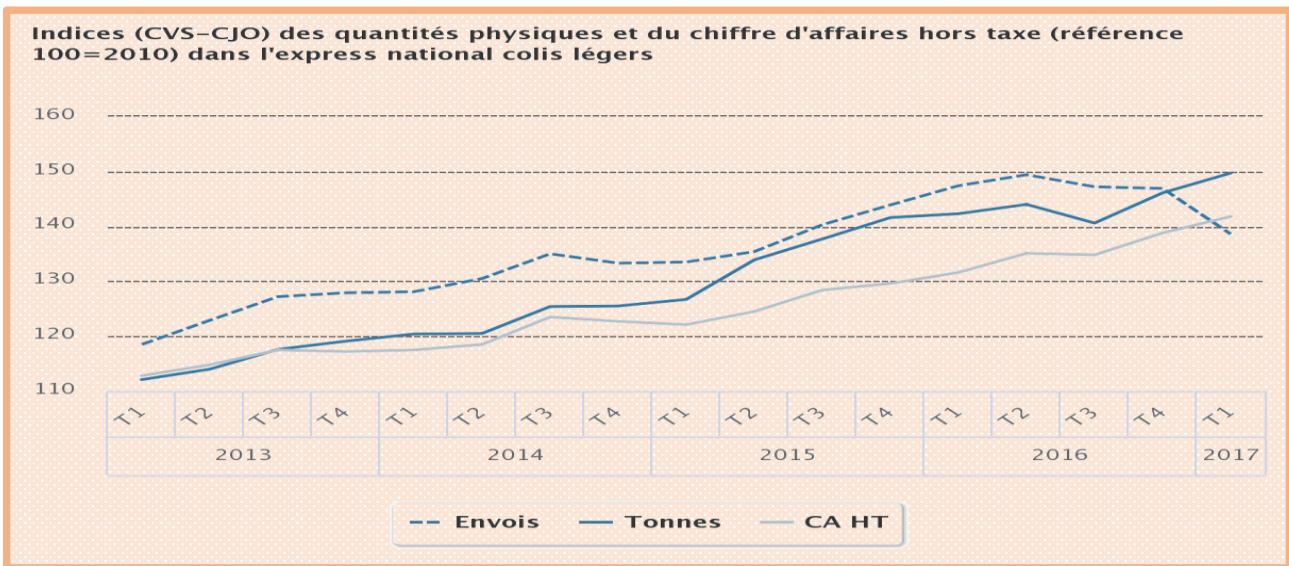


Figure 5: L'augmentation du tonnage est la plus flagrante dans l'express national colis léger. Source: SDES, enquête messagerie

De cette surconsommation, découle un volume de colis en nette augmentation. Au cours de la dernière décennie, cette transformation a produit une évolution de la chaîne logistique, en particulier pour les activités liées à la distribution. Cette gestion de l'espace, tant sur la distribution que sur l'entreposage est un réel enjeu dont il est nécessaire de répondre pour l'ensemble de ces acteurs.

Pour gérer le dernier kilomètre de façon efficace et assurer un temps de réaction le plus court possible entre la commande en ligne et la livraison du produit, les opérateurs de transport de l'e-commerce mettent en place des chaînes logistiques articulées autour de grands entrepôts et d'une multitude de centres de distribution : leur réseau. Ainsi dans le fonctionnement de l'entrepôt, le service de préparation de commande revêt un rôle (et représente un coût) fondamental, à cause notamment de l'usage intensif d'outils d'automatisation et de technologies d'information. C'est pourquoi, à l'instar de l'e-commerce, les secteurs de l'entreposage et de la messagerie (l'un ne va rarement sans l'autre), évoluent et se livrent une course à l'innovation afin de garder une longueur d'avance sur les concurrents.

### 1.3.3.3 L'enjeu territorial

La messagerie apparaît comme un pilier économique fort pour les territoires. Une bonne desserte et un bon quadrillage de la métropole sera un facteur déterminant quant à l'attractivité de cette dernière. Aujourd'hui, les activités logistiques, dont fait partie intégrante la messagerie, sont un facteur manifeste de développement régional dont les collectivités se sont saisies. Les collectivités territoriales et l'Etat sont de plus en plus sollicités, au nom d'un aménagement du territoire équitable et du développement économique des territoires, pour assurer une part significative des investissements en matière d'offre logistique (offre foncière, offre de services...).

C'est pourquoi des projets d'aménagement de zones logistiques naissent depuis ces dernières années et mettent en évidence la démarche partenariale entre ces différents acteurs, dont les intérêts sont parfois différents.

Certaines collectivités vont même jusqu'à mettre en place des CDU (centre de distribution urbain) visant à proposer une offre logistique au plus proche du centre-ville afin de diminuer les flux et les nuisances en tout genre.

De plus, le transport de messagerie est un secteur important dans la création d'emploi. Pour la collectivité locale, l'enjeu est d'attirer sur son territoire des activités qui représentent des potentiels d'emplois et par conséquent des perspectives de croissance et de développement. Dans la logique, le but est d'offrir aux entreprises le maximum d'avantages afin de répondre à leurs besoins en matière de foncier, d'itinéraires etc. Dans la pratique ceci est plus difficile à mettre en œuvre car plusieurs milieux se rencontrent dans une ville. Se pose alors la question suivante : comment la sphère privée, à savoir les entreprises de messagerie, s'intègre dans la sphère publique ?

Ayant comme lieu de travail la route mais aussi les pôles d'activités, le transport de messagerie se doit d'entrer en adéquation avec les enjeux de la collectivité. Bien qu'une partie de ces entreprises ne voient pas d'un bon œil l'action de la sphère publique sur leur activité à cause de certaines lois, la majorité pense qu'il est nécessaire d'être consulté pour se rendre compte des difficultés rencontrés afin d'y répondre.

Il existe donc un enjeu à la fois pour le secteur étudié, qui doit répondre à des commandes et faire fructifier son activité dans le territoire le plus efficacement possible, mais aussi pour la métropole qui doit concilier à la fois les intérêts économiques mais aussi celui des riverains et de l'ensemble des acteurs de la ville.

Les enjeux que nous venons de montrer se retrouvent également au sein de Toulouse Métropole. Cette étude a permis d'entrer en contact avec différentes entreprises de la messagerie et de l'express afin de comprendre l'organisation et le fonctionnement de ces dernières au sein du territoire toulousain. Le but étant de proposer des solutions, des alternatives pour résoudre les problèmes rencontrés ou, tout du moins, d'essayer de concilier tous les acteurs de la ville.

## II- Le territoire d'étude : Toulouse Métropole



Après avoir vu les aspects généraux qui caractérisent la messagerie, il est temps d'analyser ces spécificités mais cette fois-ci sur le territoire concerné par notre étude, à savoir Toulouse Métropole.

Dans un territoire, plusieurs sphères se côtoient, il va donc falloir détailler les actions de Toulouse Métropole quant à cette entente : de la rencontre avec les acteurs à la mise en place de documents de planification.

La logistique a longtemps été délaissée par les collectivités. Bien qu'elle ne soit pas l'AOT, la métropole toulousaine prend en charge un peu plus cette notion dans les divers documents. Il ne faut pas oublier que la logistique est un pilier de l'économie d'une agglomération, il devient donc obligatoire de la prendre en compte pour concilier les besoins de tous les acteurs de la cité.

## 2.1 L'aire logistique toulousaine

### 2.1.1 Le périmètre utilisé

La question qui s'est rapidement posée fut celle du périmètre à prendre en compte. Plusieurs facteurs entrent en considération pour y apporter une réponse. Tout d'abord, le cadre de ce stage s'effectue au sein de Toulouse Métropole, ce qui donne déjà une piste quant à l'échelle de travail.

Le transport de marchandise ne se cantonne pas, lui, aux simples limites administratives que sont celles d'une agglomération comme Toulouse Métropole ; et même si cela concerne une grande zone de desserte (46 000 hectares), l'expertise du messager le poussera à aller plus loin.

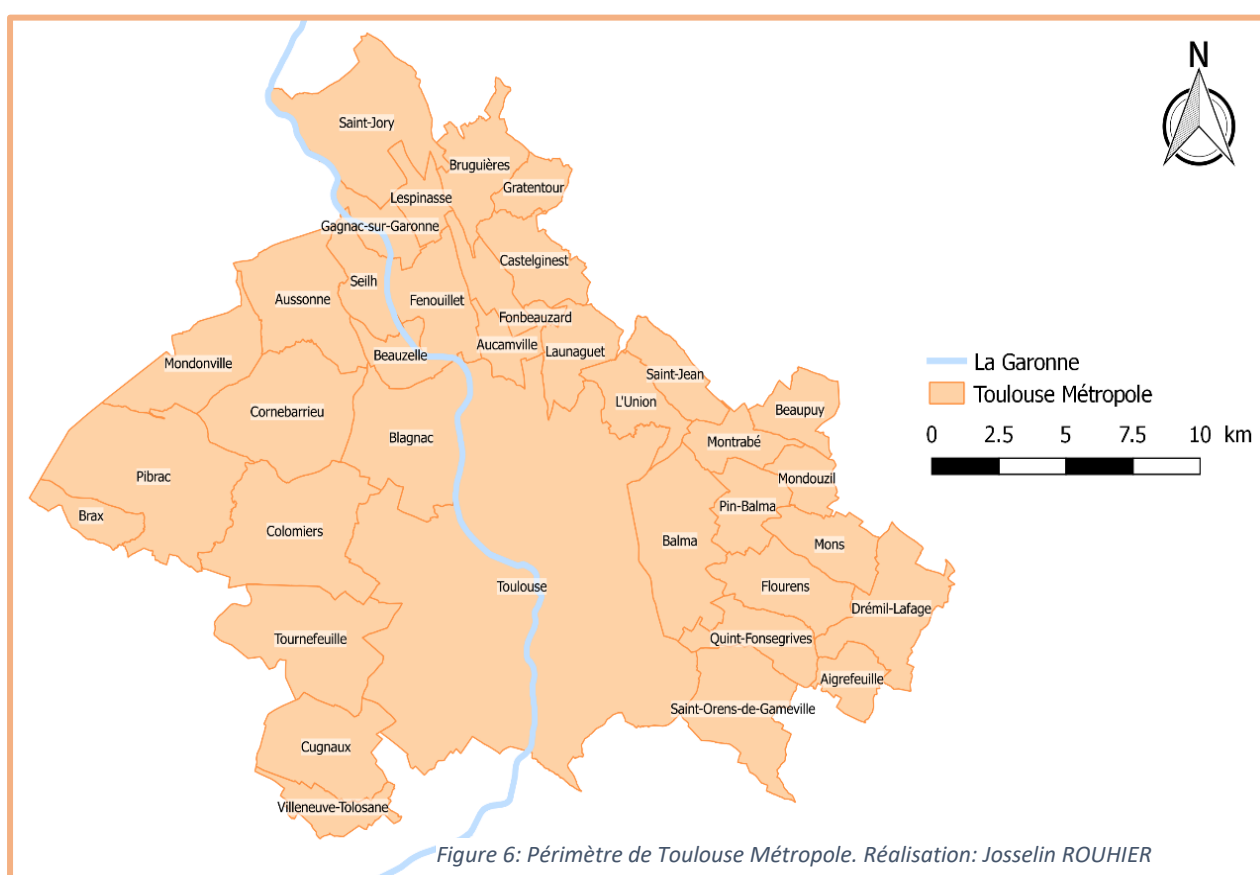
L'expertise de la métropole s'arrête, quant à elle, à ses propres limites administratives. Par expertise comprenons son domaine d'action – géographique - mais surtout ces compétences. Ce stage s'effectuant à la métropole, notre périmètre d'étude s'est restreint à celui-ci mais toutefois, nous nous sommes interrogé sur le périmètre le plus pertinent à prendre en compte. Cependant, du point de vue de la collectivité, ce périmètre semble convenable car Toulouse, avec ses 466 297 habitants<sup>36</sup> est la quatrième ville la plus peuplée de France et ne cesse d'augmenter (+5.9% entre 2009 et 2014). Ce constat est le même sur l'ensemble de la métropole qui, au 1<sup>er</sup> janvier 2017, comptait 760 127 habitants. Depuis 2011 et le passage à 37 communes, la population de la métropole ne cesse d'augmenter. Cette augmentation est très importante pour le transport de messagerie et express qui prendra de plein fouet cette augmentation ; se traduisant tant sur le plan des particuliers que des professionnels.

---

<sup>36</sup> Selon le recensement INSEE 2014

Il faut aussi savoir que lors de ce stage nous nous sommes rendu compte, sans surprise, que l'essentiel des points intéressants se retrouvent au sein de la commune centre : Toulouse. En effet c'est ici, au vu de la couche urbaine dense – beaucoup plus que dans les autres communes – que s'entremêlent congestion, pollution et autres facteurs allant à l'encontre du bon fonctionnement de la ville.

Mais ce qui est également intéressant lorsque l'on travaille à l'échelle d'une métropole, ce n'est pas tant l'expertise des messagers, mais surtout celle de l'EPCI, qui va pouvoir ainsi développer plus facilement des projets communs d'aménagement du territoire.



Alors pourquoi se poser la question du périmètre et pourquoi d'autres périmètres, au préalable établis, auraient pu être aussi intéressants ? Si ce périmètre peut être d'emblée discuté, c'est qu'il existe d'autres limites administratives, bien plus grandes et toutes aussi pertinentes.

Trois échelles auraient pu entrer en jeu. Nous allons les détailler en 'dézoomant' du plus « petit » au plus large. Le premier périmètre intéressant – en dehors de celui de la métropole – est celui du

SCoT. Le SCoT<sup>37</sup> est un document d'urbanisme qui détermine, à l'échelle de plusieurs communes ou groupements de communes, un projet de territoire visant à mettre en cohérence l'ensemble des politiques sectorielles notamment en matière d'habitat, de mobilité, d'aménagement commercial, d'environnement et de paysage. Les questions auxquelles répondent ce schéma de cohérence territorial sont très pertinentes voire nécessaire pour permettre une meilleure coordination entre les collectivités le formant. Le SCoT de la grande agglomération toulousaine (mis en compatibilité le 9 décembre 2014) qui est en cours de révision (projet de 1ere révision arrêté le 29 janvier 2016) s'intéresse d'avantage aux zones logistiques même s'il est conscient que ces zones sont génératrices de circulation et de stockage. S'ajoute à cela, le fait que le SCoT regroupe aussi les communes du Sicoval<sup>38</sup> (Castanet, Labège, Ramonville etc.) qui sont largement parcourues par la messagerie.

Allant de pair avec le SCoT, le Plan de Déplacement Urbain<sup>39</sup> est également un périmètre pertinent. A peu de chose près, le périmètre est le même (ils ont le même nombre de communes mais 2 communes différent) mais les orientations sont différentes. Le PDU, outils de politique de développement durable à rôle économique, social et environnemental, définit les principes de l'organisation des déplacements des personnes et des transports des marchandises au sein de l'agglomération. Certaines orientations entrent au cœur de nos attentes puisque parmi les ambitions du PDU de l'agglomération toulousaine on peut retrouver : « *Prendre en compte la logistique urbaine* », « *Améliorer le réseau de voirie* » et « *Organiser le stationnement, le transport et la livraison de marchandise* ». Ce PDU prend davantage en considération les questions de logistique mais pour autant, ces objectifs sont peu représentés dans la dernière révision de 2012. Un projet de révision, en partenariat entre Tisséo et Toulouse Métropole devrait bientôt voir le jour avec plus de considérations pour ces préoccupations que nous développerons plus tard. Même si l'on ne prend pas comme secteur d'étude le périmètre du PDU, il n'empêche que l'on s'intéressera de près à ces objectifs car la métropole rentre dans ce secteur-là.

Un autre périmètre que l'on aurait pu prendre en compte est celui de l'aire urbaine de Toulouse. Pourquoi est-elle si intéressante ? Dépassant les limites administratives du département de Haute-Garonne, l'aire urbaine représente un cercle concentrique autour de Toulouse. D'un point de vue de la messagerie, ce périmètre correspond davantage à leur domaine de travail. S'étalant sur 1 312

---

<sup>37</sup> Depuis 2005, le SCoT Toulousain est constitué de Toulouse Métropole, la Communauté d'agglomération du Sicoval, la Communauté d'Agglomération du Muretain, les Communautés de Communes Save au Touch, Coteaux de Bellevue, Axe Sud, Communes Rurales des Coteaux du Savès et de l'Aussonnelle.

<sup>38</sup> Situé au Sud de Toulouse, le Sicoval est une Communauté d'agglomération regroupant 36 communes. Elle compte 73 828 habitants en 2014.

<sup>39</sup> Le Plan de Déplacement Urbain est un document de planification qui détermine l'organisation du transport des personnes et des marchandises, la circulation et le stationnement.

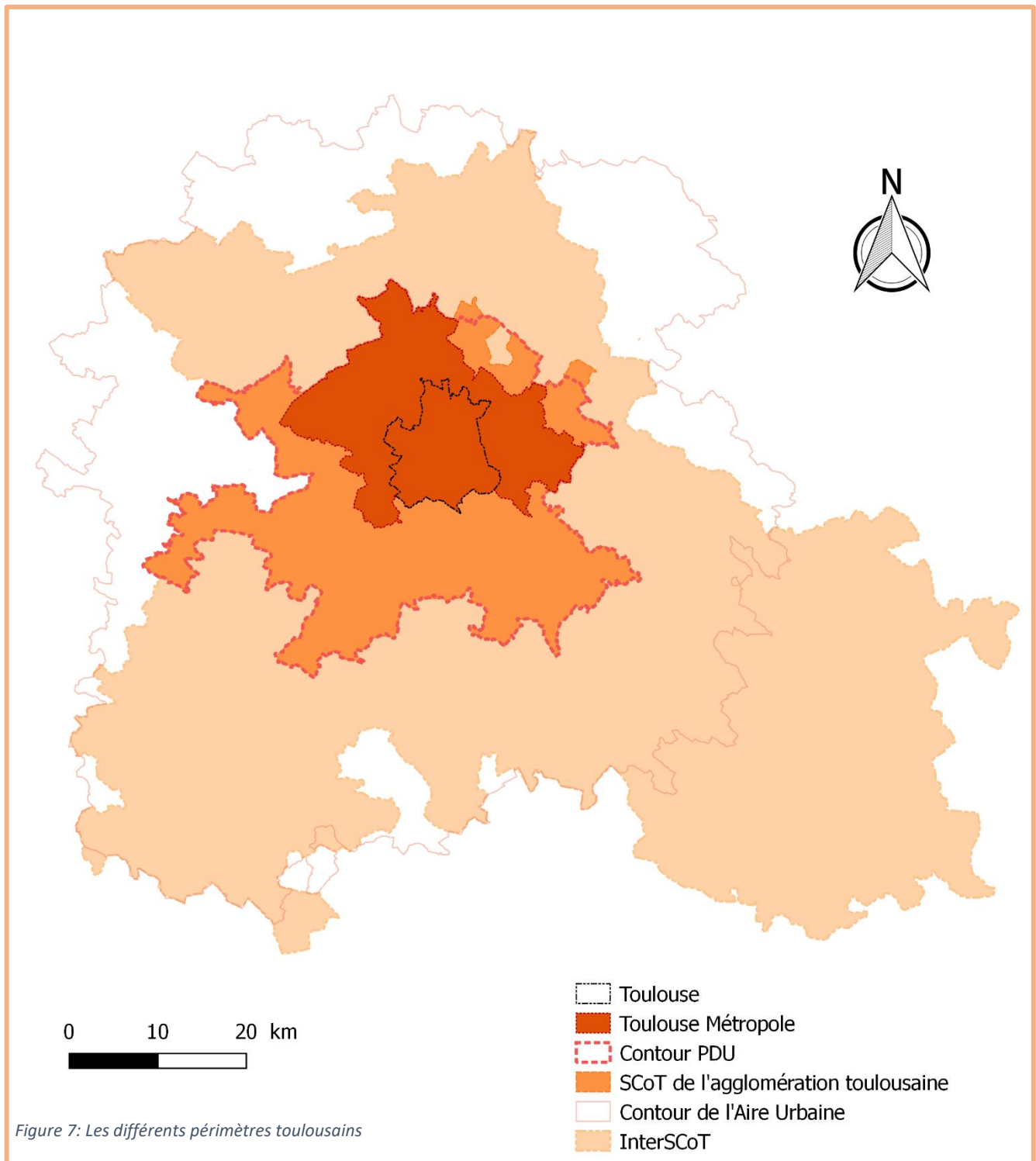


304 d'habitants (selon le SCoT), elle ne cesse, elle aussi, de gagner des habitants ce qui traduit une nouvelle dynamique métropolitaine.

Mais il existe une autre échelle, plus grande encore que l'aire urbaine de Toulouse et qui rentre elle aussi en considération, c'est celui de l'interSCoT. Arrivé à son terme le 31 Décembre 2015, il n'en reste pas moins intéressant. *« La vision stratégique rassemble à la fois les exigences posées par les collectivités pour proposer un développement cohérent de l'aire urbaine et le cadre général pour l'élaboration des projets d'aménagement et de développement durable. La démarche InterSCoT engagée se veut innovante et exemplaire en termes de gouvernance : elle permet l'émergence de projets de territoire négociés à l'échelle de l'aire urbaine et ce, en associant au-delà des quatre établissements publics de SCoT, la Région Midi-Pyrénées, les départements de la Haute-Garonne, du Tarn et de l'Aude. »*<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> « Vision stratégique de l'InterSCoT de l'aire urbaine de Toulouse », SMEAT 2011.



Même si ce périmètre peut paraître réduit, il comporte la ville de Toulouse qui est le centre névralgique de l'ex région Midi-Pyrénées, voire Occitanie<sup>41</sup> aujourd'hui. Enfin, au vu des compétences accordées aux métropoles depuis la loi MAPTAM du 27 Janvier 2014, elle semble la plus à même de répondre aux entreprises concernées. En effet la métropole détient les

<sup>41</sup> Créée par la réforme territoriale de 2014, la Région Occitanie comporte 13 départements et résulte de la fusion des anciennes régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées. Son chef-lieu est Toulouse.

compétences en matière de signalisation et de voirie, de pouvoir de police et lutte contre la pollution. De plus, les problèmes rencontrés se trouvent majoritairement au cœur de la métropole, ce qui justifie le choix de ce périmètre, mais nous sommes bien entendu conscients que les études, les propositions et les solutions adoptées au cours de ce mémoire doivent s'appliquer sur l'ensemble de ces périmètres.

Au final, qu'il s'agisse du SCoT, du PDU, de l'Aire Urbaine et même de l'InterSCot, les messagers ne se soucient pas des limites qu'ils franchissent, la seule limite - et encore - qui les intéressent serait celle du département car c'est en terme de département qu'ils organisent leurs tournées, tout du moins pour les plus excentrées. Concernant les tournées les plus proches, la limite que l'on retrouve le plus est celle des codes postaux.

### 2.1.2 Des zones traduisant des types de consommation différentes.

Toulouse Métropole, comme la majorité des métropoles françaises, est composée de plusieurs zones que nous pouvons différencier. On y retrouve des **zones d'activités, résidentielles et urbaines**. Bien entendu, il pourrait y avoir les zones agricoles ou forestières mais dans le cadre de l'étude et du mémoire nous étudierons celles ayant un lien avec la messagerie, à savoir les zones citées précédemment. En effet, le propre de la logistique, et la messagerie n'y fait pas impasse, est de distribuer là où il y a de la population. Et la majorité de la population se situe dans ces trois zones.

Si nous avons fait cette distinction particulière c'est parce que ces zones sont appréhendées de différentes façons de la part des messagers et chauffeurs livreurs. Au-delà de cette appréhension, c'est que ce sont ces trois secteurs qui sont ressorties des entretiens avec les entreprises que nous avons rencontrées. Les zones d'activités, composées pour la grande majorité de particuliers sera traitée différemment que les deux autres tant sur le plan de la marchandise que de la tournée. Enfin, le secteur rurale n'étant pas le cœur des tournées de l'agglomération et étant appréhendées de façon ponctuelle, nous ne nous étalerons pas là-dessus.

### Point de définition :

Il serait intéressant de définir plusieurs notions que nous avons abordées et/ou qui sont susceptibles de resurgir au cours de notre développement. Ainsi, nous définirons les notions de centre-ville, de milieu rural et de milieu périurbain.

**Centre-ville :** Le centre-ville est le cœur névralgique d'une ville. Il est également appelé hyper centre dans le cas des grandes agglomérations, comme Toulouse. On y rencontre la plupart de l'activité commerciale, culturelle, politique et administrative. Ce centre est caractérisé notamment par un habitat dense quadrillé de voies urbaines (rue, avenue, boulevard, etc). Pour ce qui est de Toulouse, le centre-ville se situera à l'intérieur des boulevards urbains.

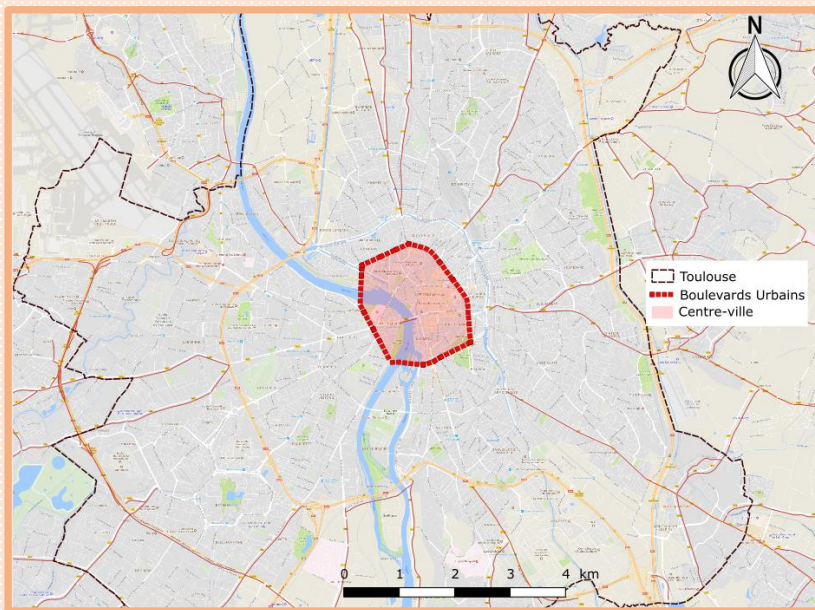


Figure 8: Centre-ville de Toulouse délimité par les boulevards urbains. Réalisation: Josselin Rouhier

**Milieu périurbain :** Le milieu périurbain sera l'interface entre la ville et le milieu rural. C'est ce que l'on peut appeler la banlieue, ou la périphérie. Il résulte de la volonté de la population de quitter le milieu urbain pour « respirer » et avoir une plus grande relation avec la campagne. Ces zones sont pour la majeure partie résidentielle et dortoir, comme c'est le cas de Tournefeuille, Plaisance-du-Touch etc.

**Milieu rural :** Appelé aussi « campagne », le milieu rural désigne l'ensemble des espaces cultivés habités, il s'oppose aux concepts de ville, d'agglomération ou de milieu urbain. Ce milieu est caractérisé par une faible densité par rapport aux pôles urbains environnants, par un paysage à dominante végétal. Autour de Toulouse, ces zones toucheront essentiellement les villages de l'Est de l'agglomération : Quint-Fonsegrives, Aigrefeuille, Flourens, Dremil-Lafarge etc.

#### 2.1.2.1 Les zones d'activités

Même si la tendance change comme évoqué en première partie, les entreprises et les professionnels sont les clients destinataires majoritaire de la messagerie et de l'express.

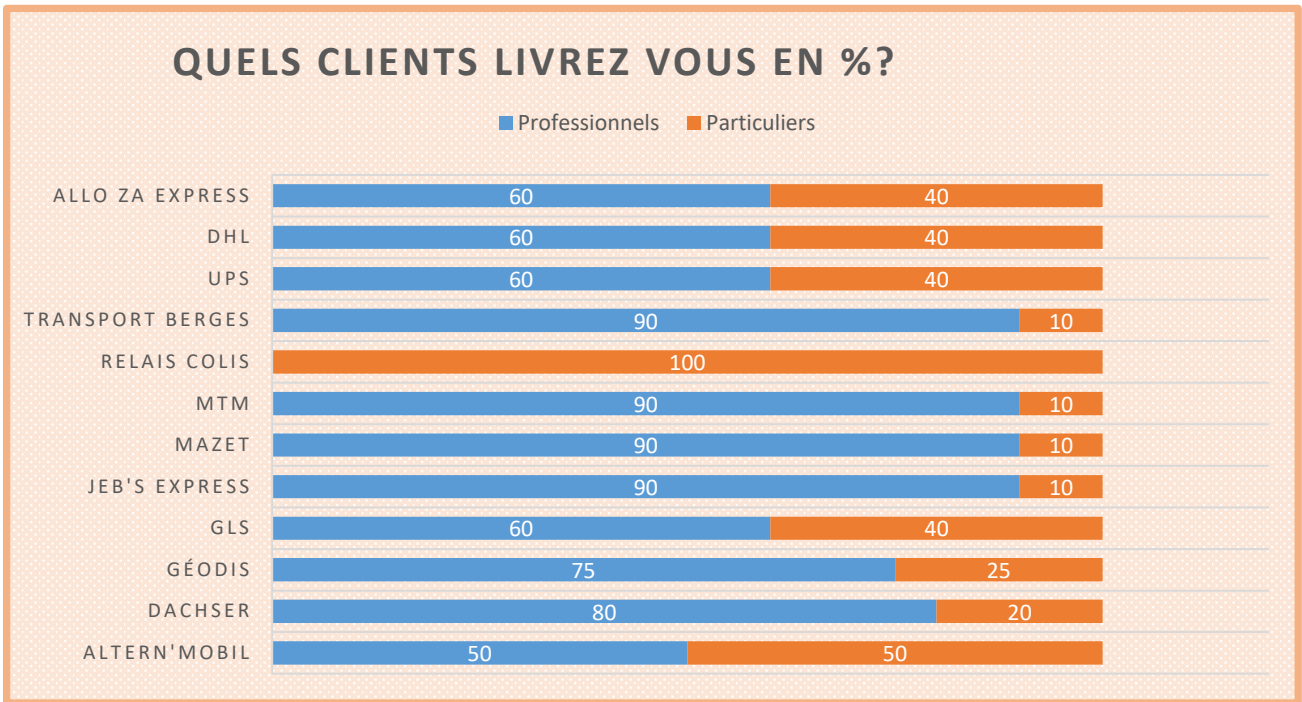


Figure 9: Type de clients livrés en %. Sources: entretiens. Réalisation Josselin ROUHIER

Ce graphique confirme ces propos. Hormis Relais Colis qui est spécialisé dans la livraison aux particuliers (via des points relais), le reste des entreprises ont pour majorité un pourcentage plus élevé dans la livraison aux professionnels.

C'est pourquoi il est intéressant de différencier ces zones car les professionnels – représentés par tout type d'entreprises - seront présents essentiellement dans les zones d'activités.

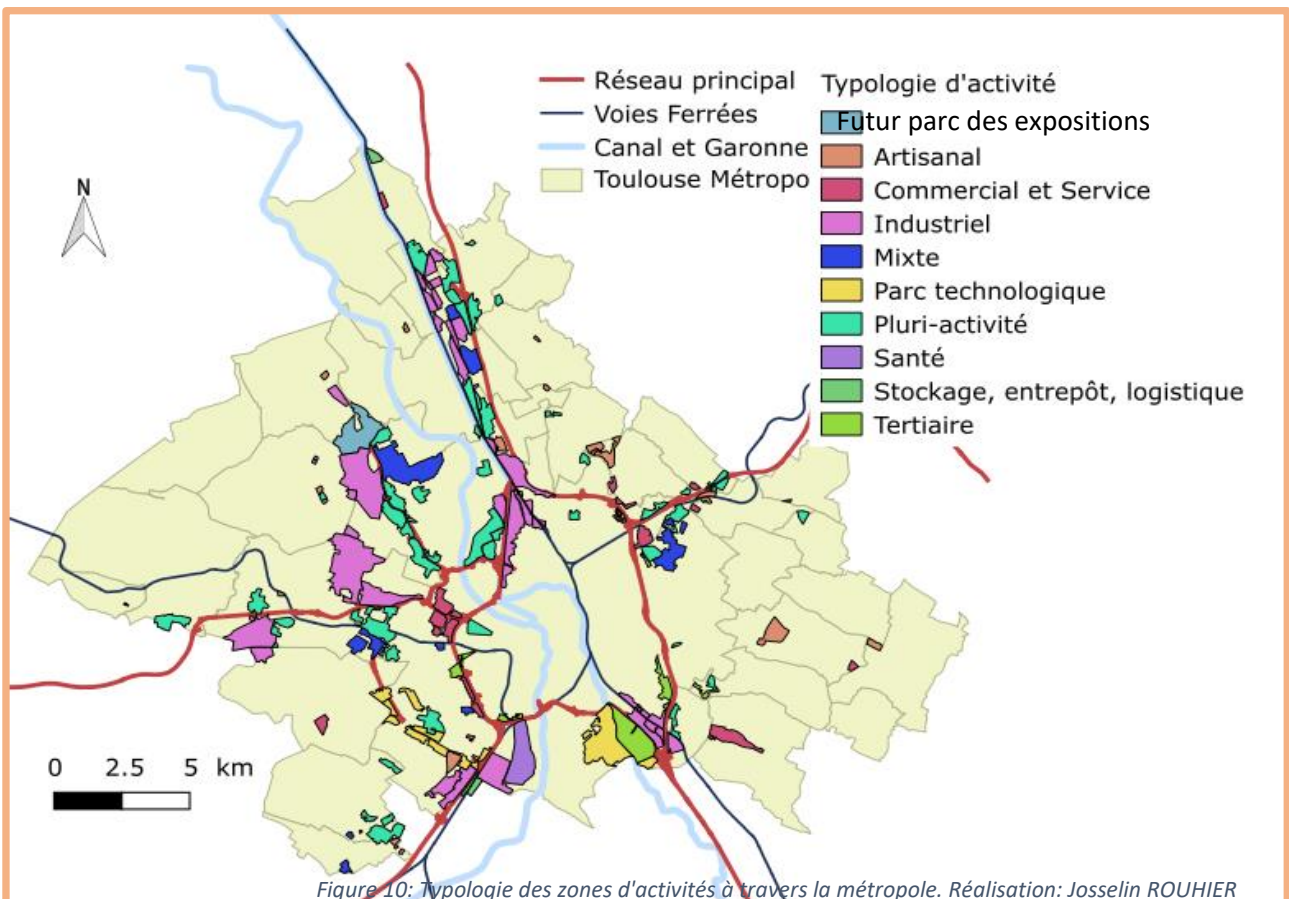


Figure 10: Typologie des zones d'activités à travers la métropole. Réalisation: Josselin ROUHIER

Comme nous pouvons le voir, ces zones sont pour la majorité situées le long des axes principaux que sont autoroutes et périphériques. Les livraisons dans les zones d'activités sont marquées par plus d'arrêts<sup>42</sup>. Point intéressant, les chauffeurs n'ont pas forcément besoin de traverser tout le territoire pour aller à l'arrêt suivant puisque les entreprises sont souvent agglomérées dans ces pôles d'activités. C'est en ce sens que ces zones diffèrent des deux suivantes. De plus, le rapport avec le magasinier (qui s'occupera de recevoir la marchandise et de signer le justificatif de passage s'il y a) sera aussi différent car la relation qui va s'installer restera professionnel : connaissant leur travail, ils vont faire en sorte que la livraison se fasse rapidement. Mais il arrive que ces rapports soient tendus car lors de la réception, le magasinier doit vérifier le bon de livraison, la correspondance et informer le service intéressé, ce qui rajoute du travail à ce même magasinier.

Egalement, ces zones ne sont pas vecteurs de problème de stationnement car beaucoup de parking sont présents et les chauffeurs peuvent ainsi facilement se garer. Même si parfois, la distance entre la place et l'entrée de l'entreprise peut parfois se trouver relativement éloignée, comme c'est le cas pour quelques grandes surfaces de la métropole. Dans la majorité des cas, ces zones d'activités sont pensées pour le fret, ce qui signifie que les bâtiments ont des quais ou bien une porte dédiée à la réception.

Par ces typologies d'activités, cartographiées ci-dessus, on peut déjà remarquer les secteurs géographiques qui seront les plus sensibles aux problèmes liés à la distribution de marchandises : congestion, stationnement etc. La messagerie étant fortement sollicitée par ces secteurs-là, il est nécessaire de les mettre en évidence pour en tenir compte dans les différents documents mis à disposition et en cours d'élaboration autour de ces questions (on pensera au Plan de Déplacement Marchandise). Car en plus d'être arpenté par la messagerie, ces secteurs géographiques sont les plus à même d'être traversé par tout type de transports de marchandise : alimentaire et frais pour les grandes et moyennes surface, gros volumes pour les industries etc.

Ces zones sont vitales pour l'économie du territoire, il semble tout naturel de les rendre accessibles, à la fois pour les clients lambda mais aussi pour les professionnels comme les chauffeurs-livreurs.

### 2.1.2.2 Les zones résidentielles

A la différence des zones d'activités, les zones résidentielles sont des quartiers où l'habitat est prépondérant. Même s'il est possible de trouver des entreprises parsemées, ceci reste anecdotique

---

<sup>42</sup> Les arrêts ont d'autres termes dans le jargon de la messagerie : adresse, point, stop...

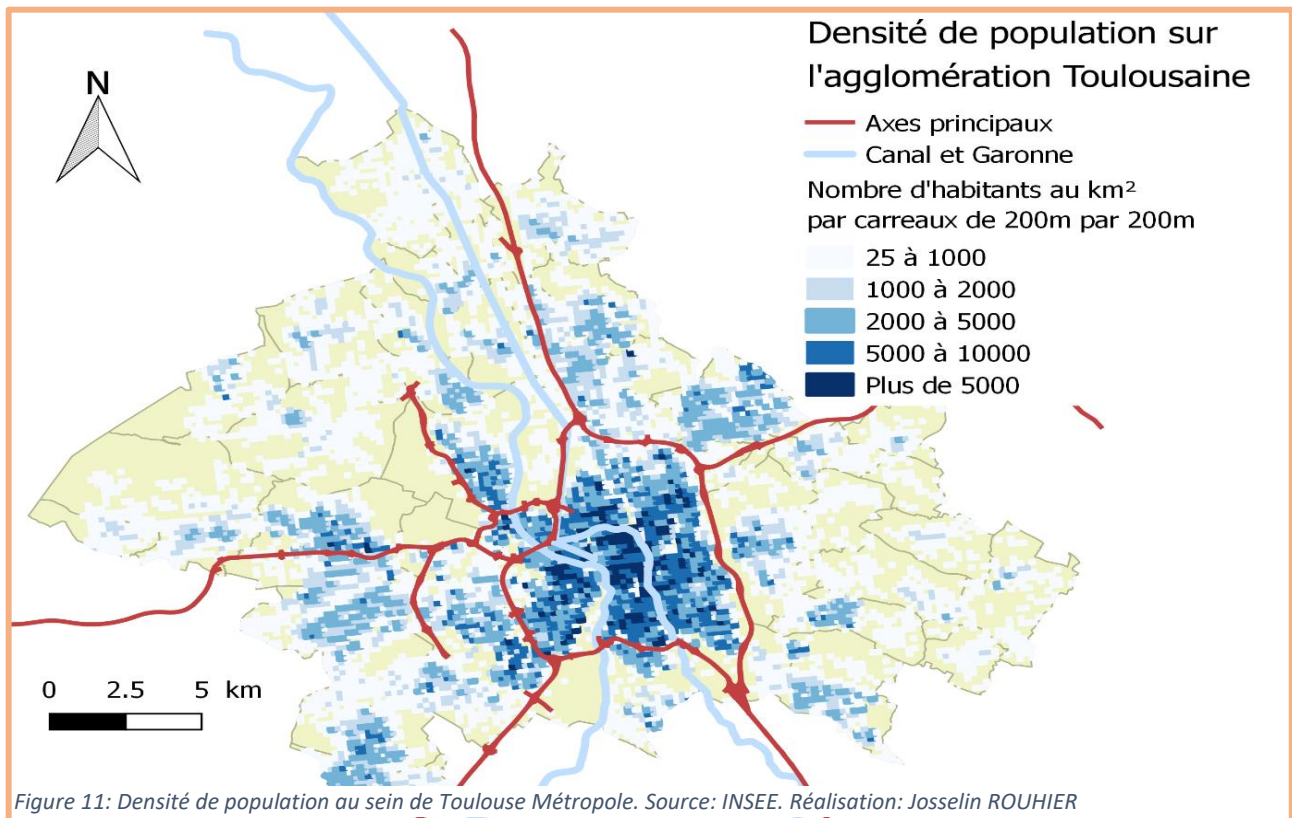
et non représentatif de la majorité de population de cette zone. Ces zones sont à la fois présentes dans un milieu urbain mais aussi périurbain.

A la différence des zones urbaines denses, spécifiques aux centres des grandes communes de la métropole, les zones résidentielles peuvent se retrouver n'importe où : que ça soit dans des lotissements, hameau etc. Cette disposition va rendre l'appréhension du territoire différente pour le chauffeur-livreur qui (à l'inverse des zones d'activité où il est possible de livrer plusieurs entreprises sans forcément reprendre le camion) devra, pour 99% du temps, remonter dans son camion puis circuler à nouveau entre deux clients.

Contrairement aux zones d'activités qui se situent principalement le long des grands axes, les zones résidentielles seront au cœur des axes secondaires, voire tertiaires. Elles se retrouvent principalement en périphérie du centre de Toulouse (en zone périurbaine), et représentent de grosses zones de consommation. C'est d'ailleurs le cas du 31500<sup>43</sup> (à l'Est de Toulouse), fait confirmé par David ELLEGOET, superviseur des opérations chez UPS : « *Colomiers ça va être 70/80% de professionnels avec tous ce qui est airbus. Par contre vous aller dans le 31500 ça va être 80% de résidentiel* ».

---

<sup>43</sup> Constituant la partie Est de Toulouse, le 31500 est essentiellement représenté par des quartiers résidentielles.



La carte ci-dessus, traduisant la densité de population, permet de se rendre compte des zones les plus habitées. Les zones les plus denses en dehors de l'hyper-centre, représentent, pour la majorité, ces zones résidentielles.

Concernant la distribution de marchandise, le rapport aux clients n'est pas le même que pour les zones d'activités puisqu'ici les clients seront majoritairement des particuliers. Ceci pose d'ailleurs un problème supplémentaire : la présence des clients. En effet, lors de la distribution de colis, le chauffeur-livreur doit vérifier – la plupart du temps – si le client est présent afin de lui réclamer une signature pour délivrer le colis dans les règles. Il n'est pas rare que le client ne soit pas présent lors du dépôt de marchandise (c'est souvent le cas dans les villes dortoir par exemple), ce qui empêche donc le livreur de la déposer, devant ainsi ramener le colis à l'entrepôt puis le relivrer le lendemain. Ceci engendre alors plusieurs allers-retours et a des impacts économiques et environnementaux. Ce schéma peut se reproduire plusieurs jours d'affilé et pourra pénaliser l'entreprise du livreur.

Lorsque les clients sont présents, on a un rapport différent entre particulier et livreur qu'entre professionnel et livreur. Là où la relation de travail sera présente avec le professionnel, on aura plus une relation de sympathie de la part du particulier, victime de « l'effet facteur [sic]<sup>44</sup> » : le client a commandé son colis et qu'il soit de nature loisir, utilitaire, ou même de cadeau, il sera satisfait de

<sup>44</sup> Au cours de notre stage, nous avons eu l'occasion de suivre un chauffeur-livreur lors de sa tournée. Il a ainsi pu nous fournir de nombreuses expressions, imagées à sa façon.



sa réception. Ensuite, une des différences réside au niveau de la cadence de commande des marchandises. Le particulier commandera ponctuellement, ce qui signifie que le chauffeur aura davantage de difficulté à trouver la bonne adresse.

### 2.1.2.3 Les zones urbaines

Une zone urbaine est le milieu physique où se concentre une forte population humaine, et dont l'espace est aménagé pour faciliter et concentrer ses activités : habitat, commerce, industrie, éducation, politique, culture etc. On a donc une multitude d'usages qui vont se rencontrer ici.

Cette mixité va se répercuter sur l'activité des chauffeurs-livreurs et c'est ici que vont se rencontrer les majorités des conflits d'usage que nous avons répertoriés durant ce travail, à savoir les embouteillages, les incivilités, les stationnements etc.

Cette zone urbaine, au centre de ces divers usages, est le berceau de nombreux enjeux économiques et où ne cessent les mouvements de marchandises. Ces mouvements sont acheminés bien entendu par des camions : la majorité des VUL car ce sont les plus praticable dans ces zones urbaines.

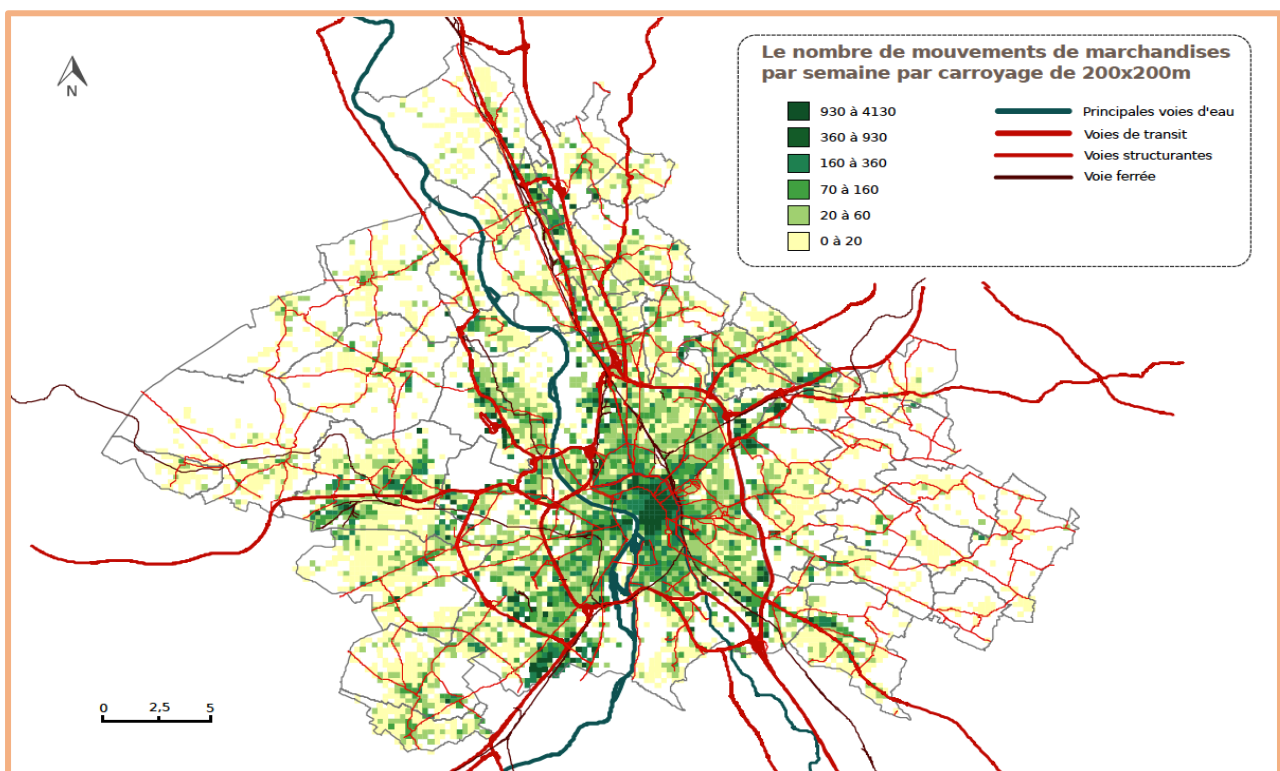


Figure 12: Nombre de mouvements de marchandises par semaine. Source : Freturb. Réalisation : Camille Pagny

Le centre-ville de Toulouse, délimité par les boulevards urbains, est la zone la plus affectée par ce nombre de mouvements dans la métropole toulousaine. Ceci résulte en effet de cette multitude d'usage caractéristique des zones urbaines.

## 2.1.3 Les pôles d'activités logistiques

### 2.1.3.1 Les sites logistiques de messagerie

A l'instar des zones d'activité décrites précédemment, les principaux sites logistiques se localisent autour des grands axes, et majoritairement à l'Ouest et au Nord de Toulouse le long de l'A20 et sur la zone aéroportuaire. Egalement, le Sud-Ouest accueille de nombreuses activités logistiques. On peut donc mettre en exergue les axes Montauban-Toulouse et Toulouse-Muret.

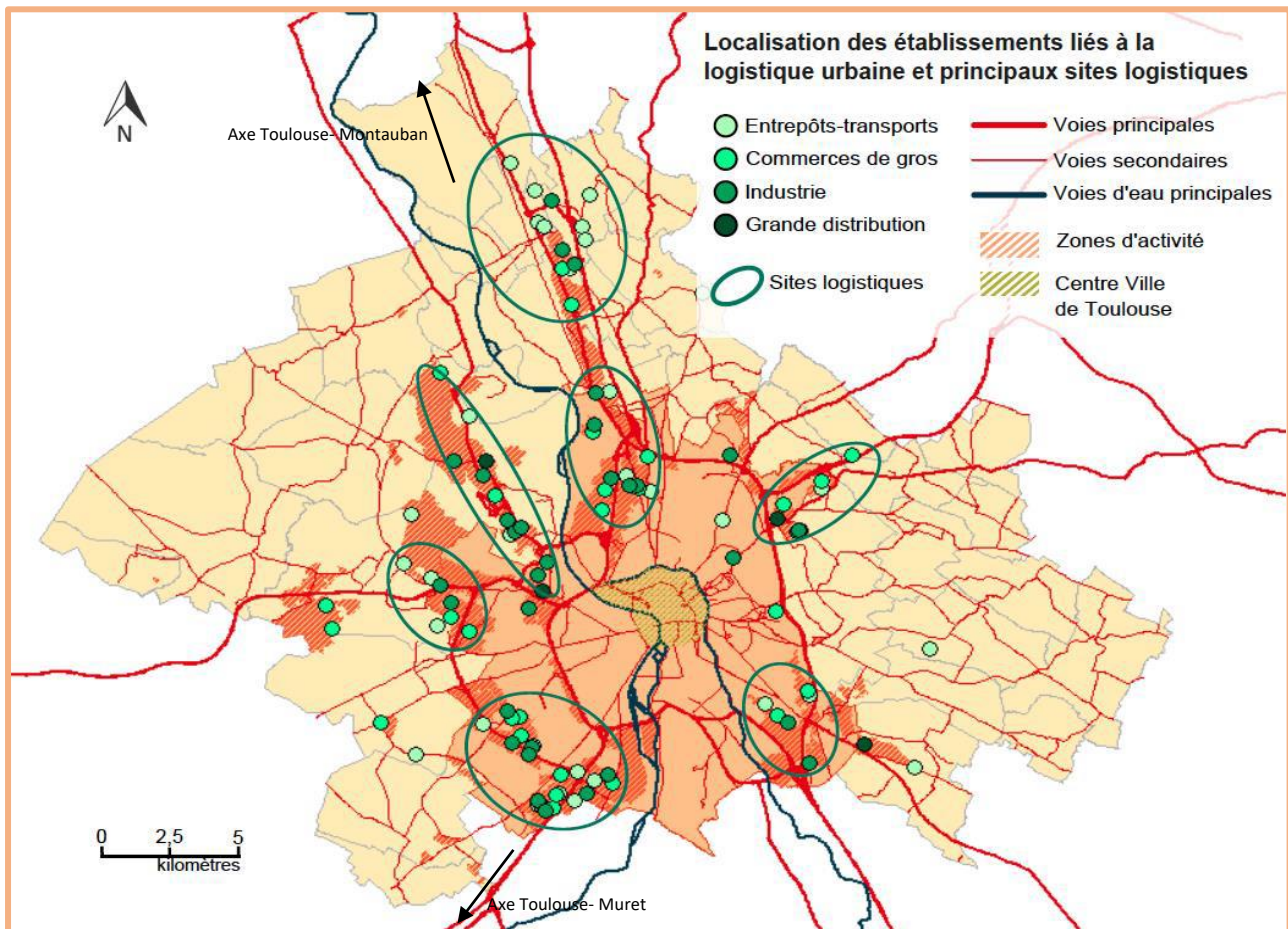


Figure 13: Les principaux sites logistiques du territoire. Source: Freturb. Réalisation: Camille Pagny 2015

La carte ci-dessus, permet de montrer les principaux pôles liés à la logistique sur le territoire de la métropole. Cela confirme qu'ils se retrouvent aux abords des grands axes et très peu à l'intérieur de la ville.

Concernant les entreprises de messagerie, la tendance reste la même en s'installant au sein de ces pôles logistiques urbains. Ainsi, cela leur permet d'accéder rapidement aux grands axes de transit

pour livrer en dehors de la ville, mais aussi d’être à quelques minutes (lorsque les conditions sont réunies) du centre-ville de Toulouse.

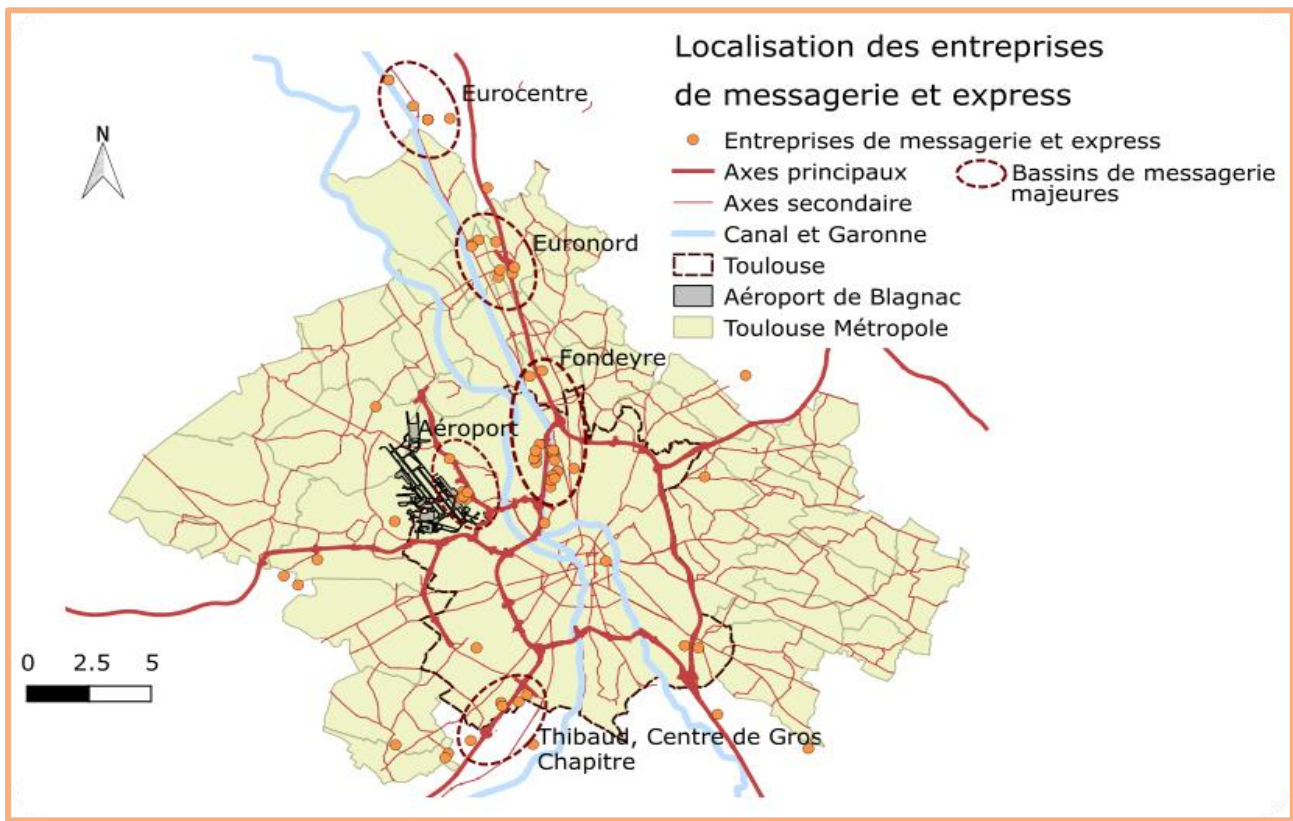


Figure 14: Les sites de messagerie à travers le territoire. Source: INSEE. Réalisation: Josselin ROUHIER

Ces entreprises ont suivi la mouvance de l’ensemble des entreprises de la logistique pour s’installer dans ces pôles qui sont les même que la *figure 13 : Les principaux sites logistiques du territoire*. Nous avons eu la chance de rencontrer des entreprises si situant dans ces zones. Dans notre partie suivante (2.2 : *Quid de l’organisation du transport de messagerie à Toulouse ?*) nous détaillerons les caractéristiques de ces entreprises et nous développerons la méthodologie utilisée pour l’étude de terrain ainsi que les résultats associés.

### 2.1.3.2 Le desserrement logistique

Au regard de ces dernières cartes, on s’aperçoit que ces pôles logistiques majeurs sont en dehors du centre-ville, alors que ce dernier - de par sa densité de population - devrait-être pour une grande partie, le cœur de cible de ces entreprises liées à la logistique urbaine.

Ce constat n’a pas toujours était celui que l’on connait. Avant les années 60/70, le centre-ville de Toulouse a en son sein de nombreuses entreprises issues de la logistique traditionnelle. Au cours du temps, ces structures grandissantes (notamment en termes de personnel) prirent trop de place dans un centre devenu trop étroit. Ces entreprises, subissant un dysfonctionnement conséquent, furent

alors chassées par de multiples pressions d'ordres foncier et politique<sup>45</sup>. Ces centres logistiques, de distributions urbaines quittèrent peu à peu le cœur de ville à travers un phénomène nommé « desserrement logistique ».

Là où le commerce souhaite absolument réinvestir le centre-ville, on a désormais une logistique éloignée, pour la quasi-totalité, qui est à la recherche de territoire moins dense opportun pour ce type d'activité.

Ce phénomène est le même sur l'ensemble du territoire français, là où la taille des villes le justifie. Parmi ces entreprises de distribution urbaine, des entreprises de messagerie ont suivi la tendance.

On a alors la disposition géographique que l'on connaît. Ces pôles, agglomérés le long des grands axes, forment les portes logistiques du territoire toulousain.

---

<sup>45</sup> La politique de l'époque veut retirer les grosses entreprises du centre-ville pour favoriser l'installation de plus en plus de population.

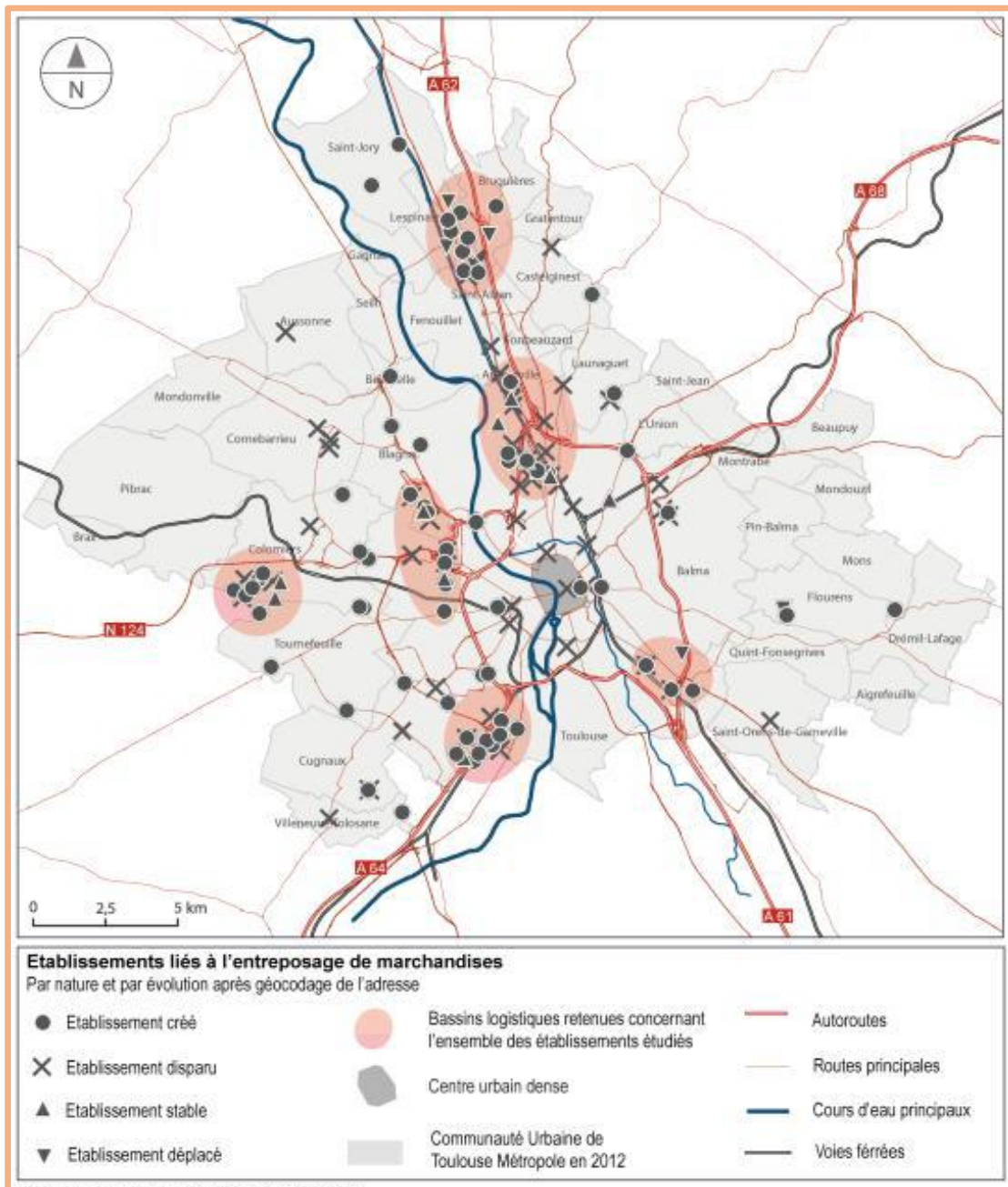


Figure 15: Desserment logistique sur Toulouse Métropole. Source: INSEE / Réalisation: Corentin REY

Aujourd'hui, le desserment logistique n'est pas entièrement achevé et on voit des zones logistiques éloignées prendre de plus en plus d'ampleur comme la zone d'Eurocentre.

## 2.2 Quid de l'organisation du transport de messagerie à Toulouse ?

Après avoir étudié, grâce à une méthode en entonnoir, l'aspect général de la messagerie puis son implantation au sein de la métropole toulousaine ; nous allons dès à présent entrer dans la partie pratique de ce stage, à savoir le recensement et les entretiens avec les entreprises du secteur. Pour bien commencer, nous allons dans un premier temps nous attarder sur la méthodologie de

recensement des entreprises de messagerie qui a abouti à la prise de contact avec ces dernières. C'est à l'issue de ces entretiens que l'on a pu cerner le fonctionnement de ces acteurs au sein du territoire toulousain.

### 2.2.1 Méthodologie de recensement

Une partie s'échelonnant sur environ 2 semaines a permis de comprendre ce qu'était la messagerie, ce qui a servi à rédiger la première partie de ce mémoire.

Après s'être familiarisé avec ce secteur, il a fallu recenser l'ensemble de ces entreprises sur le territoire ; à la fois pour enrichir la base de données de Toulouse Métropole, mais aussi pour enclencher la prise de contact.

#### 2.2.1.1 Première étape : base de donnée de l'Insee

L'Insee permet de consulter la base de données SIRENE. Cette base de données recense l'ensemble du territoire métropolitain français grâce, entre autre, à un numéro spécifique à l'entreprise (numéro SIRET) mais aussi grâce à un code définissant l'activité principale de l'entreprise : le code NAF<sup>46</sup>. Ce code est attribué par l'Insee à chacun des secteurs d'activités économiques. Il permet à l'institut de statistique d'octroyer à chaque entreprise française et à chacun des établissements un code APE<sup>47</sup>. Depuis 2008, le code NAF est constitué de cinq caractères (quatre chiffres et une lettre). D'après les enquêtes menées par le ministère, évoquées dans notre première partie, on a pu se familiariser avec le code spécifique attribué à la messagerie : 5229A « messagerie et fret express ».

A partir de cette information, nous avons pu nous fournir l'ensemble des entreprises de « messagerie et fret express » de Haute-Garonne – mis à disposition gratuitement – pour entreprendre un affinement afin de n'avoir que les entreprises présentes à l'échelle de la métropole toulousaine, notre territoire d'étude.

Cependant, suite à cette restriction du code NAF et au vu des grands messagers connus et absents de cette liste, nous nous sommes rendus compte d'un problème qu'il était nécessaire de résoudre.

A cette étape nous sommes à **34 entreprises**.

---

<sup>46</sup> Nomenclature d'activité principale

<sup>47</sup> Activité Principale Exercée

### 2.2.1.2 Prise en compte de plusieurs codes NAF grâce à Société.com

La question qu'il s'est posée à ce moment de l'investigation fut la suivante : quels sont les autres codes à prendre en compte pour répertorier au mieux les acteurs de ce milieu de la distribution ?

Ayant en tête les principaux acteurs de la messagerie, nous avons pu nous rendre sur le site société.com. Ce site permet d'avoir accès gratuitement aux informations sur les entreprises : l'identité, chiffres clés, dirigeants, code SIRET, SIREN et NAF.

Nous avons donc pu compléter les codes NAF jouant un rôle dans la messagerie. Ainsi, en plus du code 5229A, on retrouve essentiellement deux autres types d'activités :

- 4941B « Transport routier de fret de proximité ». C'est le cas de DPD par exemple.
- 5229B « Affrètement et organisation des transports ». Comme Heppner, GLS ou Kuehne Nagel.

A cette étape nous sommes à **750 entreprises**.

### 2.2.1.3 Dernière restriction et résultat final

Pour obtenir des résultats plus poignants, nous avons décidé d'écarter de notre étude les entreprises de moins de 10 salariés. En effet, ces entreprises –ces artisans- parfois unipersonnelles et surreprésentées, ne mettent pas en exergue le fonctionnement de leurs consœurs plus développées. L'un des causes de ceci est que le siège –et seul local- se situe au domicile du dirigeant. Disséminées sur l'ensemble du territoire (notamment les quartiers de Toulouse) ces entreprises, pour la quasi-totalité des sous-traitants, ne représentent pas l'image que reflète la messagerie toulousaine grâce à des acteurs plus conséquents.

Au final, grâce à cette méthode, suivi d'un dernier affinage manuel (rajout d'entreprises au cours du stage une fois sur le terrain), nous avons pu recenser **62 entreprises** répondant à nos attentes et réparties sur l'ensemble du territoire de Toulouse Métropole (voire au-delà, exemple : Eurocentre).



Figure 16: Entreprises de messagerie recensées. Source: Insee / Réalisation: Josselin ROUHIER

## 2.2.2 Les acteurs rencontrés

Vient à présent le moment de rentrer dans le vif de cette partie pratique. Une fois cette liste d'entreprise établie et les coordonnées récoltées, la prise de contact a été enclenchée.

### 2.2.2.1 Méthodologie d'entretien

#### a. La prise de contact par téléphone :

Dans un premier temps, la prise de contact s'est effectuée par téléphone. Grâce à internet, nous avons pu obtenir le numéro de téléphone de la majorité des entreprises recensées. De cette manière, nous nous sommes heurtés à la réalité du milieu. En essayant de contacter en direct les acteurs de la messagerie, nous nous sommes vite rendu compte de la difficulté de les joindre. Deux types d'entreprises se sont démarquées : d'un côté on retrouve les grandes entreprises qui, lorsqu'elles répondent, nous mettent en relation avec des standardistes nous faisant part de l'indisponibilité des responsables ; de l'autre côté on a les plus petites entreprises qui, pour la majorité, ne décroche pas ou bien nous confirme leur indisponibilité sur le long terme.

De manière générale, il est à noter que la majorité des entreprises n'ont pas répondu.



Cela montre un secteur surchargé et très demandé. Et ce, d'autant plus lorsque l'on cherche à les joindre le matin.

Pour réussir à les joindre, une autre méthode s'impose.

### **b. La prise de contact par mail :**

Le service Gestion, Mobilité, Réseau de Toulouse Métropole possède une base de donnée m'ayant permis d'avoir les adresses mails de certaines entreprises mais pas la totalité. Pour le reste, il a fallu se débrouiller grâce à internet mais aussi lors d'entretiens et même sur les véhicules rencontrés lors de sorties (dans le cadre du stage ou non). D'ailleurs, de cette manière, nous avons pu, tout au long du stage (jusqu'à la fin, voire même après), continuer à constituer la base de donnée des acteurs de la messagerie. Une fois ces adresses récoltées, nous avons pu envisager un mail type disponible en annexe.

Au final, c'est avec cette méthode que nous sommes rentrés en contact avec les acteurs de la messagerie, et grâce à ces mails, nous avons pu rencontrer une dizaine d'entreprises de messagerie et express. Même si ce nombre peut paraître de prime abord, peu, nous avons tout de même réussi à rencontrer l'ensemble de ces différents types d'acteurs.

#### **2.2.2.2 Les différents types d'acteurs rencontrés**

Faisant écho à notre partie 1.2 : *Un bal animé par plusieurs acteurs*, nous allons développer ici sur les acteurs de la messagerie enquêtés: douze acteurs dont dix donneurs d'ordres.

Parmi ces dix donneurs d'ordres, on a pu rencontrer un opérateur historique (Geodis), un commissionnaire de transport (GLS), des expressistes (DHL, UPS) et des messagers plus classiques (Dachser, Mazet, MTM...). Les deux autres prestataires sont Altern'mobil et Allo ZA.

En plus d'avoir eu la chance de rentrer en contact avec une telle diversité d'acteurs, nous avons pu traverser de part en part le territoire pour, au final, s'entretenir avec une entreprise sur chaque zone logistique majeure (cf : figure 9 : *Typologie des zones d'activités à travers la métropole.*). Ceci traduit parfaitement ce que l'on a vu sur ces zones logistiques et montre que les entreprises de messagerie ont suivi la tendance en s'installant à ces endroits, à proximité des grands axes pour certaines et de l'aéroport pour d'autres.

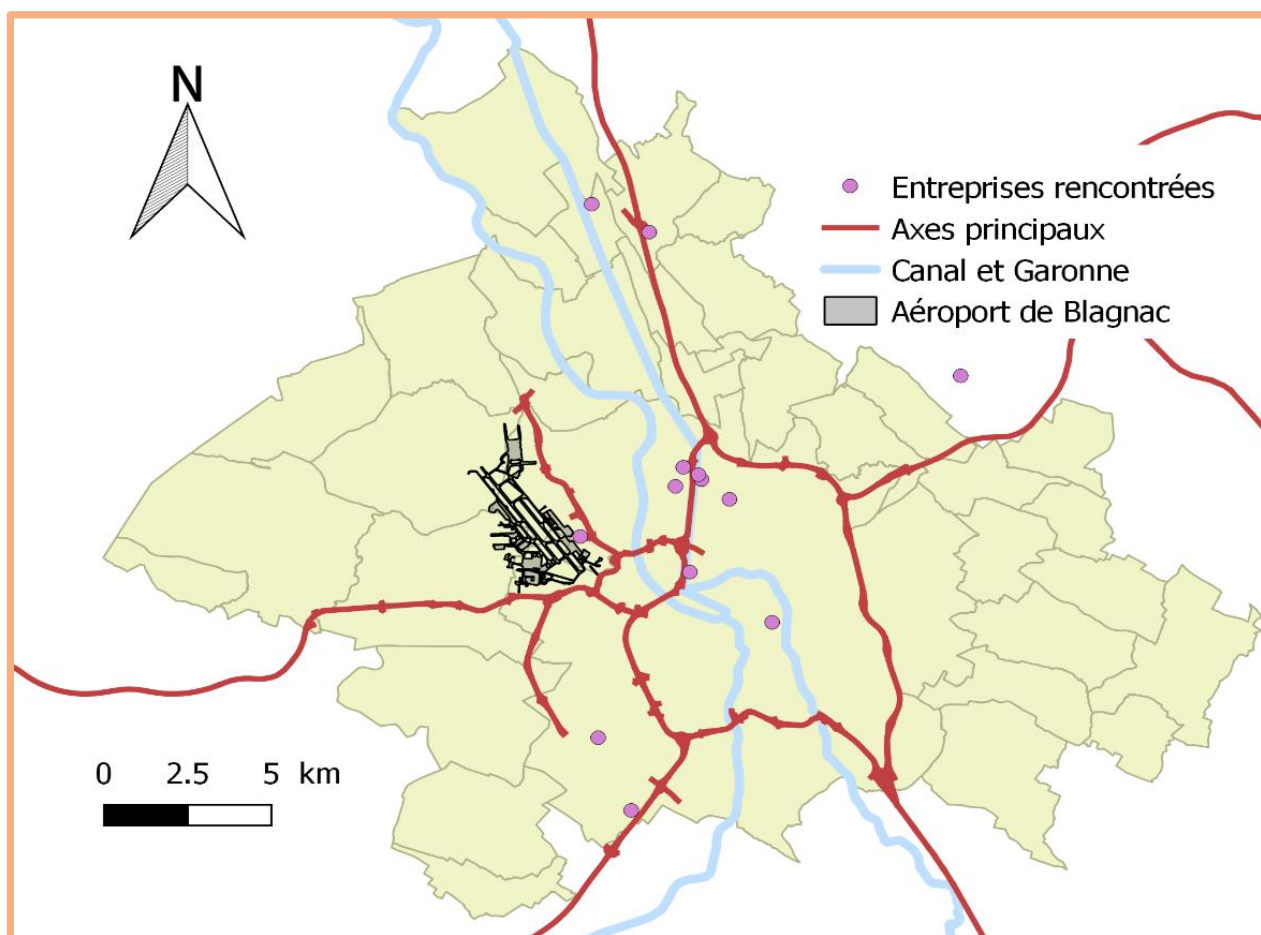


Figure 17: Entreprises rencontrées lors du stage. Réalisation: Josselin ROUHIER

### 2.2.2.3 Déroulement des entretiens

Avant le déroulement des entretiens, un questionnaire a, au préalable, été établi, de manière à mener un entretien semi-directif<sup>48</sup>.

Ce questionnaire, disponible en annexe<sup>49</sup>, suit plusieurs axes pour nous permettre une meilleure analyse par la suite. Les différents axes traitent d'abord de l'entreprise elle-même, puis son implantation et de son activité. Vient ensuite une partie plus axée sur la livraison puis sur son

<sup>48</sup> Un entretien semi-directif permet d'orienter en partie le discours des personnes interrogées autour de différents thèmes définis au préalable par l'enquêteur.

<sup>49</sup> Pour des questions d'anonymat, seul le questionnaire type est à disposition.

organisation. Enfin, pour avoir une meilleure appréhension du milieu par la personne interrogée, nous avons choisi d'ajouter une partie traitant des avantages et des inconvénients du secteur de la messagerie. Egalement, des questions complémentaires à l'attention des prestataires ont été posées.

De retour de chaque entretien, une retranscription des enregistrements (effectués avec accord) a été exécutée pour analyser au mieux les résultats et pour mettre en parallèle chaque réponse afin de procéder à une analyse croisée.

## 2.2.3 Les différents fonctionnements

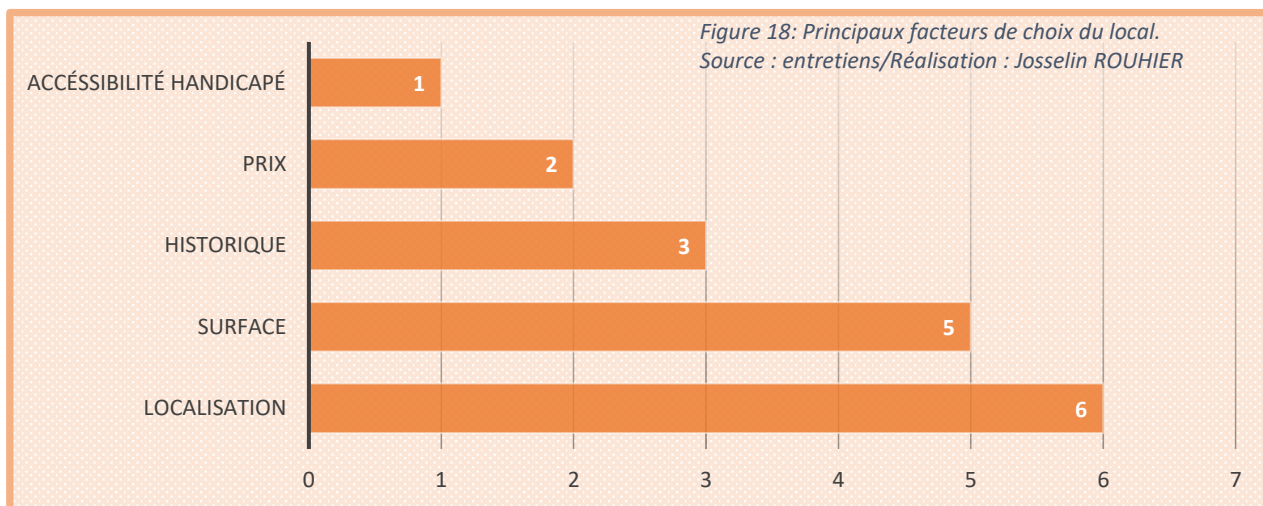
### 2.2.3.1 Organisation des plates-formes

Grâce à ces entretiens, nous avons pu nous rendre, dans la plupart des cas, sur les plates-formes des acteurs concernés. C'est ce cas de figure qui s'est présenté chez tous les donneurs d'ordres car ce sont eux qui possèdent les plates-formes de groupage-dégroupage.

De manière générale, ces plates-formes sont de grands entrepôts où il est possible de déposer et d'entreposer la marchandise chaque jour (tôt le matin) pour pouvoir ensuite la trier en fonction de sa destination (cf : Partie I). Accolée à cet entrepôt, on retrouve une partie bureau beaucoup plus petite.

Pour avoir le point de vue des donneurs d'ordres, comme des sous-traitants, nous avons mis sous la même bannière les entrepôts des donneurs d'ordres et les locaux des sous-traitants (servant de garage pour les véhicules la plupart du temps).

Ainsi, nous avons pu leur poser une série de questions à commencer par savoir le choix du local. Le graphique suivant montre le nombre de fois où les notions présentes ont été citées au cours des entretiens, une entreprise pouvant citer plusieurs facteurs :



Sans surprise, le facteur principal de ce choix est celui de la localisation. La proximité des grands axes, et des portes d'entrées logistique de la métropole (par exemple, l'aéroport) joue un rôle déterminant dans ce choix. De ce fait, il est plus facile – et plus rapide- de recevoir la marchandise mais aussi de la distribuer.

Le choix de la surface apparaît directement après, que ça soit la surface d'entreposage pour les donneurs d'ordres, ou de parking pour les sous-traitants. Dans un cas comme dans l'autre, on remarque que ce facteur est déterminant.

Le facteur historique quant à lui, témoigne pour la majorité d'un rachat par l'entreprise actuelle, comme c'est le cas avec Dachser qui avait racheté Gravelot.

Les facteurs de prix et d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite (évoqué par Altern'Mobil) ne sont pas, de façon générale, des facteurs déterminants pour les acteurs de la messagerie.

Nous avons également abordé des questions relatives à leur activité, et, allant de pair avec l'organisation des plates-formes, on remarque chez toutes les entreprises une saisonnalité qui favorisera à la fois les plates-formes et les livraisons.

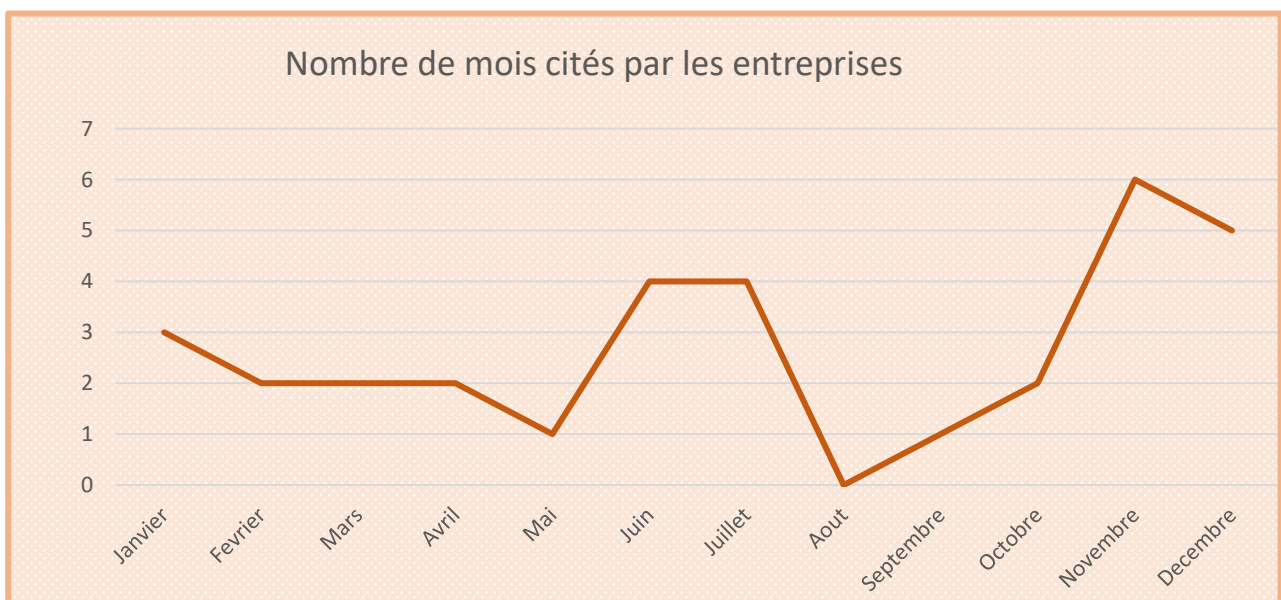


Figure 19: Saisonnalité chez les acteurs de la messagerie. Source: Entretien / Réalisation: Josselin ROUHIER

On remarque ainsi deux périodes de l'année où l'activité de ces entreprises est en forte augmentation : La fin d'année et début d'année ainsi que le milieu d'année entre juin et juillet. Ceci s'explique facilement avec d'un côté les fêtes de fin d'année qui enchaînent sur les soldes d'hiver et de la même façon, les soldes d'été s'étalant sur les mois de juin et juillet. Cette saisonnalité ce

retrouve chez l'ensemble des acteurs. Ce qui explique une fois de plus la difficulté à les joindre par téléphone (les soldes d'été approchant).

On a également une activité différente sur l'échelle hebdomadaire, avec des débuts/milieu de semaine plus intense que la fin puisque toute la marchandise commandée le week-end arrive ces jours-là.

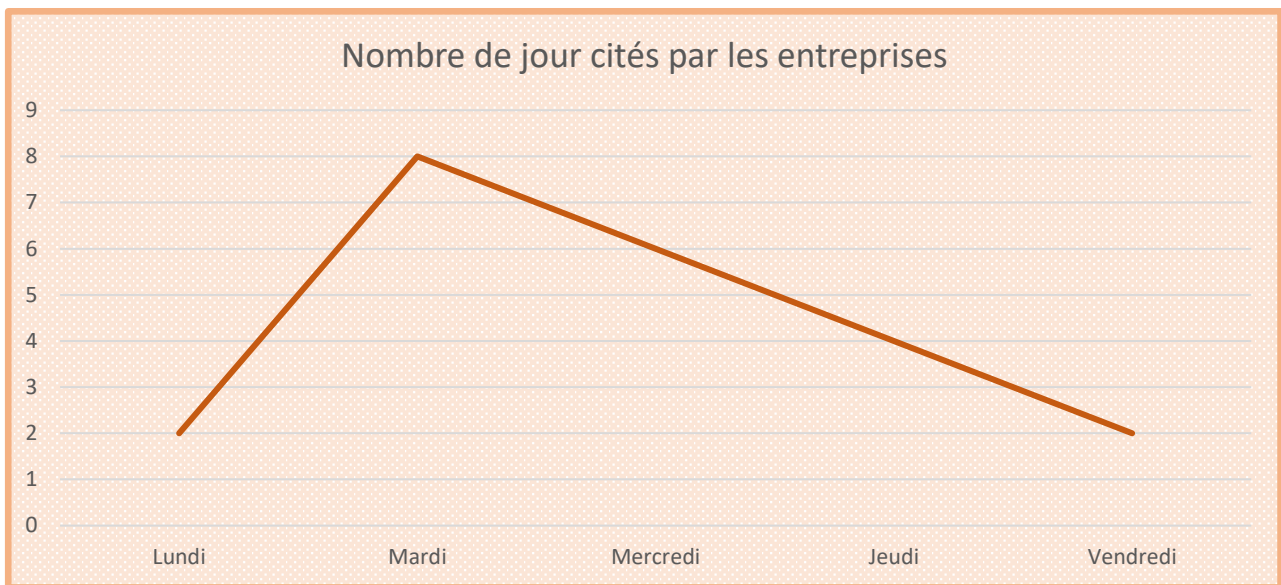


Figure 20: Activité hebdomadaire chez les messagers. Source: Entretiens / Réalisation: Josselin ROUHIER

### 2.2.3.2 Organisation des livraisons

De la même manière, les entreprises ont été interrogées sur leur mode de livraison. Pour onze entreprises sur douze, le mode de livraison en tournée est favorisé (cf : 1.2.2.2 : *Les coursiers*). Cela permet d'avoir des taux de remplissage conséquents (avoisinant les 100%) même si, pour certaines entreprises, il est difficile de parler en taux de remplissage car beaucoup parlent en terme de "palettes". Pour les entreprises effectuant des tournées (seul Jeb's Express effectue des traces directes), il est intéressant de noter que les chauffeurs-livreurs ont des tournées attitrées. C'est-à-dire que chaque jour ils livreront le même secteur. Ainsi, c'est eux qui, le matin, rangeront leur colis dans l'ordre qu'ils le souhaitent afin d'optimiser la distribution. Chez UPS, ce sont des manutentionnaires qui trieront les colis pour le chauffeur-livreur, qui partira en tournée une fois le camion rempli mais pour la majorité des acteurs, c'est le chauffeur-livreur directement qui effectuera cette tâche. Ces chauffeurs connaissent le réseau de la métropole mieux que quiconque, c'est pourquoi il est préférable d'avoir des tournées attitrées car ils ont l'expertise de leur secteur et peuvent ainsi optimiser au mieux leur tournée.

Un autre fonctionnement est notable et touche tout ce qui est « ramasse ». Ces ramasses, peuvent s'effectuer de deux manières. Soit elle se fera au cours de la tournée du chauffeur-livreurs, qui chargera la marchandise pour la ramener à l'entrepôt, le tout, au cours de la journée. Soit, et fait plus rare, il y aura des chauffeurs à qui la tâche de ramassage sera exclusivement confiée. Ainsi, ces chauffeurs travailleront essentiellement en fin d'après-midi et devront faire une tournée, mais cette fois-ci, pas de distribution mais de ramassage. Cette manière est la plus rare car ce n'est pas la plus optimale pour les messagers.

Il est difficile de quantifier le nombre de colis livrés et cela dépend du type d'entreprise : alors que certains parlerons en palettes, d'autres parlerons en colis livrés. Mais le bassin de consommation toulousain devient de plus en plus important au cours des années en augmentant d'environ 8000 habitants par an.

## Consommation au sein de la métropole toulousaine

En 2016, la FEVAD montrait qu'en moyenne **28 transactions** avaient lieu dans l'année par cyberacheteur, soit 22% de plus qu'en 2015. Le JDN indique qu'en 2016, on comptait en France 36.7 millions de cyberacheteurs, soit un tiers de plus qu'en 2010 selon le bilan annuel médiamétrie/FEVAD. Ils ne sont que 1% de plus en un an mais ont augmenté de 35% depuis 2010 ; on a une progression constante. Au début 2017, la population française s'établit autour de **67 millions** d'habitant. On tourne donc aux alentours de **55%** des français qui sont des cyberacheteurs.

Si l'on prend la population de Toulouse Métropole qui est d'environ **760 000** habitants, on obtient une moyenne de **400 000** cyberacheteurs au sein de l'agglomération, soit (en respectant la tendance des 28 transactions par cyberacheteurs) un total de **11 340 000** transactions effectuées.

Bien entendu, chaque transaction n'aboutit pas à une livraison mais cela montre le potentiel de livraison, colossal, existant dans l'agglomération toulousaine. Et même si un tiers des transactions aboutissent à une livraison, on est tout même sur un chiffre de : **3 780 000\*** livraisons dans l'année et ce, que pour les particuliers.

\*Ce chiffre n'est qu'une moyenne établie grâce aux différentes données de la FEVAD. Il ne représente pas la réalité mais s'en rapproche et permet de visualiser ce que représente le bassin de consommation toulousain.

Concernant les secteurs les plus représentés lors de la distribution de colis par les acteurs de la messagerie, on a pu voir que ce sont essentiellement Toulouse et la périphérie qui sont les plus livrées.

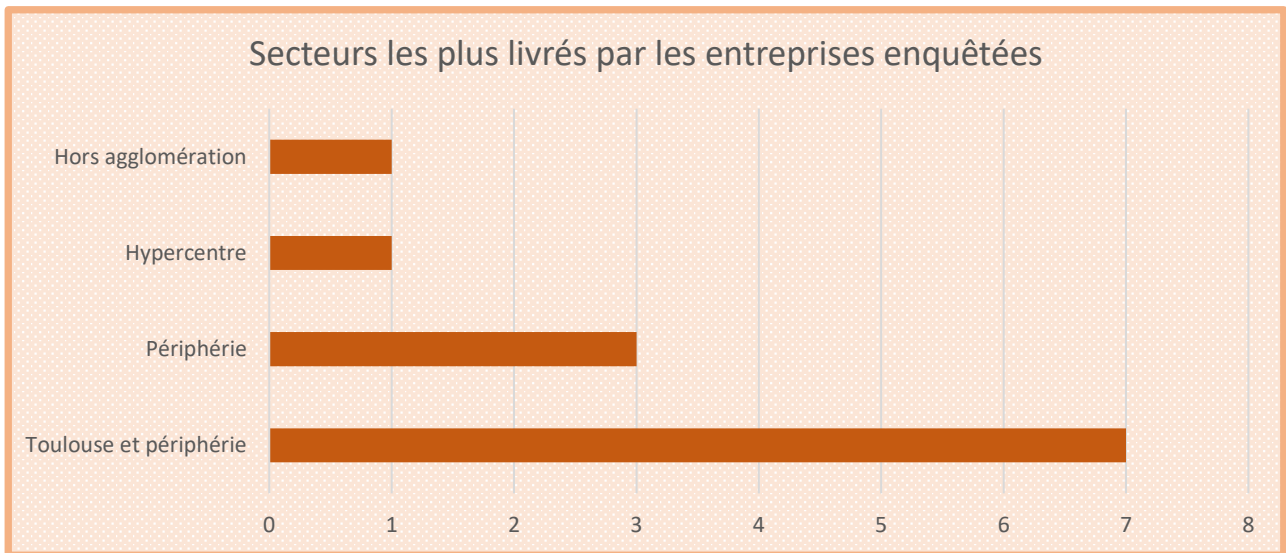


Figure 21: Secteurs les plus livrés par les entreprises enquêtées. Source: Entretiens/Réalisation: Josselin ROUHIER

C'est donc Toulouse et surtout sa périphérie qui sont le plus largement représentées (en tout : 10 entreprises). La carte ci-dessous, nous montre ce que représentent ces zones afin de visualiser où a lieu le cœur d'activité des acteurs de la messagerie.

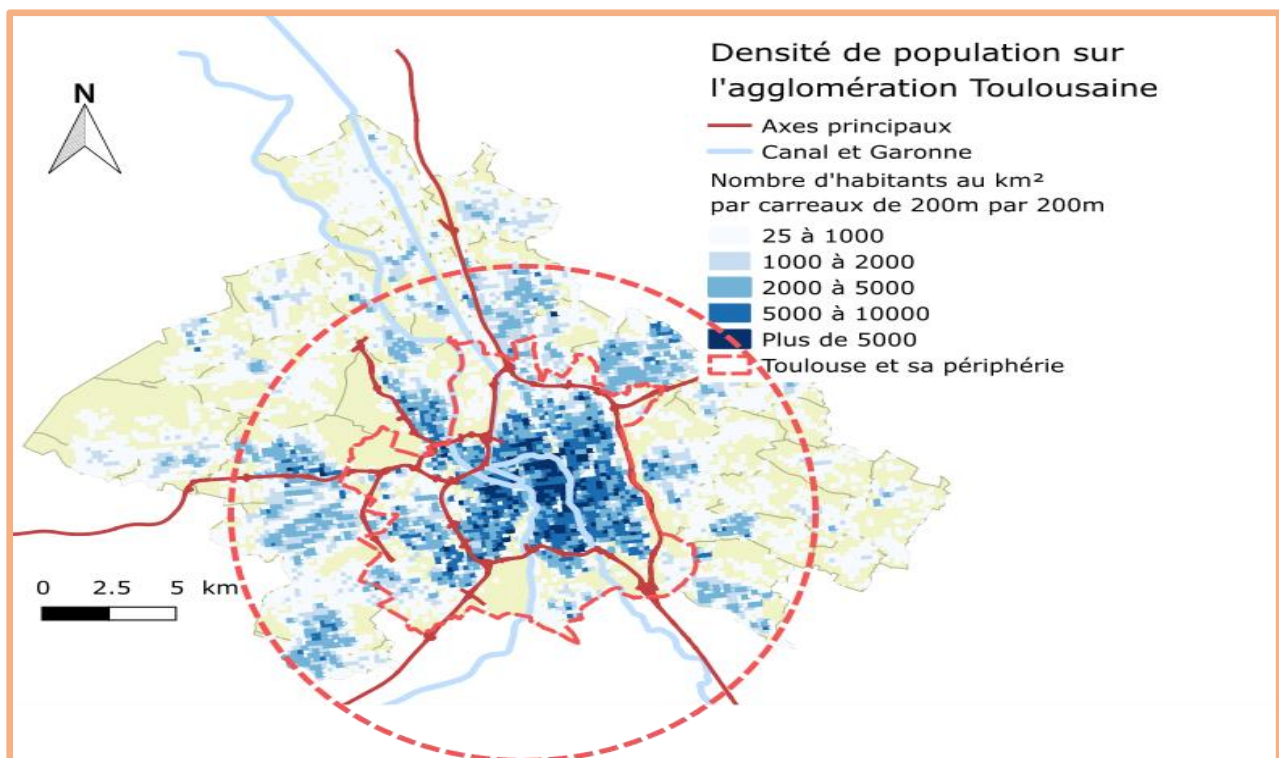


Figure 22: Toulouse et sa périphérie sont les zones les plus livrées. Réalisation: Josselin ROUHIER



## 2.3 Les actions de la métropole

Il est temps maintenant de s'attarder sur les actions menées par la métropole pouvant affecter le transport de messagerie. Ce secteur, nous l'avons vu, est un facteur nécessaire dans le dynamisme des territoires. Et cela, la métropole toulousaine semble l'avoir compris. Cependant, on remarque au travers des divers documents que la logistique urbaine n'est pas la priorité de l'EPCI. Elle est prise en compte depuis quelques années mais a du mal à s'intégrer dans les documents d'urbanismes et tous les acteurs des différents services n'en ont pas connaissance.

Le service Mobilité, Gestion, Réseaux (MGR), service où j'ai eu la chance d'effectuer mon stage, s'occupe de toutes ces questions délaissées par Tisséo. Malgré tout, la métropole n'a pas le pouvoir de façonner comme elle le souhaiterait le secteur tout entier. Elle doit donc user de ces compétences pour faciliter à la fois la bonne desserte de tout type de transport de marchandise en ville (TMV), tout en gardant un cadre de vie adéquat pour les riverains et autres secteurs d'activités.

### 2.3.1 Les compétences accordées par la loi MAPTAM

Publiée au journal officiel du 28 janvier 2014 et promulguée le 17 janvier 2017, la loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles, dite « loi MAPTAM », vise à clarifier les compétences des collectivités territoriales. Toulouse, métropole de droit commun, exerce désormais un certain nombre de compétences.

Parmi les domaines d'action de la métropole – dont on ne fera pas de liste exhaustive - certaines seront enclin à toucher de prêt ou de loin le secteur du transport de marchandise en ville, et donc le transport de messagerie. Ainsi, on retrouve dans les domaines d'action de Toulouse Métropole la gestion de la voirie, de la signalisation et de la lutte contre la pollution de l'air.

#### 2.3.1.1 La compétence voirie et signalisation

Avec 28 000km de voirie, 550km de routes départementales et 140 ponts, l'entretien des infrastructures et de l'espace public est une part importante pour la métropole.

La voirie et la signalisation sont deux notions qui sont complémentaires. En effet il est facile de comprendre que l'un ne va pas sans l'autre.

Qui dit TMV, dit forcément utilisation de la voirie. C'est dans ce sens que cette compétence est utile pour la métropole. Les chauffeurs-livreurs sont parmi les principaux usagers du réseau viaire et on se rend compte une fois sur le terrain que ce réseau n'est pas forcément toujours en adéquation

avec leur activité. C'est d'ailleurs un symptôme qui s'est souvent retrouvé lors de nos entretiens. Les routes, trop petites, à sens unique, sans stationnement, ne conviennent pas à ce type d'utilisation. Ceci se remarque d'autant plus lorsque nous rentrons dans l'hyper centre toulousain.

Nous développerons ces difficultés dans la troisième partie de notre développement. En attendant, quelles sont les actions que pourraient mener, de manière générale, la métropole quant à la voirie ? Avec cette compétence, la métropole peut requalifier la voirie, à savoir limiter l'usage à certains véhicules. C'est d'ailleurs un gros travail de réflexion au sein de Toulouse. Ainsi, la métropole restreint depuis plusieurs années déjà, l'accès à l'hyper centre grâce à la charte livraison que nous développerons d'avantage en suivant. Ce travail de requalification et de restriction est un premier pas dans cet enjeu représenté par le transport de marchandise en ville. Il faut savoir également, que la voirie est linéaire et malgré sa taille très importante, elle possède des limites relativement étroites qui jouent le rôle de barrières quant à l'action de la métropole.

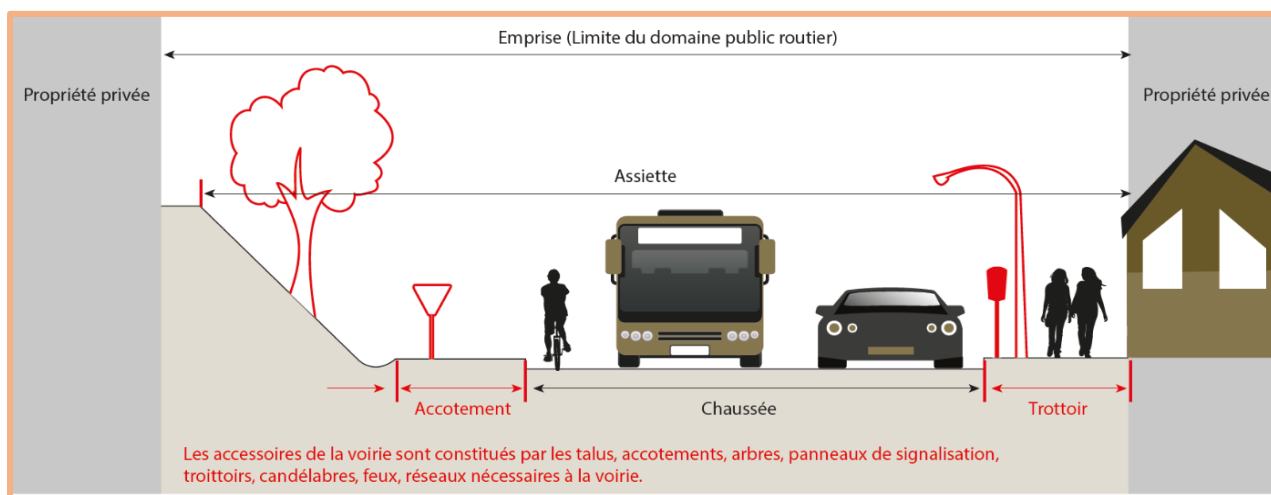


Figure 23: L'emprise de la voirie. Source: La compétence voirie, guide juridique AdCF/Gart, septembre 2013

Evidemment, vient de pair avec cette compétence voirie, la compétence signalisation qui, de façon logique d'intègre avec le réseau viaire.

### 2.3.1.2 Le pouvoir de police

Afin de permettre un meilleur respect de l'utilisation de la voirie par tous les usagers, la métropole dispose du pouvoir de police. L'EPCI détient la compétence en matière de voirie et se voit transférer deux pouvoirs de police administrative afin de favoriser la bonne articulation entre l'exercice de la compétence et les mesures de police attachées à la voirie.

Il s'agit, d'une part, de la délivrance des autorisations de stationnement. D'autre part, est concernée, la police de la circulation et du stationnement. Elle porte sur l'ensemble des voies à l'intérieur des agglomérations, ainsi qu'à l'extérieur des agglomérations.

De cette façon, la métropole peut, à l'aide de la police municipale, faire respecter les stationnements frauduleux que sont les stationnements en place de livraison ou bien en voie de bus. Ces exemples sont les plus représentés et touchent l'ensemble des usagers de la voirie, souvent au grand dam des chauffeurs-livreurs. D'ailleurs, ce pouvoir de police se retrouve au cœur de nombreuses plaintes de ces acteurs de la messagerie.

### 2.3.1.3 Lutte contre la pollution de l'air

Avec la loi MAPTAM, la métropole s'est vue confier la compétence en matière de protection et de mise en valeur de l'environnement et de politique du cadre vie. Rentre ici, la lutte contre la pollution de l'air. Faisant partie des nombreuses nuisances émises par le transport de marchandise en ville, il est normal d'aborder ici ce sujet.

Même si cette compétence s'exerce essentiellement par la mise en place d'un Plan Climat Air Energie Territorial (qui a pour but de réduire les gaz à effet de serre sur les constructions et aménagements du territoire), les restrictions menées par la compétence voirie permettent d'aller dans le sens de cette lutte afin d'avoir une agglomération plus propre - tant en pollution de l'air que sonore. Une nouvelle fois, ces compétences sont plus évidentes lorsque l'on s'approche de Toulouse et de son centre. Ainsi, la mise en place d'une charte livraison, restreignant l'accès de l'hyper centre à certains moments de la journée permet, certes, une meilleure circulation mais également de réduire l'impact des gaz à effet de serre émis par les véhicules thermiques des chauffeurs-livreurs.

## 2.3.2 Un dialogue régulier avec les acteurs

La logistique urbaine découle d'interactions complexes entre divers acteurs. On ne peut pas parler d'organisation logistique en ne mentionnant que la sphère privée ou que la sphère publique. Afin d'opérer au mieux une logistique urbaine efficace, il est nécessaire de concilier ces deux parties, tout en sachant que leurs intérêts et enjeux sont différents. Cette différence peut aboutir à des contradictions urbaines renforçant les externalités négatives du transport de messagerie.

La mise en place d'actions ne repose pas uniquement sur la volonté des collectivités locales, mais sur l'adhésion de toute la chaîne logistique concernée, depuis l'expéditeur, le chargeur jusqu'au

destinataire. C'est la condition sine qua non de toute action ou expérimentation entreprise dans ce domaine.

Les collectivités n'ont pas beaucoup de main mise à part prétexter des actions d'utilité publique en passant par l'aménagement ou le développement durable, elle est limitée et ne doit pas aller contre le droit de libre concurrence des entreprises.

Cette nécessaire entente, l'ensemble des acteurs (privés et publics) l'ont compris. C'est pourquoi, la collectivité, en partenariat avec les acteurs de la logistique, ont mis en place des ateliers logistiques permettant d'échanger au mieux sur ce sujet. Plus précisément, ces ateliers marchandise ont pour but d'ouvrir le dialogue afin de co-construire les évolutions de l'organisation logistique en privilégiant les réponses aux problématiques sur la mutualisation, la massification mais aussi les relations entre des acteurs de différentes sphères. A termes, ces ateliers ont pour ambitions de toucher tous les acteurs de la logistique urbaine.

*« Ces acteurs sont des institutionnels, des chargeurs ou détenteurs de fret, des opérateurs de transport, des prestataires de services, des transporteurs et des sous-traitants, des chauffeurs livreurs, des commerçants, des opérateurs de réseaux de points-relais, des acteurs de l'immobilier logistique, des aménageurs mais aussi des habitants et usagers, des consommateurs etc. Outre et à l'instar de l'atelier marchandises, il s'agit de définir le contenu d'outils de co-construction destinés à insuffler de nouvelles politiques d'organisation logistique par la sphère privée. »*

Projet 19, à propos des ateliers marchandise. Laureline Angot

Malgré tout, comme n'importe quel dialogue menant à des compromis, certains conflits d'intérêt peuvent naître. Mais en règle générale, les acteurs de la sphère privée, ou tout du moins ceux présents, se sentent écoutés.

*« Je crois que sur Toulouse on est quand même écouté, je vois la charte, ils ont lâché le gaz, je pense qu'ils voient bien qu'on est quand même dans de bonnes dispositions. Toulouse Métropole avec Serge Mathieu notamment, et Mickael Bergès je pense qu'il est largement à l'écoute. »*

Cyril PACAULT, gérant de MTM

C'est à l'issue de ces ateliers « marchandise » qu'a été élaboré la nouvelle charte livraison 2017, agrandissant ainsi son périmètre et autorisant les véhicules au gaz naturel à circuler librement dans l'hyper-centre toulousain.

### 2.3.3 Les documents de planification

S'ajoute à ces actions, des documents venant régir, d'une certaine manière, la logistique urbaine. Aujourd'hui, on se rend compte que cette logistique devient de plus en plus importante ; pour preuve : la part minimale qu'elle occupait dans le PDU par rapport à la part (relativement) plus importante à venir dans le futur projet mobilité. Malgré cette évolution, il ne faut pas s'attendre à un chapitre entier sur le sujet et c'est à se demander si le Projet mobilité, qui fera office de PDU, résoudra complètement les problèmes issus de la logistique urbaine.

Il n'empêche que la métropole joue un rôle dans tous ces documents que sont le PDU et Projet Mobilité, le Plan Climat etc. Mais elle instaure aussi de nouveaux documents comme la charte livraison et le Plan de Déplacement Marchandise.

#### 2.3.3.1 Le PDU et Projet Mobilité

Symptôme présent dans la plupart des grandes agglomérations, le PDU (dont la révision a été adoptée le 17 octobre 2012) ne s'étend pas énormément sur la question de la logistique urbaine. Ainsi, seule une action (action G) se retrouve implantée dans ce plan de déplacements urbains et touche essentiellement les stationnements au sein de l'agglomération. Néanmoins, c'est avec ce PDU qu'apparaît la notion de charte livraison.

Tisséo s'est engagé, début 2015 et grâce à l'implication de la métropole, dans l'élaboration d'un projet Mobilités 2020-2025-2030 valant révision du Plan de Déplacements Urbains. Trois enjeux majeurs ont été identifiés :

- Renforcer l'accessibilité de l'agglomération toulousaine.
- Maintenir l'attractivité des zones économiques et d'emploi.
- Organiser les conditions de la mobilité dans la perspective d'une croissance soutenue.

Lorsque l'on s'attarde sur les principales actions, on se rend compte que la logistique urbaine n'est pas au cœur des préoccupations. Il est pourtant nécessaire de prendre en compte ce facteur car il permet, à l'instar du transport en commun, de façonner la ville.

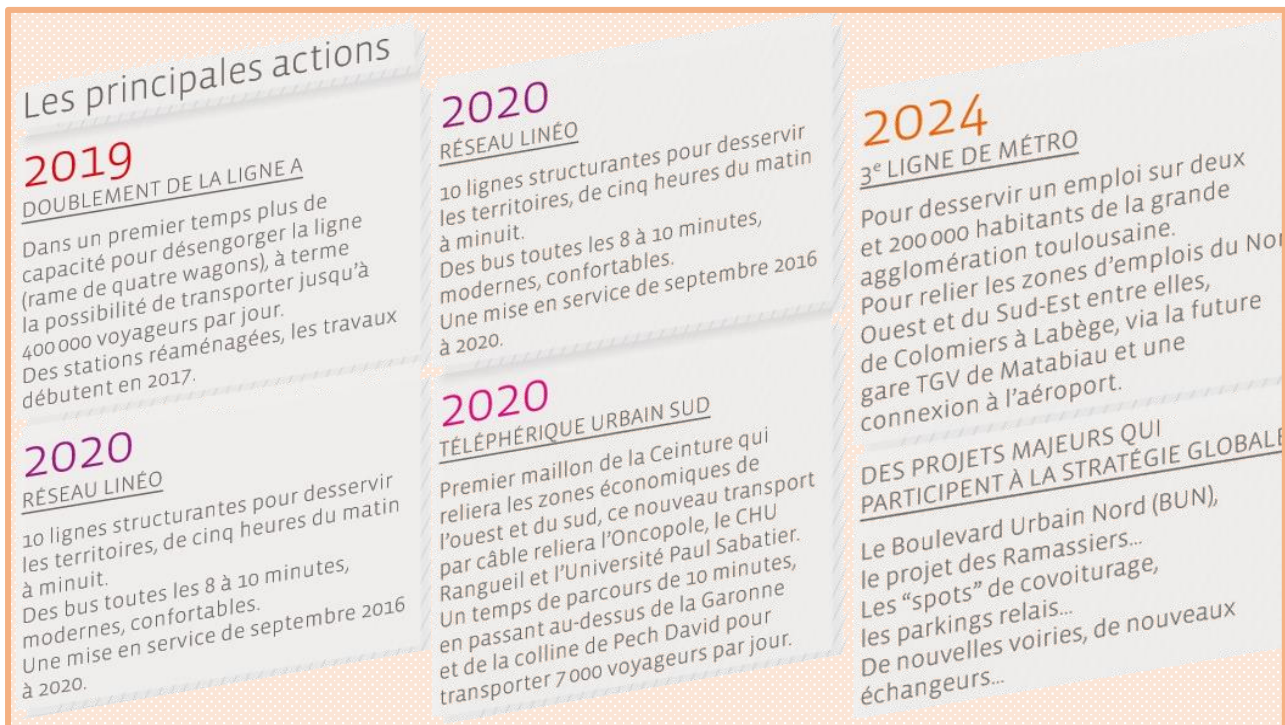


Figure 24: Les principales actions du Projet Mobilités. Source: SMTC-Tisséo

Cependant, ce Projet Mobilité est issu d'une entente entre le Tisséo et Toulouse Métropole. Ainsi, concernant les aspects de logistique urbaine, le service MGR a été entendu pour y intégrer des actions. Même si ces actions sont loin d'être conséquentes quant à leur place dans le projet, elles y sont tout de même plus nombreuses que dans le PDU actuellement en vigueur. On retrouve trois principales actions :

- **Mettre en œuvre une « charte livraison » sur l'ensemble du périmètre de l'agglomération toulousaine.** Faisant écho à la charte mise en place en 2012, cette action vient compléter cette dernière en restreignant un peu plus le territoire de l'hyper-centre aux véhicules polluants de transport de marchandise. Les objectifs sont de mieux gérer le stationnement et les flux routiers dans les centres-villes, optimiser la mobilité des marchandises en ville, réduire les émissions de gaz à effet de serre et construire un Plan de Déplacement Marchandises à l'échelle de la grande métropole.
- **Définir un schéma de localisation des Espaces Logistiques Urbains.** Conscient que les marchandises passent par différentes plates-formes ou ventres de groupages/dégroupage en amont du dernier kilomètre, cette action veut optimiser les flux logistiques et limiter les

trafics routiers liés aux marchandises. Egalement, elle veut organiser les espaces destinés aux activités logistiques et aux livraisons et favoriser le report modal.

- **Structurer les réseaux dédiés au transport de marchandise.** Divisé en trois, elle veut dans un premier temps *concevoir des itinéraires routiers dédiés permettant d'organiser et gérer les flux de transport de marchandise*. Ensuite, elle souhaite *élaborer un schéma de circulation marchandise « route et fer »* afin d'identifier les sites de transbordement opportuns et favoriser le report modal de la route vers le fer, de tels sites nécessitant des conditions d'accessibilité optimales et d'intégration urbaine exemplaire. Enfin, le dernier axe *consiste à vérifier par des études techniques de faisabilité l'opportunité d'un fret fluvial*.

Toutes ces actions seront bien évidemment détaillées lors de l'adoption finale de ce Projet Mobilités mais il est d'ores et déjà possible de comprendre la volonté de la métropole en termes de logistique urbaine.

### 2.3.3.2 Le Plan Climat Air Energie Territorial

Avec la compétence en matière de protection et de mise en valeur de l'environnement et de politique du cadre vie, la métropole continue de mettre en place le Plan Climat Air Energie Territoriale (PCAET) débuté en 2012 et ayant des objectifs jusqu'à 2020. Par ce plan, la métropole souhaite réduire les émissions de gaz à effet de serre propagés par plusieurs secteurs, dont le TMV. Ainsi, il comprend en son sein des actions visant à optimiser les livraisons urbaines et renforcer l'intervention de l'agglomération.

C'est pourquoi il est indiqué la volonté d'actualiser puis d'élargir la Charte livraison de Toulouse au territoire communautaire et l'accompagner de mesures réglementaires. De même, il reprend l'idée de réaliser un Plan de Déplacement Marchandise, évoqué dans le Projet Mobilité et dont nous nous attarderons dans notre sous-partie suivante. Ce plan rentre d'ailleurs parmi les actions phare menée par le PCAET. Il aura pour objectif de formaliser dans un outil de planification, la politique de transport de marchandise en ville ; de traduire de manière opérationnelle les éléments issus de la Charte Livraison ; de renforcer le rôle de la métropole dans le domaine de la logistique urbaine ; le tout pour réduire de 10% les émissions liées aux livraisons urbaines.

Il prend également en compte l'optimisation de la livraison des derniers kilomètres par le groupages des livraison ayant pour but de fluidifier la livraison terminale des marchandises en organisant des aires de livraison pour assurer la livraison sur le dernier kilomètre avec des moyens de transport non polluant.

Intégrant l'enjeu logistique dans l'aménagement urbain, il souhaite prévoir des réserves foncières dédiées au TMV dans les documents d'urbanisme et dans les aménagements urbains et aménager des itinéraires logistiques.

Au final, le PCAET fait l'amalgame de tous les documents mis à disposition par et pour la métropole afin de regrouper et de faire coïncider tous les aspects de la logistique urbaine.

### 2.3.3.3 La Charte Livraison

Pilier de l'action de Toulouse Métropole, « *la charte de livraison a été créée dans un souci constant de partage de l'espace public et notamment au centre-ville de Toulouse* »<sup>50</sup>

Le centre-ville de Toulouse, et en particulier le territoire situé à l'intérieur de l'anneau des boulevards, présente de fortes contraintes d'accessibilité et d'espaces disponibles. Les quartiers ceinturés par ces grands boulevards urbains accueillent chaque jour 12 000 actions de livraisons. Ces livraisons sont nécessaires, mais le centre-ville de Toulouse doit rester dynamique et agréable à vivre. C'est pourquoi il est primordial d'organiser le système de livraisons dans un souci constant de partage de l'espace public.

Ainsi, après concertation, cette charte livraison en centre-ville a été élaborée pour répondre à plusieurs problématiques :

- Réduire les nuisances atmosphériques et sonores,
- Adapter le système de livraisons aux évolutions techniques et sociétales.

Etant le fruit de la collaboration de divers acteurs, cette charte est signée entre la ville de Toulouse, la chambre de commerce et d'industrie de Toulouse, la Chambre des métiers et de l'artisanat de la Haute-Garonne, la Fédération nationale des transporteurs routiers, les transports logistiques de France et le Groupement général des transporteurs publics de Haute-Garonne.

---

<sup>50</sup> [www.toulouse.fr](http://www.toulouse.fr)



D'abord mise en place en 2012, cette charte a comme rôle de restreindre, via des créneaux horaires mais aussi en fonction de la motorisation, l'usage des véhicules de livraisons à l'intérieur de l'hyper-centre. Ainsi, elle autorisait la distribution de marchandise par les véhicules à moteur thermique en centre-ville entre 20h et 6h et 9h30 et 11h30, soit au moment où les autres usagers de la voirie sont les moins susceptibles d'être présent. A l'inverse, elle autorise l'accès aux véhicules électriques 24h/24.



Figure 25: Périmètre de la charte livraison de 2012. Source: Toulouse Metropole

Il est à noter que cette charte (disponible entièrement en annexe) ne s'adresse qu'à l'hyper-centre toulousain. Étant le secteur le plus dense de la métropole, il est celui qui est le plus touché par les livraisons de marchandise et par la rencontre entre tous les usagers de la ville.

Jugée trop stricte par de nombreux acteurs du TMV, la charte a été mise à jour et approuvée en 2017. Aujourd'hui, en plus de continuer à restreindre l'accès aux véhicules thermiques, elle élargit son périmètre d'application et promeut les véhicules à faible émission en autorisant l'accès H24 aux véhicules GNV (Gaz Naturel pour Véhicule).

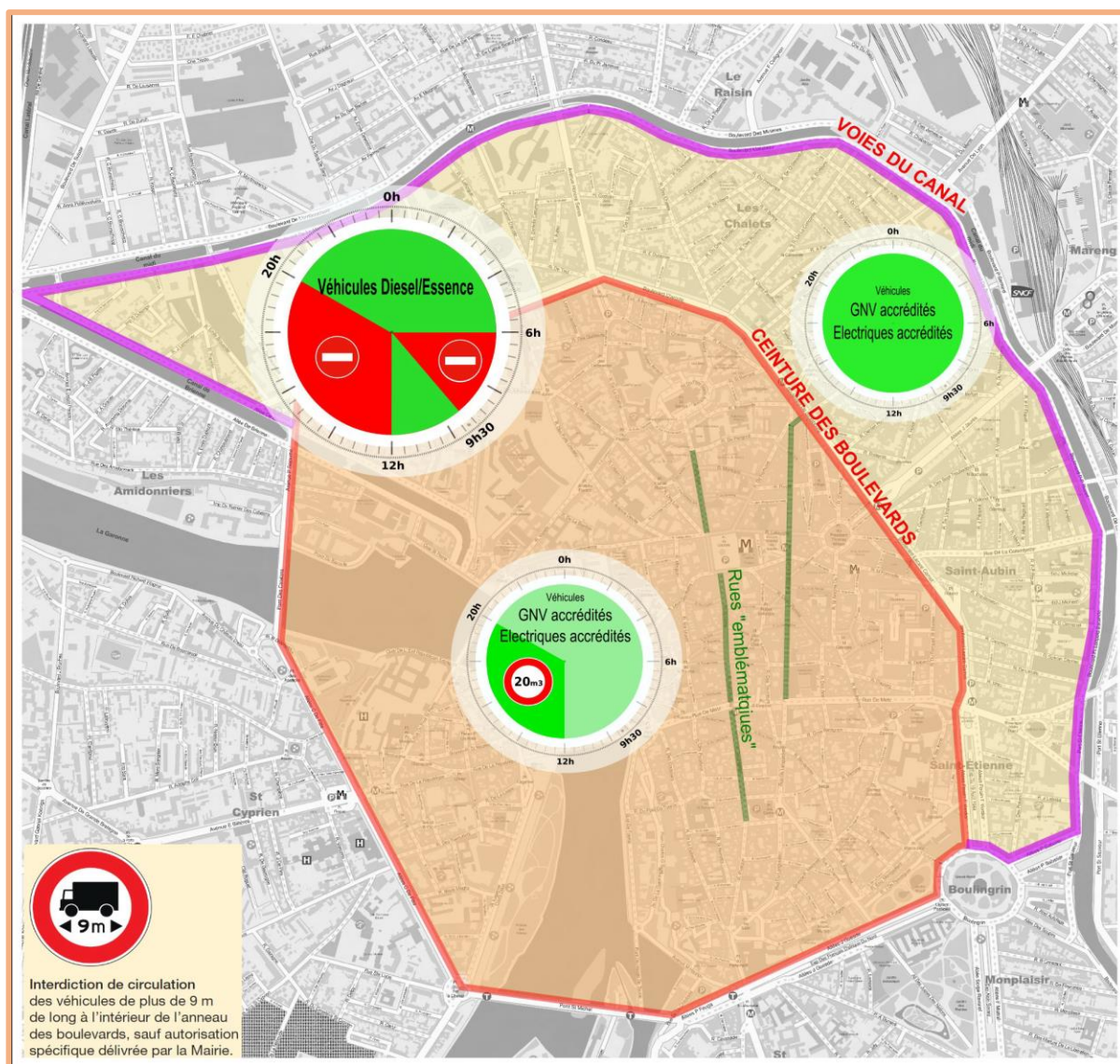


Figure 26: Périmètre de la charte 2017. Source: Toulouse Métropole

C'est d'ailleurs à l'intérieur de cette charte que s'exerce le plus le pouvoir de police évoqué plus tôt. Cependant, ce pouvoir de police n'est pas vraiment appliqué ou très mal. Ainsi, il n'est pas rare de voir circuler des messagers en dehors des heures édictées par la charte, des aires de livraisons non respecter etc.

Autoriser de telle motricité permet d'inciter les acteurs à, progressivement, basculer sur le GNV et, à plus long terme, passer en tout électrique. Seulement cette volonté est tout de même critiquée par certains usagers et acteurs du TMV. Alors que quelques acteurs jouent le jeu du GNV, certains n'en ont toujours pas les moyens car l'offre de véhicule GNV est presque inexistante et beaucoup trop onéreuse, ce qui pousse les transporteurs à préférer les amendes ou à mentir quant à leur volonté de passer au carburant vert, à multiplier leurs véhicules pour pouvoir livrer dans les horaires restreints. C'est l'effet pervers de cette charte.

*« La nouvelle charte nous change pas grand-chose si ce n'est qu'on sait qu'on est encore reparti pour entre 4/5 ans de mauvaise foi de la part des transporteurs qui vont dire à la mairie « mais oui mais oui, j'ai fait des devis GNV » alors que pas du tout et qui dans 5 ans n'auront pas du tout ni d'électrique ni de GNV et qui auront passé 10ans à rouler au diesel en centre-ville tranquillement.*

*Des gens qui auraient pu sauter le pas en passant chez un sous-traitant « vert » se disent « cool je vais mentir comme les dernières années. C'est ça ce qu'il se passe : les sociétés vont voir la mairie en disant « vous ne pouvez pas nous obliger, laissez-nous le temps, promis on est de bonne foi, on va faire des devis, on va faire des essais ». On revient voir 4ans plus tard « Alors ? » « Ah ben j'ai rien acheté » « Les devis ? » « J'ai dû les jeter mais faites-moi confiance j'en ai fait c'est vrai. » « Bon ben on va ouvrir au GNV alors » « Ah ben très bien comme ça je vais faire des devis ». Bon voilà ils restent au diesel polluant au maximum, foutant le bordel en ville. C'est en ça que ça nous impact. On a eu des discussions avec des transporteurs qui se sont arrêtés quand ils ont appris qu'ils pouvaient rementir. Ils pensaient qu'ils allaient se faire coincer et devoir faire les choses bien et en fait là on leur donne une occasion de pas le faire. » [Sic]*

Acteur rencontré lors de nos entretiens

Même si cette charte est une référence en la matière, il est notable que presque la moitié des personnes interrogées lors de nos entretiens ne connaissent pas la charte. Ils savent qu'il existe des restrictions en centre-ville mais pas plus. Il est donc nécessaire de la démocratiser de quelques façons que ce soit.

#### 2.3.3.4 Le Plan de Déplacement Marchandise

Faisant partie des projets phares de la métropole, le PDM est mentionné dans l'ensemble des documents que nous venons de voir.

Ce plan, se voulant pionnier en termes d'organisation de la logistique urbaine, serait l'outil politique nécessaire pour répondre, entre autres, à ces objectifs. Le but de ce PDM est d'établir un véritable lien entre les phénomènes logistiques et métropolitains. L'ambition est de parvenir à concilier, en s'attardant sur la partie logistique bien évidemment, le cadre de vie des riverains et les acteurs du TMV dans leurs usages journaliers.

Ce projet est actuellement en cours d'élaboration et pour que ce dernier soit le plus efficace, il doit prendre en compte l'ensemble des secteurs du transport de marchandise en ville. C'est pourquoi il est important de fournir une définition détaillée du transport de messagerie, pour devenir une part intégrante du PDM.

A terme, les objectifs de ce plan sont de formaliser dans un seul et même outil de planification de transport la politique de transport de marchandise en Ville ; de traduire de manière opérationnelle les éléments issus de la Charte Livraison et de renforcer le rôle de la métropole dans le domaine de la logistique urbaine.

Son but est de devenir un pilier en termes d'organisation de la logistique urbaine et un exemple à l'échelle nationale, à l'instar de la Charte Livraison qui a su beaucoup faire parler d'elle lors de son approbation. Mais la charte ne prenant en compte que la partie circulation, le PDM se veut transversal et doit prendre en compte tous les aspects et aboutir à une vraie gouvernance.

### III- Un vécu logistique semé d'embûches



De telles actions prenant en compte la logistique urbaine - à savoir des documents officiels et des concertations entre acteurs – montrent certaines difficultés dans ce secteur-là. Nous les avons évoquées quelques fois mais sans s’attarder dans les détails.

Nous avons pu remarquer que ces difficultés, gênant le bon déroulement de l’activité messagerie, reviennent chez chaque acteur enquêtés. Nous pouvons aisément penser que ces difficultés s’appliquent à l’ensemble du secteur sur la métropole pour les acteurs de la messagerie.

Bien que cela soit la sphère privée qui a été entendu, il ne faut pas oublier la métropole qui, elle aussi, est confrontée à diverses tribulations quant à l’usage de son territoire. Rappelons que pour qu’il y ait une meilleure fonctionnalité du secteur mais aussi une optimisation du réseau métropolitain, il ne faut pas que ces sphères – privée et publique – s’organisent chacun de leur côté, mais elles doivent s’accorder et fonctionner de pair. Cette dualité doit être gardé en tête; et même si chaque entreprise vante ses nouveautés organisationnelles, elles ne doivent pas omettre qu’en amont, l’entente avec la métropole est primordiale.

Ces difficultés touchent donc à la fois les acteurs de la messagerie mais aussi la collectivité. C’est pourquoi il est nécessaire dans cette ultime partie de les mettre en évidence pour, par la suite, montrer les besoins qui en découlent afin de pouvoir proposer des solutions répondant aux différentes parties prenantes de la logistique urbaine.

### 3.1 Les difficultés des acteurs

Deux problèmes majeurs ressortent de ces entretiens. Il s’agit des difficultés liées aux locaux et aux livraisons. Finalement : tout ce qui fait le transport de messagerie. Plusieurs facteurs sont liés à ces difficultés mais l’un des principaux est l’essor de l’e-commerce qui demande de plus en plus de ressources, d’espace et de livraisons. Ce gain incessant d’activité est donc à double tranchant : il permet aux entreprises de vivre mais il peut parfois les déborder.

#### 3.1.1 Les difficultés liées aux locaux

Victimes principales de ce gain constant d’activité, les locaux deviennent un problème à la fois pour les donneurs d’ordres que pour les sous-traitants. Ainsi, lorsque nous leur avons demandé s’ils étaient satisfaits de leur local, l’ensemble a répondu « oui, mais... ». Ce « mais » traduit les problèmes rencontrés avec les locaux. Voici ce que nous en avons tiré :

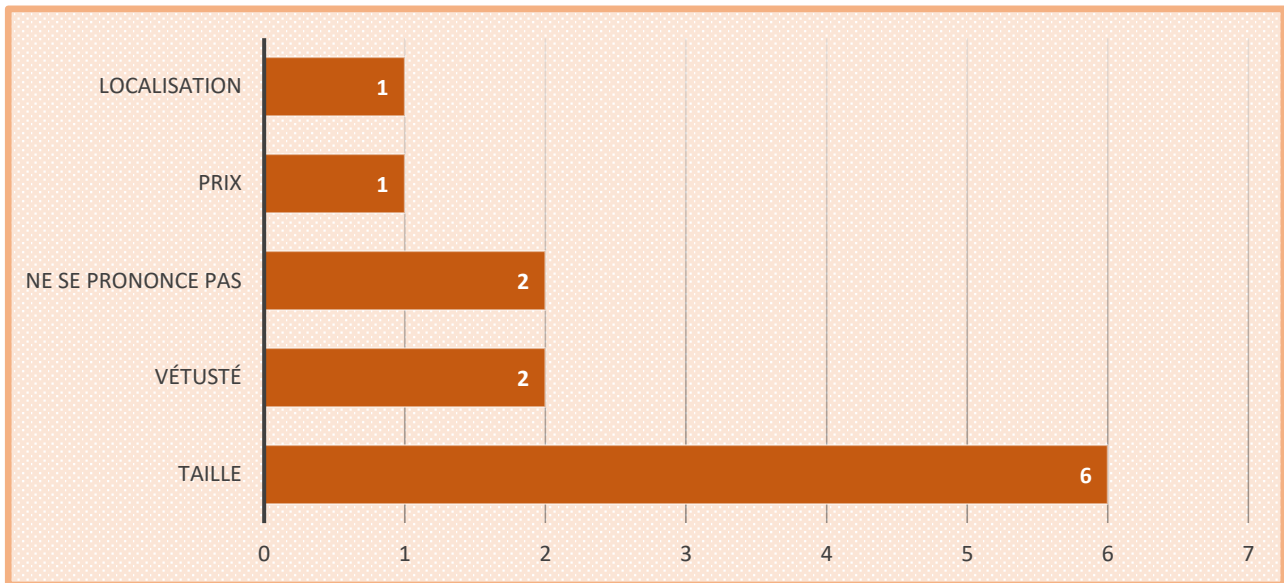


Figure 27: Inconvénients rencontrés par les acteurs quant à leurs locaux. Source: Entretiens / Réalisation: Josselin ROUHIER

La moitié des entreprises interrogées se plaignent d'un local pas assez grand pour l'activité actuelle. Certains ont déjà prévu de changer de local, voire de l'agrandir tandis que d'autres attendent de voir ce que donneront des opérations de reconstruction comme c'est le cas pour UPS à Fondeyre.

Cela marque le changement de consommation qui est en train de s'effectuer depuis ces dix dernières années. Puisque l'on consomme davantage, via le e-commerce, les entrepôts des messagers et expressistes deviennent de plus en plus petits car la marchandise qu'ils stockent, bien que temporaire, prend de plus en plus de place.

*« Aujourd'hui on arrive à ces limites. On a 11000m<sup>2</sup> de surface, on traite 400 à 450 tonnes/jours et ça commence à être limite. »*

Responsable d'exploitation chez Géodis

*« Un peu petit par rapport au volume qu'on traite. Au départ ça allait mais avec la croissance à deux chiffres que l'on fait on se retrouve à pousser les murs chaque matins. »*

Chef de secteur chez DHL

Malgré tout, l'emplacement reste stratégique pour ces entreprises qui se situent aux abords des grands axes et portes d'entrées logistiques du territoire. C'est pourquoi ce facteur d'insatisfaction n'est revenu qu'une fois lors des entretiens.

Etant donné que l'entreprise ayant cité ce dysfonctionnement est Altern'mobil, cela s'explique du fait que leur cœur d'activité concerne les véhicules électriques et la livraison en centre-ville. Une partie de leur flotte se situant dans leur nouveau local relativement excentré de ce périmètre,

l'autonomie des véhicules est une contrainte quant à la distance parcourue. Malgré tout, le choix de ce local représentait ce qu'ils cherchaient : accès aux personnes à mobilité réduite et surface convenable.

Concernant la désuétude des locaux, il s'agit d'entreprises implantées depuis de nombreuses années. C'est le cas d'UPS qui attend, dans la zone de Fondeyre, une reconstruction de l'ensemble des bâtiments par le groupe La Poste, en partenariat avec la métropole.

### 3.1.2 Les difficultés liées aux livraisons

Concernant les livraisons, c'est ici que l'on remarque le plus de difficultés, notamment sur l'accès au centre-ville. Le passage par la rocade est quasi-obligatoire pour les messagers et suite à nos entretiens, on a pu voir que le périphérique toulousain était un gros point noir pour se rendre sur zone.

S'agissant des livraisons, là-aussi on remarque certaines difficultés récurrentes, et notamment en centre-ville. Ainsi, voici ce que l'on obtient comme réponse lorsque l'on demande s'il y existe des problèmes en centre-ville :

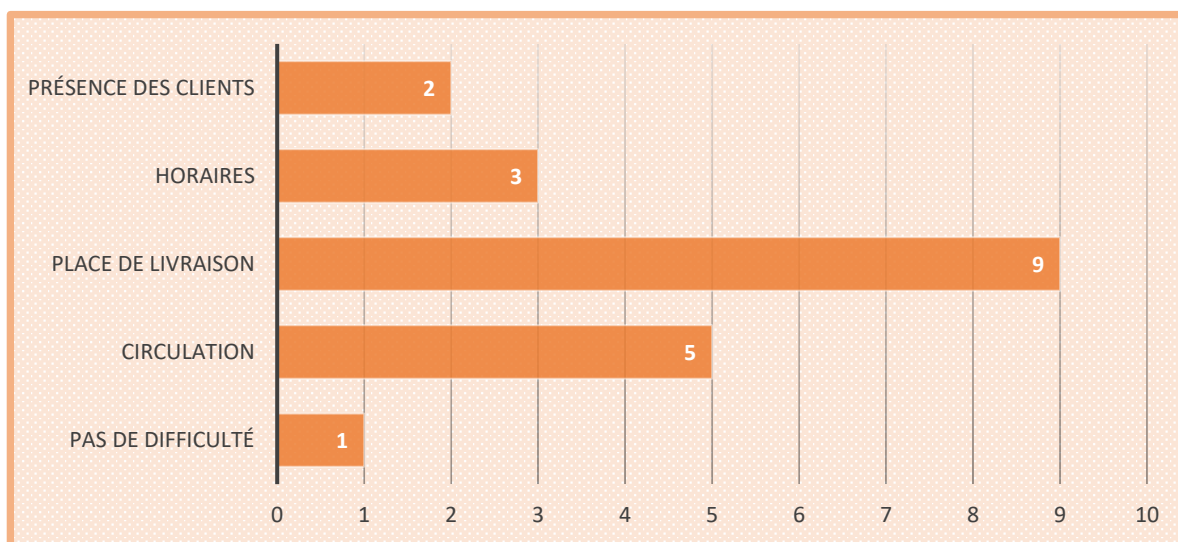


Figure 28: Principales difficultés lors des livraisons. Source : entretiens-Réalisation : Josselin ROUHIER



Lors de ce recensement, le principal problème des livreurs sont les aires de livraisons. En effet, bien trop souvent celles-ci sont occupées par des personnes autres que livreurs. Ainsi, ils doivent nécessairement se garer plus loin, en double file ou sur un trottoir, provoquant des engorgements de la circulation.

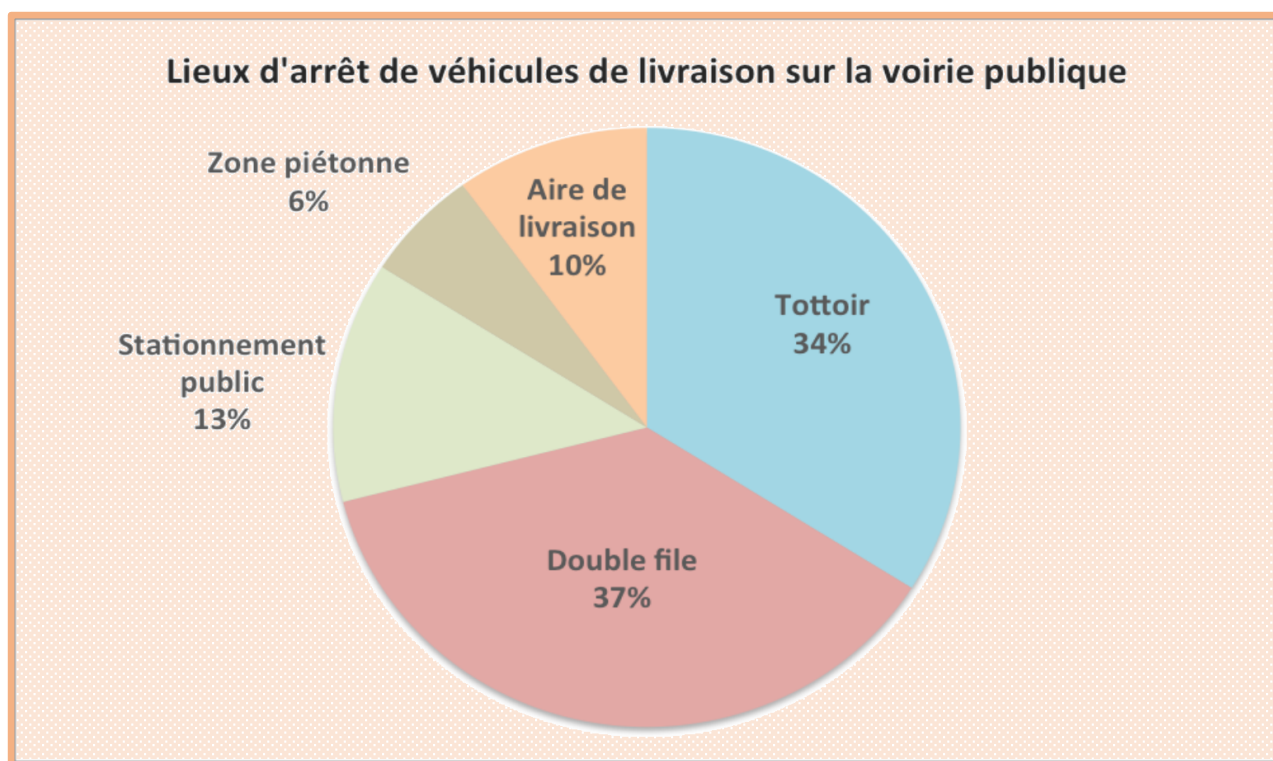


Figure 29: Part des lieux d'arrêt des véhicules de livraisons sur la voirie publique. Source: CEREMA / Réalisation: Camille PAGNY

S'ajoute à tout cela, le rapport avec l'humain, facteur récurrent, qui peut être à la fois un atout mais aussi une faiblesse importante.

### 3.1.3 Approche sociologique : la tournée du chauffeur-livreur

Pour comprendre le fonctionnement et l'organisation du transport de messagerie ainsi que les dysfonctionnements rencontrés par ce secteur, nous avons suivi la tournée d'un chauffeur-livreur d'une entreprise prestataire. Sans reprendre le travail de Céline Cholez<sup>51</sup>, nous allons étudier comment s'organise la journée d'un chauffeur-livreur à notre échelle, celle de Toulouse Métropole.

<sup>51</sup> Céline Cholez, « Compétences spatiales, compétences d'action dans l'espace. La tournée du chauffeur-livreur », *Revue d'anthropologie des connaissances* 2008/1 (Vol. 2, n° 1), p. 37-62.

## Début de journée

La journée, que nous verrons d'une forte amplitude horaire, commence à 6h. Le chauffeur doit se rendre au dépôt de son entreprise pour aller récupérer son camion de tournée. Il arrive que le camion soit son seul moyen de transport même au-delà des heures de travail. En effet, afin de compenser la charge de travail importante, il n'est pas rare que leur patron les laisse rentrer chez eux avec le camion de tournée. Ceci pour parer les plaintes de rémunération relativement faible dans ce milieu-là, au vu de la difficulté et l'amplitude de travail.

Une fois le camion – la majorité du temps un 12m<sup>3</sup> grâce à la maniabilité - récupéré, il se rend à l'entrepôt du donneur d'ordre. Il se gare alors à sa place attitrée pour participer à une longue enfilade de camions garés en marche arrière.



Figure 30: Les camions de livraisons garés en marche arrière pour faciliter le chargement. Réalisation : Josselin ROUHIER

Se garer ainsi permet de répondre à des normes de sécurité mais surtout de praticité. En effet, chaque place correspond à une porte donnant sur l'entrepôt. Les portes arrière des camions sont, de ce fait, en adéquation avec l'ouverture des portes de l'entrepôt et le chargement est d'autant plus rapide.

Si l'on devait schématiser l'entrepôt, nous dirions que chaque porte correspond à l'emplacement d'un camion de livraison.

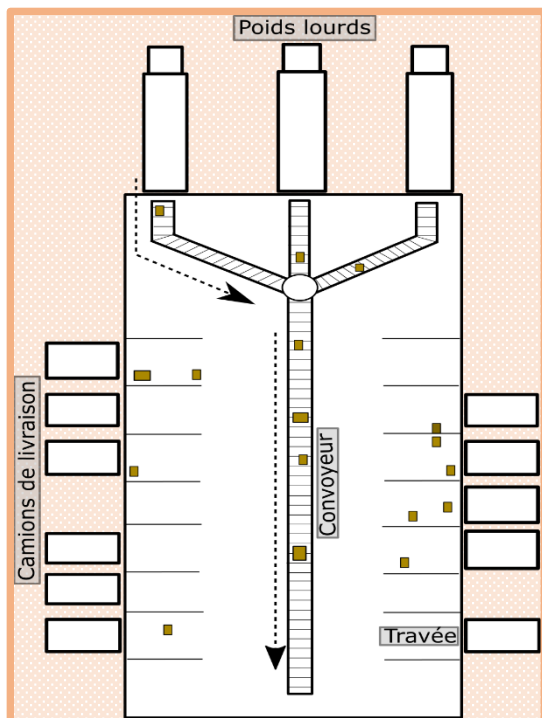


Figure 31: Organisation de l'entrepôt de tri.  
Réalisation Josselin ROUHIER

Plus loin, les poids lourds sont déchargés sur des convoyeurs qui acheminent la marchandise aux camionnettes. Les colis sont triés par des manutentionnaires en fonction du code postal. Chaque camion correspond à un secteur. Dans ce modèle-là, c'est-à-dire en tournée, chaque chauffeur-livreur a un secteur attribué.

A l'intérieur de l'entrepôt il y a une travée par camion, où le chauffeur-livreur devra lui-même<sup>52</sup> trier une nouvelle fois les colis mais pour les ranger dans l'ordre de passage qu'il jugera le plus optimal au cours de sa tournée. Il faut rappeler qu'à force de pratiquer le territoire, ils connaissent par cœur leur secteur, du nom de la rue jusqu'au numéro. Et, malgré l'existence

de logiciel pouvant les aider à l'optimisation de la tournée, c'est bien souvent eux-mêmes qui organisent leur ordre de livraison.

Le chauffeur-livreur étant relativement autonome, il range sa travée de la façon qu'il souhaite. Ici, les colis les plus proches du camion sont ceux qui y rentreront en premier. Ce qui sous-entend que ces colis seront les derniers à être distribués dans son ordre de passage.

Avec ce fonctionnement, le chauffeur-livreur peut visualiser la tournée qu'il va effectuer. Parfois il sera en mesure de savoir quelle personne il livrera, ce qui lui permettra d'appréhender la livraison correctement.



Figure 32: Organisation de la travée du chauffeur-livreur. Réalisation Josselin ROUHIER

<sup>52</sup> Dans beaucoup de société on retrouve ce cas de figure, mais il existe d'autre cas où des manutentionnaires trient et rangent les colis directement dans le camions. Le chauffeur peut partir directement en tournée sans se préoccuper de cette opération.

## Le départ sur zone

Une fois le camion chargé de tous ces colis – parfois plus de 100 – il est temps de partir « sur zone ». Une nouvelle fois, le messenger connaît le territoire puisqu'il le pratique tous les jours. Le départ de l'entrepôt se fait entre 8h et 8h30. A cette heure-ci, le périphérique toulousain représente l'un des plus gros points noirs de sa journée. Pour se rendre au sud de Toulouse, il faut compter facilement entre 30 minutes et 1 heure. Deux zones de forts embouteillages sont à relever : la sortie numéro 18 Montaudran et 19 Labège. Il faut « *intuire* » pour parer les aléas de la circulation et même malgré cela, les embouteillages sont quasi inévitables.

Deux types de secteurs de livraison sont à noter dans la métropole. L'un aura tendance à se situer plus en campagne tandis que l'autre sera dans un milieu plus urbain. Aussi, notre chauffeur nous fait part du fait qu'il y a un plus net sentiment de confiance en périphérie plutôt qu'en ville. Il est possible de laisser le camion seul quelques minutes, là où cela devient plus risqué dans le centre.

## La faculté d'adaptation nécessaire

En livrant le matin, on se rend vraiment compte des incohérences dans la livraison. En effet, certains commerces sont encore fermés alors qu'a déjà débuté la tournée. Le chauffeur doit alors sans cesse s'adapter et anticiper ces horaires pour pouvoir respecter son timing. A propos de timing, dans notre cas le chauffeur utilise un assistant numérique (appelé PDA) qui lui permet, s'il le souhaite, d'optimiser sa tournée, mais surtout de scanner les colis. Ainsi, les donneurs d'ordre sont en mesure d'indiquer, quasi en temps réel, la situation du colis en question. De plus, il permet de téléphoner aux clients qui ont laissé leur numéro de téléphone afin de savoir s'ils sont présents chez eux ou non. Malheureusement il arrive parfois que le PDA soit redémarré en raison de bug, ce qui fait perdre un temps précieux dans une journée qui est **une véritable course contre la montre**.



Figure 33: Type de PDA utilisé en messagerie Réalisation Josselin ROUHIER

## Le contact avec l'humain

Les livraisons se font soit pour des particuliers, soit pour des entreprises (pharmacies, artisans, industries, commerces...). A ce titre, les relations qu'il y a entre le client et le livreur ne sont pas les mêmes. D'après notre chauffeur, la relation avec les particuliers est plutôt amicale. Selon lui, les particuliers « *sont contents de recevoir leur colis, c'est pour ça qu'ils sont cool* ». En revanche, là où l'on remarque un clivage plus important c'est entre le livreur et les entreprises. Cela fait d'ailleurs parti des revendications que l'on a pu relever au cours de cette tournée. D'après notre chauffeur « *les pros, c'est leur métier, ils n'en tirent aucune satisfaction de recevoir un colis, du coup ils font la gueule et ils nous traitent souvent comme de la merde* » [SIC]. En effet, c'est quelque chose que l'on a pu remarquer au cours des livraisons mais aussi suite à de nombreux entretiens effectués avec diverses entreprises de transport express et messagerie.

La journée se divise en deux tournées : une le matin et une l'après-midi. La pause légale se fait entre les deux. En réalité, cette pause n'existe que sur le papier et le déjeuner est englouti au volant en direction de la deuxième tournée de la journée.

## Le manque d'aires de livraisons

Lorsque l'on rentre livrer en ville, une chose est flagrante: l'indisponibilité des places de livraison. Au cours des échanges que nous avons pu avoir avec d'autres entreprises, ce point revient inexorablement. Il est quasi impossible d'utiliser les aires de livraisons car sans cesse occupées par d'autres chauffeurs ou bien de façon illégale par des usagers de la voirie autres que livreurs. On déplore l'absence de force de l'ordre alors qu'il y a un « *matraquage systématique*<sup>53</sup> » lorsque les livreurs sont mal garés. Au final, étant donné que les aires de livraison sont occupées, les chauffeurs sont obligés de se « *garer en vrac* » avec les warnings sur le trottoir ou bien au milieu du passage piéton ou tout simplement boucher une rue à sens unique. S'en suit de nombreuses incivilités en tout genre de la part des usagers.

## La ville pensée pour le piéton

La livraison en résidence n'est pas non plus chose aisée et on se rend compte que la ville n'a pas été pensée pour la livraison, même à l'heure d'aujourd'hui. En effet, c'est essentiellement le piéton

---

<sup>53</sup> Propos tenus par notre chauffeur-livreur.

qui est mis en avant. Au cours de notre tournée il n'était pas rare de devoir livrer des résidences de tout type (étudiantes, HLM ...). Le constat est souvent le même : il faut se garer avec le camion, alors qu'il n'y a pas de places dédiées, attraper le ou les colis, se rendre à l'interphone pour ensuite rentrer dans la résidence avec différents bâtiments et le tout à pied. C'est beaucoup de temps perdu pour une personne dont c'est le métier. A ce niveau-là, de nombreuses évolutions sont à envisager : quid de la conciergerie ?

De même, il existe des problèmes avec l'entrée de certaines résidences où les boîtes aux lettres se situent dans les parties communes. Le messenger doit alors se munir d'un "vigic", sorte de carte magnétique permettant l'ouverture de chaque porte de résidence. Ils sont donc tributaires de cette carte s'ils veulent laisser le colis dans la boîte aux lettres.

D'ailleurs, concernant les boîtes aux lettres, très souvent les colis ne rentrent pas par la fente, les messagers doivent donc avoir les clés permettant de les ouvrir. L'inconvénient est qu'ils n'ont pas le droit de posséder cette clé car seuls les postiers peuvent l'avoir. Malgré tout, chaque livreur a cette clé grâce à des connaissances dans le métier et grâce à la création de multiple double.

### Un rythme effréné qui entraîne certains vices

Le temps défile et nous sommes toujours sur la route. Ce sont de longues journées qu'effectue le chauffeur. Malgré les 2 heures de pause inexistante, le retour s'effectue aux alentours de 17 heures. Il est nécessaire de passer à l'entrepôt du donneur d'ordre pour rendre le PDA, signer des documents et déposer les éventuels retours (colis non livrés) et les collectes (pro et relais) . Une fois ceci fait, le camion doit être déposé au dépôt puis la journée se termine. On est donc sur une journée de 11 heures consécutives et ce n'est pas un cas isolé au vu des propos tenus par différents chauffeurs interrogés.

Il faut préciser que ce métier n'est pas payé à l'heure mais au colis livré, c'est pourquoi c'est un enjeu prioritaire, au-delà des lois, que de livrer le maximum de colis. Si bien que dans la profession nombre de vices de procédure existe. Le plus répandu est sans aucun doute la falsification de la signature du client.

Les prestataires sont payés au nombre de colis livré, c'est d'ailleurs le donneur d'ordre qui, à l'issu d'un contrat, fixe le montant de la rémunération. Dans ce milieu les rémunérations sont de plus en plus basses, si bien qu'une entreprise spécialisée aura du mal à en tirer des bénéfices. Il faut donc rentrer avec le moins de colis possible car, outre le principe de rémunération, rentrer avec des colis est synonyme de perte de temps pour le chauffeur, d'autant qu'il devra nécessairement les relivrer le lendemain. Beaucoup de « magouilles » ont vu le jour dans ce

secteur. Lors de la livraison, il est précisé (via le PDA ou documents imprimés) si le colis doit être remis en boîte aux lettres, en relais ou en main propre. Lorsque c'est main propre qui est requis, il faut que le client soit présent. Cependant, il arrive très souvent que ce ne soit pas le cas. S'en suit alors un vice de procédure très répandu qui consiste à signer à la place des clients et déposer le colis. Ceci est bien entendu illégal mais omniprésent, pour les raisons évoquées précédemment. « *Mentir sur le protocole* » peut avoir des conséquences relativement graves comme le bris ou la perte du colis. Lors d'un litige, c'est le transporteur qui aura toujours tort. Au cours du trajet d'un colis, il y a un **transfert de compétences** qui s'opère entre les différents acteurs de la livraison. C'est le chauffeur-livreur, acteur final, qui détient la responsabilité de la livraison de la marchandise. Si un problème a lieu entre le destinataire et le livreur, c'est à ce dernier que sera imputée la faute. Son entreprise devra payer les réparations ou la perte et le chauffeur pourra être mis à pied temporairement, voire définitivement.

Au terme de cette journée, on se rend compte de la difficulté de ce métier. Pas tant sur l'aspect physique mais plutôt psychologique. En effet, les nombreux facteurs que nous avons évoqués précédemment tels que le respect des horaires de livraison, le contact avec l'humain, les clients absents et les colis à relivrer, sont déclencheur de stress et de pression chez les livreurs. **Si nous devons résumer, les maîtres mots sont optimisation, productivité, adaptation et autonomie.**

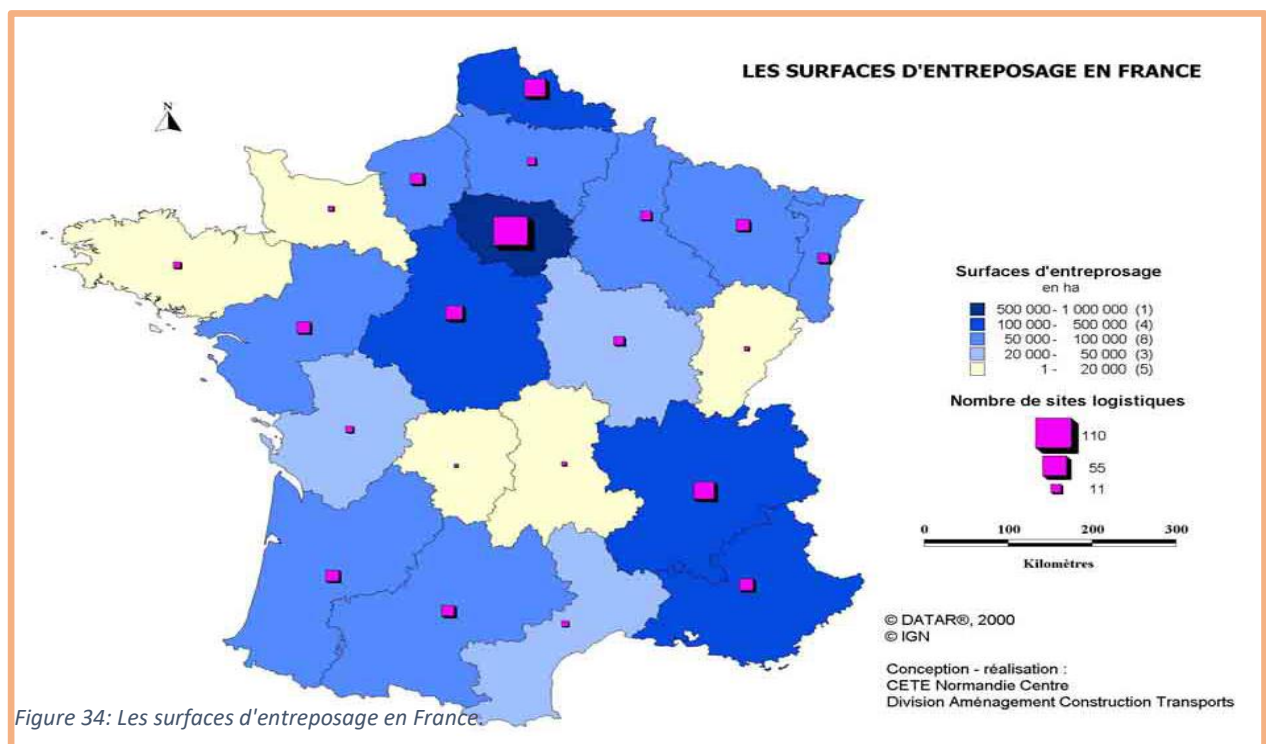
Pour conclure, grâce à nos observations mais aussi aux dires de notre chauffeur-livreur, les points négatifs sont essentiellement le périphérique toulousain, les relations humaines (qui sont à la fois un atout et une faiblesse), le manque d'adéquation avec les horaires d'ouvertures de certains commerçants, l'amplitude de travail très large et le manque de disponibilité des aires de livraisons.

## 3.2 Des besoins qui découlent de ces difficultés

### 3.2.1 Le foncier

Il n'existe qu'une seule entreprise avec un local en centre-ville mais son cas reste particulier puisqu'il s'agit d'Altern'mobil avec uniquement des véhicules 100% vert.

En réalité, la majorité des entreprises de messagerie et express sont excentrées et en périphérie. Etant donné que la livraison en centre-ville n'est pas chose aisée, la question du foncier devient récurrente. Ainsi, de nombreux acteurs aimeraient voir de plus en plus de m<sup>2</sup> logistique à Toulouse. Pour cela ils souhaiteraient que la collectivité ait une politique incitatif sur le foncier car à l'heure actuelle, le foncier disponible (exemple de la Cartoucherie) est détenu par des sociétés immobilières qui vendent les locaux à des prix exorbitants. D'autant plus que, comme nous l'avons vu précédemment, pour la plupart les structures deviennent de plus en plus étroites pour l'exercice de leur activité ce qui va naturellement entrainer un agrandissement voire un déménagement.



D'après cette carte, on voit bien que Toulouse n'est pas énormément fournie en surface logistique, ce qui aujourd'hui commence à faire du tort à l'ensemble des acteurs de la logistique urbaine.

### 3.2.2 Les aires de livraisons

Souvent évoqué jusqu'à présent, la disponibilité et la présence d'aires de stationnement est quelque chose de très préoccupant dans le secteur de la livraison. Ainsi, les acteurs aimeraient avoir des zones de stationnement temporaires réservées. C'est d'ailleurs une demande faite à Toulouse Métropole que de les aider sur ce sujet et faire le nécessaire pour que les aires de livraisons soient respectées mais aussi prévoir des endroits où les livreurs pourraient s'arrêter facilement.



D'après une ancienne étude du Cerema, les véhicules de livraisons n'occupent que 6% du temps les aires de livraisons. Or, dans ce laps de temps il n'est pas rare que ces espaces soient occupés.

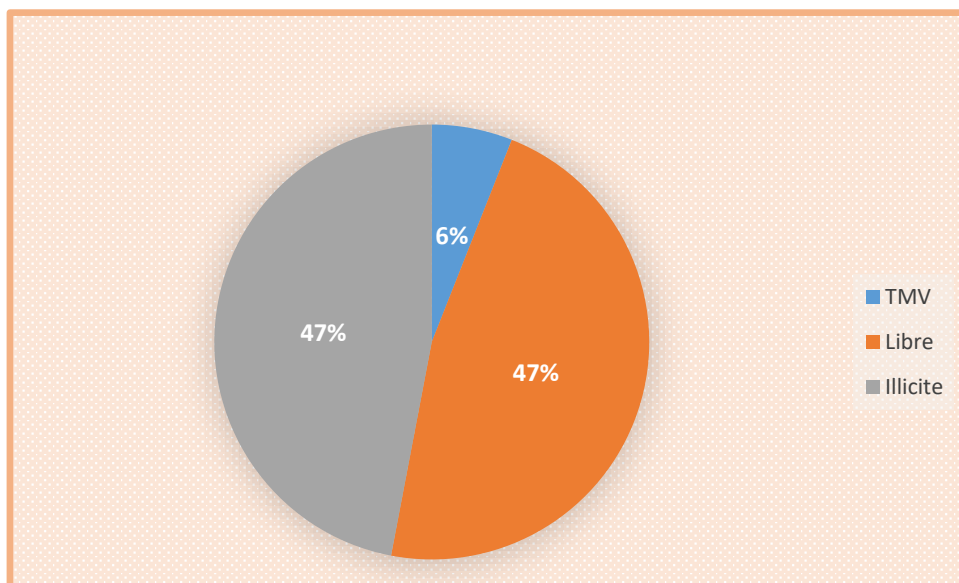


Figure 35: Utilisation des aires de livraisons. Source: Cerema 2004/ Réalisation: Josselin ROUHIER

Si 30 % des établissements offrent un lieu de stationnement privé pour les livraisons en milieu urbain, ils ne sont plus que 5 % dans le centre-ville. Les livraisons s'effectuent donc majoritairement sur la voirie publique et de la manière suivante : un tiers en double-file, un tiers sur le trottoir et le tiers restant sur des emplacements autorisés (aire de stationnement public, rue piétonne ou aire de livraison).

À Toulouse, le taux de rotation sur les aires de livraison était de 4 h en 2011, alors que la durée moyenne d'une livraison est de 10 minutes, preuve que leur utilisation est loin d'être optimisée<sup>54</sup>.

### 3.2.3 Les forces de l'ordre

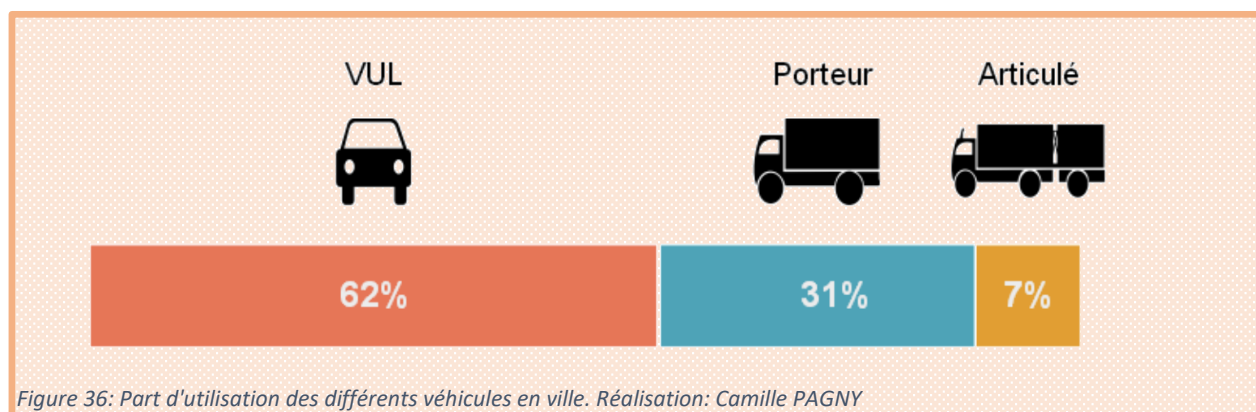
Faisant écho aux aires de livraisons, les forces de l'ordre jouent un rôle très important dans le respect de la voirie. Cependant on remarque un manque de discernement de la part de ces derniers. En effet les acteurs rencontrés souhaiteraient que la Police Municipale cesse le « *matraquage systématique* » et qu'ils aient un seuil de tolérance. C'est une question à laquelle Toulouse Métropole peut répondre grâce à des formations auprès de la Police Municipale. Il est vrai qu'aujourd'hui c'est très pénalisant pour les messagers qui peuvent facilement se prendre des PV lors de livraisons tandis que les places de livraisons environnantes sont déjà occupées. Bien entendu il y a un juste milieu à respecter afin que les livreurs ne se garent pas

<sup>54</sup> L'aire de livraison : un espace clé pour l'accueil des véhicules de marchandises. Cerema 2015

systématiquement n'importe comment ni ne livrent en thermique en dehors des horaires édictés par la charte.

### 3.2.4 Les syndicats

Dernier axe soulevé suite à l'analyse des entretiens, c'est le besoin de représentativité. En effet, le transport de messagerie est un secteur assez spécifique où les dérives sont très rapidement atteintes. On note alors une concurrence féroce, des prix abusivement bas mais aussi une forte présence du travail non déclaré. Pourtant, il convient de préciser que le transport de messagerie est un transport léger et les VUL sont majoritaires en ville.



Il est donc nécessaire de réglementer au mieux cette profession ; tout du moins de la surveiller. Néanmoins il existe des fédérations nationales telles que la FNTR, TLF et l'OTRE (dont l'antenne régionale est le GTP31) qui sont censés défendre tout type de transport. Malgré tout, le transport de messagerie reste le parent pauvre du TRM. Ces préoccupations semblent émerger puisque le SNTL (rattaché au TFL) veut faire entendre les droits des messagers grâce à plusieurs actions comme la création d'un « label du transport léger responsable<sup>55</sup> » et l'évolution du décret relatif au contrat-type de sous-traitance<sup>56</sup>. Mais de telles actions seront-elles prises en compte par les acteurs de la métropole toulousaine ? Une chose est sûre : aujourd'hui la réponse est non car la totalité des entreprises enquêtées ne connaissent pas le SNTL. Mais il semble intéressant de communiquer sur ces fédérations et syndicats pour que les acteurs de la messagerie – essentiellement les sous-traitants – puissent travailler dans de meilleures conditions de travail.

<sup>55</sup> Création en Mai 2017

<sup>56</sup> Décret 2017461 du 31 Mars 2017

### 3.3 Des réponses à apporter pour l'ensemble des acteurs

Pour répondre à ces enjeux présents dans chaque territoire, les collectivités mais aussi les acteurs de la livraison tentent de mettre en place et de proposer des solutions. Nous verrons ainsi comment ces deux sphères, privée et publique, tentent de développer des solutions pour faciliter le travail de toute la chaîne logistique.

Ici, un tour d'horizon sera effectué afin de récolter des idées d'opérations à développer pour, d'abord, nous concentrer sur les messagers puis sur la collectivité.

Nous avons tenté de séparer ces solutions pour dans un premier temps répondre aux messagers et dans un second temps à la collectivité mais chacune des propositions ci-après permettra de répondre dans tous les cas à ces deux sphères. Ceci montre une nouvelle fois que dans le transport de messagerie, et le TMV en général, l'un ne peut fonctionner sans l'autre.

#### Point méthodologie

Au cours de cette partie, diverses solutions seront apportées. Elles seront en italique afin de les faire ressortir du reste du développement.

#### 3.3.1 Répondre aux messagers

Dans l'ensemble, ces réponses sont à apporter par la collectivité en réponse aux messagers. Bien entendu, il est nécessaire d'avoir un partenariat entre les deux sphères pour une meilleure entente.

##### 3.3.1.1 La livraison hors domicile

###### *A. Les consignes automatiques*

Davantage déployées depuis quelques années, les consignes automatiques représentent aussi un enjeu dans le transport de messagerie. Ce système est une réponse directe à l'essor du BtoC puisqu'il s'adresse en grande majorité (voire exclusivement) aux particuliers. Il permet, entre autre, de parer aux absences des clients en développant un réseau spécifique de livraison hors domicile en parallèle des points relais.

Ces consignes sont des casiers sécurisés dans laquelle il est possible de déposer le colis commandé et de le retirer la plus part du temps 24h sur 24. De taille variable, ces casiers sont gérés de façon informatique et se débloquent une fois le code d'ouverture communiqué à la personne concernée par sms. Qu'elles soient dans un espace privé (centre commercial) ou public (gare), les consignes automatiques sont placées dans des lieux de passage jugés stratégiques.

De nos jours, ces consignes ne sont que peu présentes mais commencent à arriver. C'est l'engouement français pour les points-relais et leur prix low-cost qui a ralenti l'apparition des consignes.

*« Les consignes automatiques, dans le cas de la France, sont des compléments aux points relais. Nous sommes capables de nous installer dans une gare où il n'y a pas de points relais. Là où les propriétaires de site n'acceptent pas ces derniers, la machine a tout son sens. En outre, quelques points relais commencent à atteindre les 50, 60 voire 100 colis par jour. Il ne faut pas oublier que cela reste des commerces dont la fonction n'est pas de livrer des colis. Lorsque nous atteignons certains volumes, l'automatisation devient nécessaire. »*

François CASTANO, Président de Packcity France

Autre explication de ce développement tardif : la taille des boites aux lettres. En effet, si en France les boites aux lettres ont une capacité d'accueil correcte (volume minimum 240 x360 x 360mm), cela diffère en fonction des pays.

*« Une boîte aux lettres allemande, par exemple, sait faire beaucoup moins de choses qu'une française, introduit Alain Fischer. Elle n'a pas d'ouverture totale, seulement une fente d'introduction. On peut y mettre un DVD, point à la ligne. La boîte aux lettres française est déjà une petite boîte à colis. Elle a son volume, son accès centralisé, avec les grandes portes mécaniques qui donnent accès au facteur à toutes les alvéoles. Son format et son mode d'ouverture résultent d'une norme qui a 41 ans et qui a été visionnaire à l'époque. »*

Alain Fischer, gérant du fabricant de boites aux lettres Renz

C'est pourquoi, l'Allemagne avec *PACKSTATION* (développé par DHL), ou la Pologne avec sa société *InPost* ont développé depuis de nombreuses années ce système de distribution.

Malgré tout, ce réseau complétant les points-relais n'est tout de même pas à négliger et permet la distribution de colis plus imposants sans se soucier de la présence du client. C'est pourquoi de plus

de plus de ces consignes voient le jour en France. *InPost* est arrivé en 2014 en France avec son réseau *Abricolis*. Chronopost développe de plus en plus son réseau de *Pickup Station* dans des centres commerciaux, des bureaux de poste, gare etc.

Toulouse est d'ailleurs concerné par cette "innovation" et a développé par exemple en 2015 des consignes automatiques rue Rémusat en partenariat avec La poste.



Figure 37: Consignes automatique Rue Rémusat. Source: Toulouse Métropole 2015

Ces réseaux, en partenariat entre les sphères privées et publique se développent et offrent une nouvelle alternative à la livraison hors domicile facilitant ainsi la distribution de marchandise aux particuliers. De très grands acteurs du e-commerce se mettent à cette solution, c'est le cas de Amazon avec *Amazon Locker*. Ce système, spécifique aux livraisons Amazon se développe depuis 2011 aux Etats-Unis et vient de voir le jour dans les grandes villes françaises depuis le 21 Avril 2017. Cela montre ainsi l'intérêt grandissant de ces consignes par les acteurs de la messagerie.

### B. Les conciergeries

Nous pouvons également citer les conciergeries. A l'instar des consignes automatiques, ces conciergeries favorisent la livraison hors domicile. Représentées essentiellement par des initiatives publiques, elles peuvent se situer dans divers endroits : résidence, quartier, bureaux... Le but de ces conciergeries est d'être multiservice mais avec une spécialisation dans la réception de colis. Elles

viennent compléter les réseaux de point-relais et de consignes en mettant en avant un côté plus humain grâce à la présence de personnel à disposition pour diverses tâches. A Toulouse, nous pouvons évoquer la conciergerie Allo Bernard, réalisant de nombreux services, dont la réception de colis.

De la même manière, il existe des *conciergeries mobiles* permettant de s'adapter de plus en plus aux besoins. Ainsi, il serait intéressant de proposer davantage ce système sur la métropole en mettant ces conciergeries mobiles à disposition lors de marchés ou autres évènements hebdomadaires. Ceci permettrait à la fois aux messagers de ne plus se préoccuper de la présence des clients, de limiter certains trajets en réunissant en un même point les colis mais aussi de favoriser l'aspect humain et d'échange que ne fournit par une consigne automatique par exemple.

On voit alors de plus en plus se développer ce système de conciergerie et de nombreuses initiatives existent<sup>57</sup>.

### 3.3.1.2 Repenser la ville pour une mixité fonctionnelle

Comme la majorité des villes françaises, Toulouse a connu au long de son développement contemporain une séparation des fonctions urbaines. Or, cela ne convient plus au fonctionnement actuel de la ville. Après tout ce que l'on a mis en exergue, on voit bien que la fonction logistique de la ville se retrouve dans des pôles bien précis situés en périphérie de la ville. Aujourd'hui, les différentes fonctions urbaines doivent être pensées à l'échelle du quartier de manière à permettre une certaine compacité qui minimise les distances déplacement.

Bien entendu, il est important de répondre aux besoins de logement dans le cœur de l'agglomération mais au lieu de ne penser qu'à l'aspect habitation, il est nécessaire dans notre société de consommation actuelle de penser à aménager avec cela des équipements logistiques. En effet, la cohabitation d'activités logistiques avec d'autres fonctions urbaines est possible mais il est nécessaire d'identifier les contraintes liées à chacune. Ce n'est pas un aménagement ou une réhabilitation à appliquer à chaque quartier ; il est nécessaire d'étudier au cas par cas l'intégration d'activités logistiques, en fonction du lieu et de son positionnement dans l'agglomération.

*C'est pourquoi, il semble nécessaire d'évaluer dans l'étude d'impact de toute opération d'aménagement les flux de marchandises qui seront générés par le site et déterminer en conséquence la surface à réserver à la logistique dans l'opération. Nous n'avons cessé de le répéter :*

---

<sup>57</sup> Le point-relais, outil logistique au cœur de la fabrique urbaine : constats, évolutions et perspectives. Le cas de la métropole toulousaine. Laureline Angot, p 82.

la logistique urbaine, et le transport de messagerie est un facteur de dynamisme pour les villes. Or, les riverains, premiers utilisateurs de ce service, se plaignent des désagréments engendrés par ce TMV. Il semble d'ores et déjà primordial de *lancer des actions de communication permettant de mieux faire comprendre aux citoyens (particuliers et professionnels) et à leurs élus la nécessité et les enjeux des activités logistique en milieu urbain.*

### 3.3.1.3 Les livraisons de nuit

#### A. Modifier le code du Commerce

La charte livraison entoure bien la distribution urbaine de part, à la fois, un type de motorisation à respecter, mais surtout des horaires à ne pas dépasser. Avec ces contraintes imposées, les transporteurs doivent s'adapter aux exigences de leurs clients en termes d'horaires de livraison et s'organiser afin d'éviter les heures de pointe – quasi inévitable - sur la rocade et à l'intérieur de la ville. Afin de laisser la place aux autres utilisateurs de la voirie, il est intéressant de penser à la livraison de nuit. La charte autorise l'utilisation du réseau du centre-ville à tout type de véhicule la nuit mais le Code du Commerce stipule que l'acte de livraison doit se faire en présence du destinataire de la marchandise. Cependant, les commerces du centre-ville n'ouvrent pas avant 9 heures ou 10 heures, ce qui restreint les livraisons. Et cela touche de plein fouet les transports de messageries. En effet, un magasin d'alimentation par exemple, aura toujours un réceptionniste disponible. Mais lorsqu'un petit magasin se fera livrer de la marchandise via le transport de messagerie, personne ne sera présent la nuit mais à l'heure d'ouverture de ce magasin. Pour parer à cela *il faudrait peut-être modifier le Code du Commerce afin de faciliter les livraisons en dehors des heures de présence du destinataire.* Malheureusement, une telle mesure n'est pas du ressort de la collectivité mais de l'Etat.

S'ajoute à cela les nuisances engendrées par le transport de marchandise qui empêchent cette livraison nocturne. Pourtant, la livraison de nuit permettrait de laisser le réseau libre la journée. Pour cela, plusieurs choses sont à étudier, comme la *possibilité d'aménager des sas dans les commerces pour des livraisons en dehors de présence du personnel* et *sensibiliser les commerçants au fonctionnement du dernier maillon afin de leur faire prendre conscience de leurs possibilités d'action dans l'amélioration du processus de livraison.*

## B. Le label Certibruit

Pour ce qui est des nuisances provoquées par la livraison, notamment la pollution sonore, il existe un label « *livraison de nuit respectueuses des riverains et de l'environnement* » reconnu par les villes de Paris, Lyon, Marseille, Nice, Bordeaux et Nantes.

### Zoom sur le label Certibruit

L'association Certibruit, créée en 2012, gère au quotidien la labellisation de commerces en centre-ville qui ont décidé de se faire livrer la nuit. Elle met en œuvre un système d'évaluation et de surveillance du bruit généré par ces activités. Elle propose ainsi aux acteurs de la logistique urbaine, de la distribution ainsi qu'aux collectivités locales un label permettant de valoriser les efforts entrepris en matière de livraisons silencieuses de nuit et de limitation du transport de marchandise de jour.



Figure 38: Logo de label et de l'association Certibruit

L'objectif de cette labellisation est de permettre une maîtrise des émissions sonores lors des livraisons de nuit. Créé avec les acteurs de la logistique urbaine et les collectivités, ce label est reconnu également au niveau national par les pouvoirs publics ; et l'association Certibruit compte notamment dans ses membres des représentants d'experts du bruit, de l'environnement, de la distribution (Association Perifem, Casino...), de la logistique (Cluster logistique Rhône-Alpes) et du transport (FNTR...).

Le label Certibruit impose des investissements réalistes mais non négligeables : adaptation des surfaces de vente, interface avec les services en charge de la voirie, renouvellement des engins de transport et de maintenance pour se conformer aux normes anti-bruit, formation de personnel...



*Il serait intéressant d'intégrer cette charte à la ville de Toulouse et de communiquer dessus. Malgré tous ces avantages, cette charte semble difficile à établir pour les entreprises de messagerie car la livraison s'effectue à tout type de magasin, et hormis les magasins de grandes distributions (Monoprix, Carrefour etc...) qui se font livrer par leur propre maison mère, aucun autre magasin (habillement, décoration etc...) ne sera ouvert de nuit.*

*Cependant, c'est une charte à approfondir pour tout ce qui concerne le TMV en général et de la livraison nocturne.*

### 3.3.1.4 Optimisation des aires de livraison

#### *A. Opérer un bilan complet des aires de livraisons*

Outre le respect des horaires de livraison pour s'adapter à la charte mais aussi aux contraintes des clients, il reste toujours le problème pour le chauffeur-livreur de pouvoir arrêter son véhicule sur une aire située à proximité de l'établissement à livrer. Cependant, comme nous l'a évoqué l'ensemble des acteurs rencontrés lors de ce stage, le manque d'aires de livraisons et leur occupation par du stationnement illégal sont les deux principaux problèmes.

Pour avoir une circulation et un fonctionnement optimal, il est nécessaire que le déchargement des marchandises puisse se faire de manière aisée et rapide, en assurant la sécurité des biens et des personnes, et sans perturber l'écoulement du trafic. C'est d'ailleurs, à la base, l'objectif des aires de livraison car elles se situent certes sur voirie, mais hors voies de circulation. C'est l'un des outils de livraison les plus utilisés dans une agglomération. Mais la législation actuelle ne garantit pas la disponibilité permanente de ces aires. En effet, selon l'article R. 110-2 du Code de la route, les aires de livraison servent à l'arrêt<sup>58</sup> de tout véhicule, utilitaire ou particulier. Par conséquent, la voirie publique étant un espace très convoité, les aires de livraison deviennent une variable d'ajustement entre ses différents utilisateurs et remplissent mal leur fonction première. Les chauffeurs-livreurs sont souvent amenés à s'arrêter sur une voie de circulation pour pouvoir livrer, ce qui peut conduire à une congestion localisée. Voilà pourquoi, *il semble nécessaire d'opérer un bilan complet des aires de livraisons dans le cœur de l'agglomération afin de proposer une meilleure localisation et un aménagement optimal des aires.*

---

<sup>58</sup> Selon le Code de la route, l'arrêt se distingue du stationnement et correspond à l'immobilisation momentanée d'un véhicule durant le temps nécessaire à la montée ou la descente de personnes ou au chargement / déchargement du véhicule, le conducteur restant aux commandes de celui-ci ou à proximité pour pouvoir, le cas échéant, le déplacer.

### *B. Systèmes alternatifs*

De même, ne serait-il pas envisageable d'adopter un système alternatif quant aux espaces de livraison. L'idée serait de multiplier leur usage, et, au lieu de les utiliser exclusivement à la livraison, il conviendrait de les affecter à tout usage mais de façon contrôlée en fonction de la journée. Certaines agglomérations en Europe ont adopté ce genre de système alternatif. C'est le cas de Londres, où les voiries sont affectées sur une longueur significative et en fonction de l'heure de la journée, à un type d'utilisation en particulier. Des linéaires de livraison sont donc réservés sur certaines plages horaires, augmentant les chances pour des chauffeurs-livreurs de pouvoir s'arrêter au plus près du destinataire de la marchandise, sans gêner la circulation.

A Barcelone, depuis 1999, les voies latérales de cinq grands boulevard de la ville à forte activité économique sont réservées à un triple usage : au stationnement résidentiel durant la nuit (21h – 8h), aux livraisons pendant la journée (10h – 17h) en dehors des heures de pointe, et à la circulation automobile aux heures de pointe (8h – 10h et 17h – 21h). Le changement de réglementation est signalé par des panneaux à messages variables et un système de balises déporte le trafic automobile pour libérer la voie aux activités d'arrêts et de stationnement.

Avant d'implanter cela directement en centre-ville, *il conviendrait d'expérimenter ces systèmes alternatifs dans les communes volontaires*. Cependant, il ne faut pas oublier que Toulouse est une très vieille ville ce qui signifie que les rues sont étroites. *Il est donc nécessaire d'étudier au mieux le système à mettre en place tout en respectant cette contrainte d'espace*.

### *C. Former les forces de l'ordre*

L'une des raisons de ce manque d'aires de livraison disponible est un système de contrôle peu efficace. Un contrôle fréquent et régulier de l'occupation des aires de livraison, assortie de sanctions significatives vis-à-vis des utilisations abusives par les particuliers notamment sont les conditions d'un bon fonctionnement du système. Ce défaut de fonctionnement a d'ailleurs été soulevé à plusieurs reprises lors de nos entretiens, les messagers jugeant les forces de l'ordre trop sévères contre les livreurs mais pas assez contre les particuliers.

La métropole détenant le pouvoir de police, nous pouvons tenter de trouver des solutions quand à ces problèmes liés aux forces de l'ordre. Prenons par exemple la ville de Barcelone qui a mis en place une équipe de 40 surveillants en scooter qui sont chargés de contrôler spécifiquement les aires de livraison dans le centre de la ville.

Dans tous les cas, *une formation auprès de la police municipale semble être une action nécessaire pour permettre de renforcer les dispositifs de contrôle de l'utilisation des aires de livraisons.* Parallèlement, *il pourrait être judicieux de redéfinir les montants des amendes dans le but de les rendre plus dissuasives.* Et ceci s'applique à la fois pour l'utilisation illicite des aires de livraisons mais aussi au type de motorisation imposés par la charte livraison en place actuellement.

### 3.3.2 Répondre à la collectivité

#### 3.3.2.1 Quid de la mutualisation ?

Question essentiellement dans la logistique urbaine. Répondre aux questions posées par la mutualisation permettrait de répondre aux intérêts de la métropole et ce, en ayant des répercussions positives – si cela est envisageable – sur l'engorgement du réseau, les nuisances, etc. Cependant, la mutualisation apporte avec elle son lot de question notamment sur l'aspect juridique et concurrentiel.

##### *A. Mutualisation du transport*

La mutualisation du transport consiste à massifier les flux de plusieurs entreprises d'une même région pour réduire les coûts de transport et étendre leur rayon de distribution à destination de clients communs. Du fait de l'éloignement géographique des marchés, de l'augmentation des coûts de transport et du fractionnement des commandes, les entreprises assistent à l'augmentation de leurs coûts logistiques et à l'érosion de leurs marges. Pour parer à ces effets négatifs, certaines entreprises tentent d'adopter la mutualisation logistique. Réduisant à la fois les coûts mais aussi les impacts néfastes en tout genre engendrés par le TMV, cette solution semble pertinente. Nous avons donc posé la question de la mutualisation lors de nos entretiens pour savoir s'ils avaient recours à cette dernière ou s'ils en étaient favorables.

Ainsi, les résultats sont en demi-teinte. D'un côté on observe des partisans de la mutualisation comme DHL qui fonctionne de la sorte avec Chronopost pour les enlèvements et les livraisons. Ce recours est opéré lorsque l'un ou l'autre est surchargé. Ici, la mutualisation des moyens a même lieu puisque le livreur a un scan qui fonctionne entre DHL et Chronopost.

A l'inverse on a des opposants à cette mutualisation insistant sur sa difficile mise en place.

*« C'est ultra difficile et tous les transporteurs vous le diront. Déjà on a les contraintes des donneurs d'ordre. Ça voudrait dire que si on devait mutualiser avec quelqu'un, ce quelqu'un devrait prendre en compte les contraintes de chaque donneur d'ordre qui sont les expéditeurs. La deuxième chose : comment on gère les souffrances ? Est-ce que c'est de la responsabilité d'UPS ou de celui qui fait la mutualité ? Si un colis est cassé, à quel endroit il a été cassé ? Y a tous ces problèmes de SAV, de preuve de livraison. Chronopost ou DHL ils ne vont pas avoir les mêmes systèmes de livraison qu'UPS. »*

Acteur rencontré lors des entretiens

La mutualisation du transport est un réel enjeu dans la logistique mais elle est toujours plus difficile à mettre en place pour le transport de messagerie. En effet, la concurrence accrue de ce secteur est responsable, parfois, d'une volonté d'indépendance de la part des acteurs. Ils refuseront de « faire équipe » avec des partenaires (pour ne pas dire concurrents). Il est vrai cependant que des questions de priorité de livraison et de SAV peuvent se poser, favorisant le caractère inextricable de la mutualisation.

Pour que cette rationalisation ait lieu, il faut des sacrifices de la part des acteurs et c'est ici que la difficulté a lieu car même si cela est envisageable pour certains messagers et expressistes possédant, notamment, le même matériel, d'autres ne feront pas de leur priorité une telle mesure.

### *B. Les espaces logistiques urbains*

Autre envie pour les collectivités territoriales, et surtout les grandes agglomérations : les espaces logistiques urbains.

Ces ELU « sont des interfaces permettant de faciliter les relations entre les envois et les réceptions, entre la voirie et le lieu d'exploitation, entre la ville et sa périphérie plus ou moins lointaine.<sup>59</sup> ». Utilisé comme points de rupture de charge, ils sont destinés à optimiser la livraison des marchandises en ville. Ils sont composés de plusieurs groupes dont les objectifs, les fonctions et les rayons d'action diffèrent :

---

<sup>59</sup> Daniel Boudouin, *Guide méthodologique, Les espaces logistiques urbains*, La documentation française, Paris, 2006.

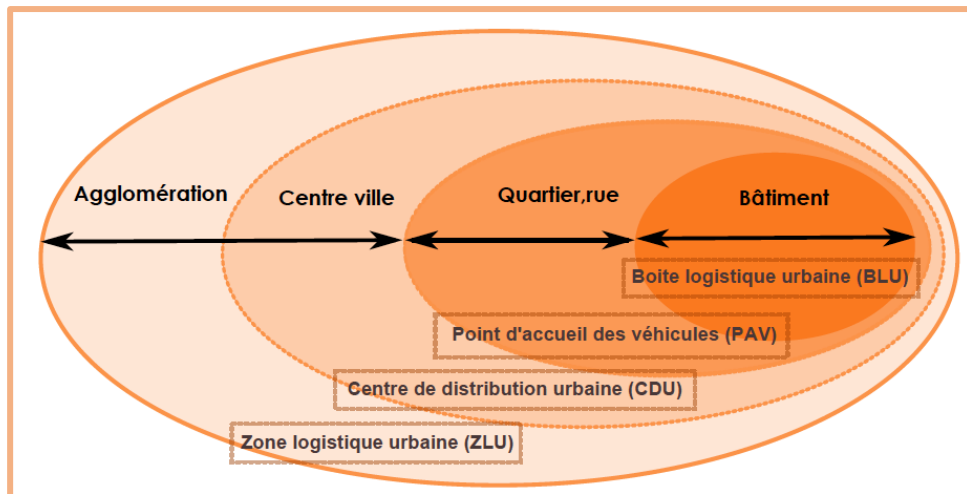


Figure 39: Echelles d'actions des différents ELU. Réalisation: Camille PAGNY

La ZLU concerne un vaste espace de la ville et offre de multiples services avec mutualisation des moyens techniques. Le CDU quant à lui, touche un périmètre plus restreint, souvent l'hyper-centre, un centre historique (comme c'est le cas à La Rochelle) pour la rationalisation des parcours de livraison. Le PAV et le PAM (Plan d'accueil des marchandises) vont servir à faciliter la livraison des derniers mètres. Se situant à l'échelle du quartier, l'un va permettre de mettre à disposition des places réservées et sécurisées à disposition des transporteurs, l'autre va permettre d'utiliser un point de dépôt des marchandises en l'absence des clients qui viendront par la suite les récupérer. Enfin, la BLU est la consigne automatique que nous avons déjà abordée.

Malheureusement, de nombreux ELU ont été lancés en Europe mais sans réel succès. Du coup, les villes tentent de développer des expérimentations avec des ELU mieux adaptés aux besoins. On a déjà abordé les consignes et les points relais, initiés par des entreprises privées, mais un certain nombre d'initiative ont été soutenues par les collectivités locales ou par des programmes européens. C'est le cas notamment de la mise en place d'un « hôtel logistique » à Bruxelles. Cet « hôtel logistique » consiste en l'accueil de fonctions et de services périphérique à la logistique, l'objectif étant d'assurer la rentabilité économique (foncier, immobilier, distribution des marchandises) et de minimiser les nuisances environnementales. Cependant, alors que le projet devait démarrer, il a été abandonné en 2009 car la municipalité a subitement changé d'avis. Mais un projet identique est en train de sortir de terre, porté par la ville de Paris et Egis. Il s'agit de l'hôtel logistique urbain de Chapelle International. D'une surface de 40 000m<sup>2</sup> et 400m de longueur, la répartition des activités sera la suivante :

- Sous-sol : grande enseigne spécialisée dans le commerce de gros.
- Rez-de-chaussée : activité logistique
- Premier étage : bureaux

- Toiture : terrain de sport et espace vert dédié à l'agriculture urbaine

Livré dans les jours à venir, étudier son fonctionnement semble être intéressant afin qu'une agglomération comme Toulouse puisse se faire une idée du type d'ELU qu'elle souhaiterait mettre en place. A l'heure actuelle, Toulouse Métropole est à la recherche d'un local conséquent pour mettre en œuvre un ELU cependant entre les prix, la surface et la localisation, cette recherche n'est pas aisée. Dans tous les cas, il est nécessaire de comprendre ce qu'il se passe dans les agglomérations européennes pour s'en inspirer mais il faut assimiler que **chaque ville doit mettre en place sa propre initiative.**

Malgré ces expérimentations, il reste tout de même obligatoire *d'encourager des opérations d'aménagement qui permettent le développement d'un immobilier logistique intégré, accueillant les flux de plusieurs transporteurs en minimisant les nuisances.*

### *C. Les plateformes collaboratives*

Nous abordons ici un sujet sensible du transport de marchandise. Ces plates-formes, relativement récente, permettent de mettre en relation, via le web, des fournisseurs de transport routier et des clients. Représentées par Chronotruck, Convargo, Fretlink, et plus récemment Uber Freight, elles proposent un service gratuit pour le transporteur et lui promettent davantage de revenus et une amélioration de sa trésorerie. De plus, elles répondraient aux arguments de l'écologie en permettant des voyages de moins en moins à vide. Malgré cela, des organisations comme l'OTRE (Organisation des transporteurs routiers européens) se méfient et s'opposent à ces nouveaux acteurs. La crainte de ces organisations est dans un premier temps la perte de leur portefeuille de clients. Enfin une telle « ubérisation » engendrerait une « *possible disparition du pavillon français* <sup>60</sup> » avec le pratique prix toujours plus bas et la disparition des commissionnaires de transports comme nous les connaissons actuellement.

Cependant, une fois ce système maîtrisé, il évite ces inconvénients. En effet, Chronotruck, adhérent au SNTL, à TLF et à la FNTR, a recours à des services de professionnels. Il est vrai que si c'est le service de particulier qui est utilisé, on rentre vite dans une concurrence déloyale.

Au final, ce système peut devenir très compétitif et peut être utile à l'agglomération en supprimant les charges à vide et donc en rationalisant les transports. Mais aussi en limitant l'impact négatif sur l'environnement tout en dépensant moins.

---

<sup>60</sup> Jean-Marc Rivera, secrétaire général adjoint de l'OTRE. L'Antenne, 17 Mars 2017.

#### *D. La bourse au fret*

Dans le même principe que ces plates-formes collaboratives, on peut citer les bourses au fret. C'est un outil d'exploitation informatique qui permet une confrontation entre l'offre et la demande de transport. Même principe que précédemment, le but est de mettre en relation dans un espace commun, à savoir ici Toulouse Métropole, un affréteur et un transporteur : l'affréteur cherche à minimiser son coût de transport, le transporteur cherche à diminuer la charge à vide. La bourse au fret est une sorte de place de marché sur internet qui permet au transporteur d'optimiser son parc de camions en limitant les voyages à vide ou chargement incomplet. Un tel système semble intéressant pour le TMV. La messagerie n'en est pas de reste étant donné le pourcentage de remplissage des camions rarement à 100%. Cependant, pour la mise en place d'une bourse au fret, il faut préciser la nature de la charge : palettes ou colis.

*Expérimenter une bourse au fret d'initiative publique semble pertinent pour l'agglomération toulousaine.*

#### 3.3.2.2 Répondre aux enjeux environnementaux

Facteur au cœur des préoccupations de la collectivité, l'environnement est une notion qu'il est nécessaire de respecter. Lorsque l'on parle de transport de marchandise, on pense forcément à l'impact environnemental. Les collectivités l'ont bien compris et les entreprises se mettent à faire des efforts pour s'aligner dans le respect de celui-ci.

Explorons différentes solutions allant dans ce sens que sont les énergies renouvelables, véritable course à l'innovation, et le report modal.

#### *A. Quid des énergies renouvelables ?*

Certains acteurs enquêtés possèdent une partie de leur flotte en électrique. Cette question de la motorisation est pour beaucoup au cœur de leur stratégie d'avenir. Cependant, hormis Altern'mobil, aucune entreprise n'a de flotte 100% écologique.

Deux écoles se rencontrent ici, d'un côté ceux qui veulent l'électrique et de l'autre ceux roulant au GNV. Le GNV a d'ailleurs été introduit dans les restrictions de la charte. Cela permet de favoriser une transition progressive entre le thermique et l'électrique. Des entreprises comme MTM vont d'ailleurs se mettre au GNV grâce à la construction d'une station à Fondeyre<sup>61</sup>. Si le GNV est si

---

<sup>61</sup> Résultant de l'initiative d'acteurs privés, une station de GNV devrait voir le jour fin 2017. Elle associe les Transports Doumen (24), SDTL (31), Rives DiConstanzo (31), SAS Poux (31), MTM (31), Bergès (31)...

important c'est que l'électrique n'est pas en mesure de fournir l'ensemble des véhicules nécessaires pour le transport de messagerie. S'ajoute à cela un prix variant du simple au double, voire au triple.

Faisons un point sur le transport de marchandises et les émissions de GES. Les livraisons se font pour une très grande partie en VUL, qui émettent proportionnellement beaucoup plus de GES à la tonne-km que les poids lourds.

Un semi-remorque transporte proportionnellement près de 20 fois plus de marchandise qu'un VUL, pour une surface 7 fois plus importante au maximum<sup>62</sup>. Schématiquement, l'utilisation de véhicule grand gabarit est donc plus vertueuse en termes d'occupation de l'espace et de rejets polluants. D'autre part, le parc de petits véhicules est plus ancien que celui des poids lourds et donc plus polluant. Néanmoins, les véhicules de petites tailles sont mieux adaptés pour les livraisons. L'enjeu est alors à la fois de raccourcir les distances parcourues pour le dernier maillon et d'améliorer les performances énergétiques des VUL.

Pour changer la donne, il est nécessaire de continuer à inciter les entreprises à renouveler leur parc auto. Cela passe notamment par un contrôle plus sévère lors des livraisons hors horaires imposées par la charte.

L'idée du GNV est bonne puisque il permet de réduire les rejets de substance nocives avec une empreinte carbone quasiment nulle avec l'utilisation renouvelable du GNV : le biométhane. Cependant, le nombre de stations d'avitaillement reste très limité.

Pour ce qui est de l'électrique, cela semble être la solution adéquat pour le transport urbain et le dernier kilomètre car il n'y a aucun rejet de gaz polluant et aucune pollution sonore. Mais ici les inconvénients sont multiples à savoir la faible autonomie, la faible capacité de charge, un cout d'acquisition beaucoup trop élevé et, comme le gaz, il y a peu de points de recharge. *Pour favoriser cette motorisation il faudrait que Toulouse Métropole continue à développer son réseau de borne électrique, et pourquoi ne pas l'adapter aux PAV.* Avec de tel dispositif, les entreprises pourraient être moins réticents à l'utilisation de l'électrique en mettant en avant l'argument de l'autonomie. Malgré tout, cela n'empêche pas le temps de recharge trop élevé (comme son prix) qui en fait encore un marché de niche.

Alors pourquoi ne pas penser à l'hybride ? Il semble être une motorisation plutôt adaptée aux zones urbaines. Il permet d'associer plusieurs types de moteurs : pour les véhicules utilitaires léger,

---

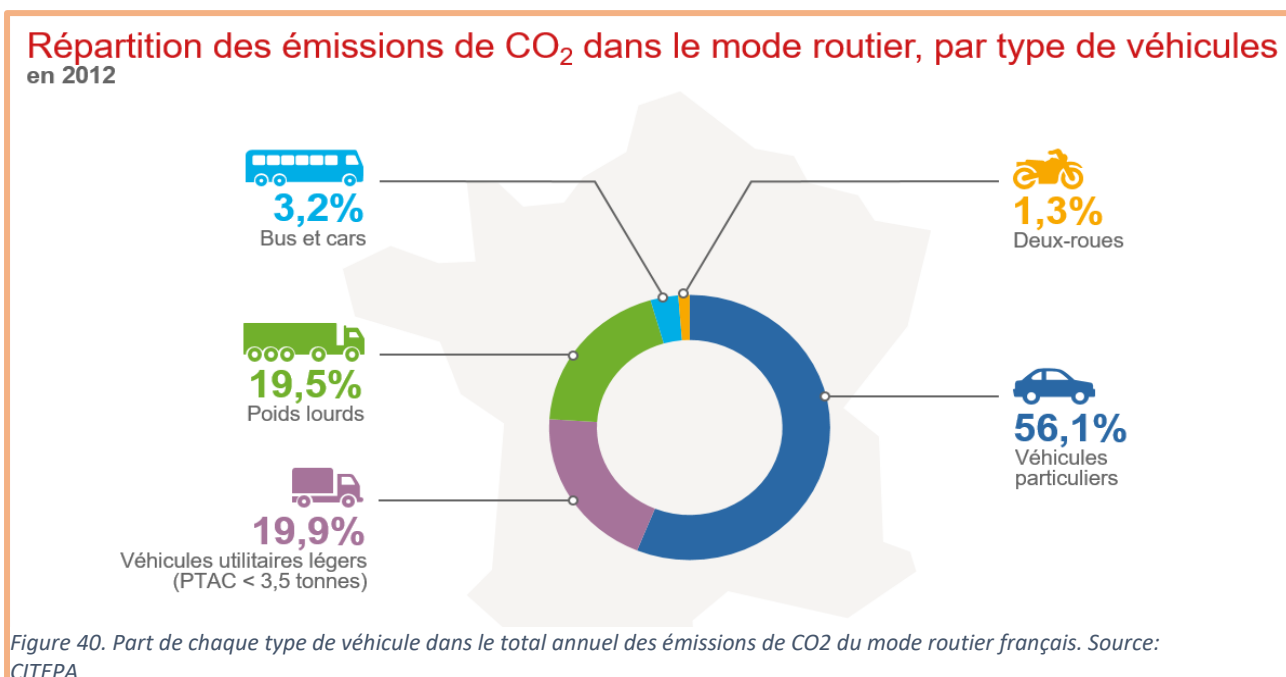
<sup>62</sup> Les VUL les plus petits ont une surface d'environ 6 m<sup>2</sup> et les poids lourds pouvant circuler en espace urbain, font au maximum 43 m<sup>2</sup>.



l'hybridation existe en diesel/électrique, en essence/électrique et en essence/GNV. D'ailleurs lors de nos entretiens nous avons abordé la question de l'hybride et beaucoup n'ont pas su expliquer pourquoi l'hybride ne se retrouvait pas dans la charte livraison. Il permet une baisse de la consommation du carburant et de récupérer l'énergie au freinage. Le véhicule roule en mode 100% électrique entre 0 et 20km/h, ce qui permet de diminuer la consommation de carburant de l'ordre de 20%. Les batteries de traction fonctionnent en autonomie et n'ont pas besoin d'être rechargées. S'ajoute à cela une plus grande autonomie électrique (250km). Malgré ces points forts, précisons que l'offre des constructeurs reste faible. Mais avec la croissance du marché, cette offre pourrait néanmoins se développer. Egalement, une telle motorisation représente un surcoût à l'achat, mais il en est de même pour le GNV et l'électrique (plus important même).

Chaque motorisation pose son lot d'atouts et d'inconvénients, cependant il est nécessaire de se poser la question sur ces alternatives. D'ailleurs chaque acteur public comme privé se pose cette question. Elle est essentielle et centrale pour aller dans le sens d'un TMV qui rejettera de moins en moins de gaz polluants. Il existe d'autres carburants alternatifs comme le bioéthanol, le biodiesel et l'hydrogène. Tous ces modes alternatifs vont jouer un rôle très important dans les années à venir et *l'agglomération toulousaine va devoir choisir, comme elle l'a fait pour le GNV, la méthode la mieux adaptée à son réseau.*

Malgré tout, le transport de marchandise en ville est polluant, mais l'utilisation de véhicule qui pollue le plus reste celle des particuliers.



Même si les transporteurs tentent de faire des efforts, cette question se doit d'être posée par l'ensemble des usagers de la route.

## B. Le report modal

La question du report modal se pose dans le monde entier mais diffère en fonction des villes. Il peut parfois être une alternative complémentaire de la distribution traditionnelle.

### *Point définition*

*« Le report modal est l'action de remplacer un mode de transport saturé par un autre pour décongestionner le premier. Le report modal permet ainsi de limiter le transport de marchandise massifiée en tout route pour les transférer sur le rail ou la barge ».*

[www.greenmodal.eu](http://www.greenmodal.eu)

Son but est donc multiple : alléger le réseau routier et diminuer les émissions de CO2 émises par le secteur des transports.

Si chaque ville peut posséder son propre réseau de report modal, quels seraient les modes alternatifs toulousains ?

Nous penserons dans un premier temps au réseau de voies ferrées. Celui-ci semble intéressant car il traverse l'agglomération de part en part. En effet il passe au Nord au niveau des zones d'activités le long de l'A20, zone importante dans le transport de marchandise. D'ailleurs, une gare de fret est présente à Lespinasse. Ensuite, il descend vers le Sud et passe par la gare Raynal en centre-ville. Un permis de démolir a été déposé par la SNCF afin de détruire la Halle Calberson pour y implanter une base de logistique urbaine de 500m<sup>2</sup>, 1000 à 1500m<sup>2</sup> étant disponible pour extension ou si plusieurs acteurs logistiques souhaitent s'y implanter. Ce mode de distribution peut sérieusement être envisagé. Mais il reste à voir comment va se dérouler la requalification urbaine autour de la gare Matabiau et l'arrivée de la LGV en 2024.

Le deuxième mode que nous pouvons citer est celui de la voie fluviale. Toulouse Métropole a la chance d'être traversée, à l'instar du réseau ferrée, par le Canal du Midi (et canal latéral à la Garonne) et par la Garonne ce qui fait deux cours d'eau majeurs. Qu'en est-il pour la livraison de colis par voie fluviale ? A Paris l'expérimentation a eu lieu. Ainsi, Franprix livrent tous les jours ses magasins à l'aide de péniche sur la Seine. Mais une série de questions nous taraude : est-ce rentable ? N'est pas simplement une initiative pour leur image ? Et plus important en ce qui nous concerne : ce modèle est-il applicable à la métropole toulousaine ? A cette dernière question, on en ressort mitigé. En effet que ça soit le canal ou la Garonne, les deux possèdent plusieurs cassures dans leur réseau. D'un côté nous retrouvons plusieurs écluses le long du canal empêchant un rendement positif dû à la lenteur du passage, et de l'autre nous avons la Garonne et ses deux chaussées qui

empêchent la liaison par voie fluviale sur une grande distance. Finalement, même si ces deux voies d'eau semblent intéressantes, elles ne sont, à première vue, pas praticable pour le transport de messagerie pour lequel la rapidité est la notion centrale. En revanche, cela reste à étudier pour le transport de gravas et touristique.



Figure 41: Livraison par Franprix à l'aide de piche. Source: LeParisien

Reste le réseau Tisséo. Pensons ici au métro et au tramway. Si le métro ne semble pas adapté à la distribution de masse importante de colis, le tramway semble utilisable ; et c'est d'ailleurs le cas dans d'autres villes. C'est notamment le cas de Desde (Allemagne), le plus connu, avec son « Cargo-Tram » qui permet l'acheminer des pièces automobiles à l'usine Volkswagen. Plus proche, Saint-Etienne a expérimenté en juillet dernier un système de livraison par tramway, baptisé « TransFret ». Prometteur, il implique néanmoins un grande expertise quant au chargement et au déchargement (deux minute environs). Il permet plusieurs passages dans la journée aux heures creuses. Ce transport de marchandise par tramway semble faisable dans une agglomération comme Toulouse pour ce qui est du transport de messagerie. Cependant il faut nuancer ces propos car le réseau de tramway n'est pas conséquent mais il ne faut pas négliger le fait qu'il passe par l'aéroport, porte aérienne de marchandise et traverse des quartiers comme celui de la Cartoucherie, aujourd'hui peu dense mais voué à une évolution exponentielle. De plus, le terminus de Palais de justice permet un rapprochement conséquent de l'hyper-centre.



Figure 43: CarGo-Tram à Desde.  
Source : Carfree.fr



Figure 42: TramFret à Saint-Etienne,  
lancé par Casino.  
Source:www.linéaires.com

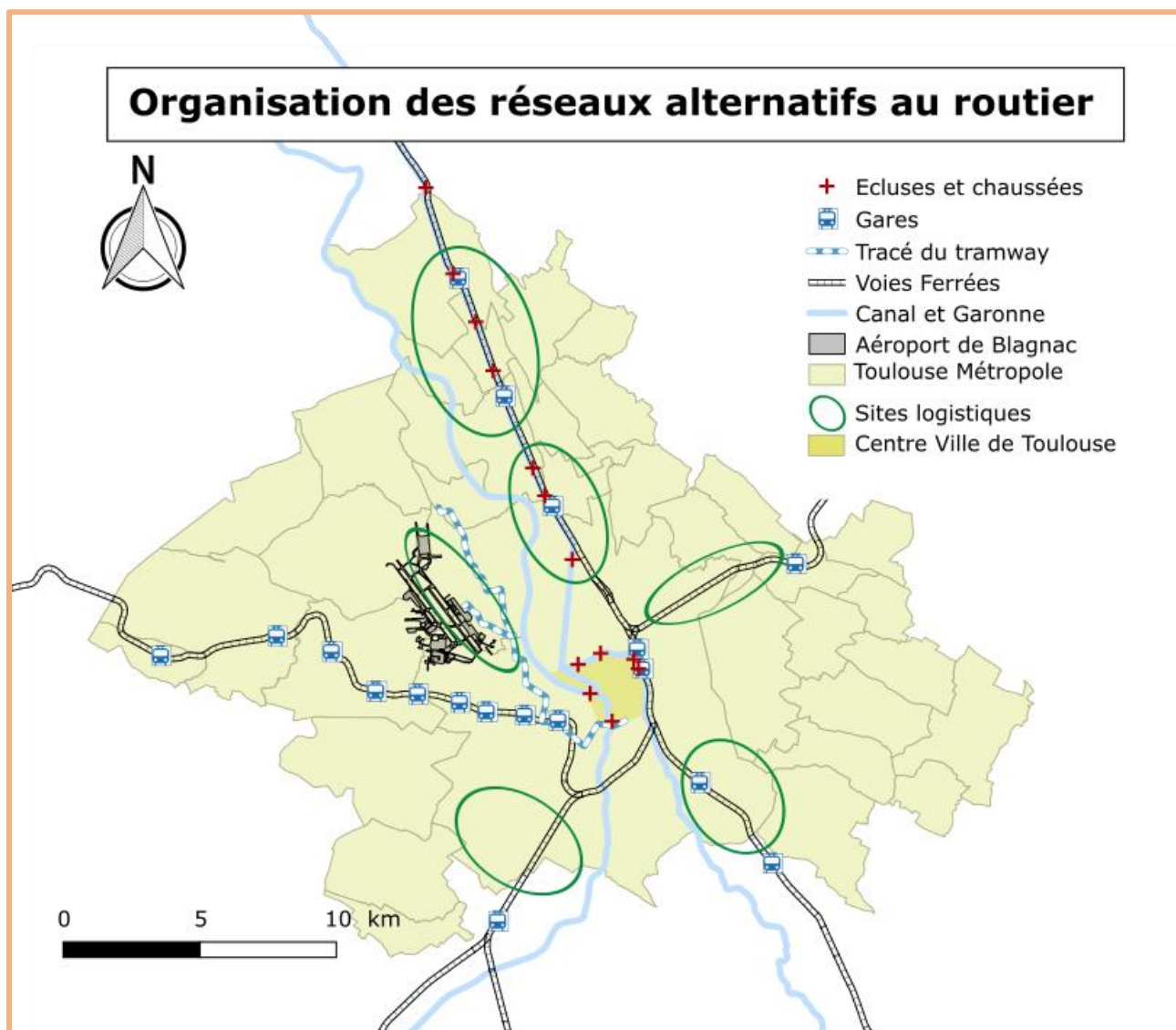


Figure 44: Réseaux alternatifs au routier. Réalisation: Josselin ROUHIER

Au final, pour ce qui est des solutions à apporter aux acteurs du TMV et de la messagerie, elles sont multiples. Mais il est nécessaire que la sphère privée et publique adoptent une démarche de co-construction si elles veulent mettre à bien ces solutions.

Grâce aux entretiens qui ont permis de mettre en exergue les difficultés heurtées, il est ressort diverses initiatives à mettre en œuvre. Même si le sujet principal concerne le transport de messagerie, de manière générale, la majorité des initiatives présentées ici peuvent s'accorder pour l'ensemble du transport de marchandise en ville.

Ce sont donc désormais des clés que nous donnons à la collectivité pour approfondir et adapter à son propre territoire les solutions qu'elle aura jugé meilleures.

# Conclusion

La messagerie, qualifiée comme le parent pauvre du transport de marchandise est un secteur économique à part entière. Contrairement à d'autres types de transport de marchandise, celui-ci ne peut pas être défini par le type de marchandise qu'il transporte puisque son emprise concerne n'importe quel type de produit. En effet, alors que l'alimentaire et le frais concernent des produits éponymes, la messagerie s'occupe d'acheminer des colis allant du simple flyers, au canapé, en passant par des livres, du high-tech, de l'électroménager etc. Si bien qu'au début de cette étude, il a fallu fournir un travail intensif pour comprendre comment pouvait se définir le transport de messagerie : un transport rapide, tout poids, dans lequel règne une forte notion d'engagement, notion qui est, finalement, un pilier de ce secteur économique.

Ce travail, s'inscrivant dans la mise en place d'un Plan de Déplacement Marchandise, montre que la métropole toulousaine prend à cœur les problématiques engendrées par le transport de marchandise en ville. Participant aux nuisances de toute sorte, la messagerie n'en reste pas moins indispensable aux villes. Malgré son importance, c'est un secteur « ingrat » où une certaine inégalité règne entre les différents acteurs privés. Cependant, nous avons vu qu'il était possible de trouver des solutions pour parer certains problèmes rencontrés dans ce secteur. Aussi, la métropole tente, depuis quelques années déjà, de répondre à ces difficultés en mettant en place de nombreux projets dont la charte livraison fait partie intégrante - tout en suivant des évolutions - si bien que ce modèle est pris comme exemple dans beaucoup de métropole française. L'enjeu à terme est de prendre en considération tous les acteurs pour adopter une démarche de co-construction entre sphères privée et sphère publique.

Intrinsèquement lié aux nouveaux modes de consommation, la messagerie se voit évoluer au gré des nouvelles technologies. C'est donc un secteur en perpétuelle évolution qu'il est nécessaire de suivre et d'encadrer. Même si la volonté de ce milieu est de les<sup>63</sup> « laisser tranquille », la collectivité est dans l'obligation de le réglementer. Et ce, dans le but d'avoir un espace public à la fois opérationnel pour les chauffeurs/livreurs mais aussi praticable pour les riverains et autres usagers de la voirie. C'est donc cela que doit régir le PDM et même si cela semble relativement simple dans l'idée, c'est une réelle préoccupation de concilier la sphère publique et privée. Pour cela, ce n'est

---

<sup>63</sup> Les acteurs privés

pas uniquement la voirie qu'il est nécessaire de requalifier mais tout un système régissant la ville. Voilà pourquoi le transport de messagerie, de par son organisation et son fonctionnement, illustre bien les enjeux posés par le transport de marchandise en ville.

Pour finir, même si le TMV représente 15% à 25% de l'utilisation du réseau viaire<sup>64</sup>, il est nécessaire de comprendre que ce n'est pas le seul facteur de congestion. En effet, nombre de personnes utilisent la voiture en auto-soliste. Ici, nous avons tenté de proposer des alternatives pour le transport de messagerie afin de répondre à des enjeux sociétaux, fonctionnels, environnementaux et urbains pour que, in fine, la majorité des problèmes rencontrés par les différents acteurs s'estompe. Cependant, afin d'éviter la congestion de Toulouse Métropole (principal syndrome recensé) et répondre aux enjeux énoncés, ce n'est pas uniquement la logistique du dernier kilomètre qu'il faut réformer. Cette dernière n'est qu'un maillon d'un ensemble, d'un système qu'il faut repenser pour que tous ces dits maillons (sphère publique, générateurs de fret, opérateur de la logistique urbaine) puissent former une chaîne unie qui répondrait parfaitement aux attentes de toutes les parties qui forment la ville.

Mais ce fonctionnement idyllique n'est-il pas une chimère pour tous ceux qui font et participent à la ville ? Existerait-il un unique modèle transposable à toutes les agglomérations ? Il apparaît que chaque ville doit apporter sa propre solution et cette solution est entre les mains des acteurs d'aujourd'hui et de demain.

---

<sup>64</sup> Source : les cahiers scientifiques du transport n°55 – Transport-aménagement-environnement-logistique 2009

# Bibliographie

## *Logistique urbaine*

### Ouvrage

- LIBESKIND.J., *Logistique urbaine les nouveaux modes de consommation et de livraison*. Limoges : FYP éditions, 2015,188p.
- DABLANC, L et FREMONT, A. *La métropole logistique. Le transport de marchandise et le territoire des grandes villes*. Paris : Armand Collin, 2015, 320p.

### Revue, rapports, études

- AUAT., E-commerce, quels impacts pour les villes ?, 2012
- CCI de Paris., Rapport des Messieurs Bruno LAUBARD et Gerard LISSORGUE : La logistique urbaine, fonction vitale pour la métropole parisienne. 2010,65p.
- AdCF., La compétence voirie : un profil juridique en 40 questions-réponses, 2016, 48p.

### Articles

- Guyon, O., Absi N., Feillet, D., Boudouin D., « Planification stratégique pour la logistique urbaine verte ». [Rapport de recherche] EMSE CMP–SFL 2010/6, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Saint Etienne. 2010.
- Arnauné-Clamens AM., « Le développement d'un axe d'industrialisation : la sortie nord de l'agglomération de Toulouse ». *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tome 41, fascicule 3-4, 1970. Pp. 325-345.
- Kerkeni S., « Le centre commercial de gros de Toulouse ». *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, tome 50, fascicule 1, 1979. Commerce. Pp. 43-58.
- Laetitia Dablanç, Michel Savy, Pierre Veltz, Axel Coloz, Muriel Vincent. « Des marchandises dans la ville : un enjeu social, environnementale et économique majeur ». [En ligne] 2017, [Consulté en Juillet 2017], disponible à l'adresse : [tnova.fr](http://tnova.fr)
- ANDRE, F. (2017) Chronotruck donne au transport routier les outils qui lui manque. *L'antenne.com* [En Ligne] 14 Avril 2017. [Consulté en Aout 2017].Disponible sur : [http://www.lantenne.com/Chronotruck-donne-au-transport-routier-les-outils-qui-lui-manquent\\_a36651.html](http://www.lantenne.com/Chronotruck-donne-au-transport-routier-les-outils-qui-lui-manquent_a36651.html)



- Street, H. (2017) Sortir le transport léger de sa marginalité historique, *L'officiel des transporteurs* n°2879 du 12 mai 2017. P7 à 10.

## Mémoires

- Angot L., *Le point-relais, outil logistique au cœur de la fabrique urbaine : constats, évolutions et perspectives. Le cas de la métropole toulousaine*. Mémoire de M2 : Aménagement et Projets de Territoires. Toulouse : Université Toulouse II Jean Jaurès, 2015.
- KOUHA, F.,, *Construire une politique autour de la logistique urbaine dans la métropole toulousaine : étude de fonctionnement des plateformes logistiques de la métropole toulousaine*. Mémoire de M2 : Aménagement et Projets de Territoires. Toulouse : Université Toulouse II Jean Jaurès, 2015.
- Pagny, C., *La logistique urbaine dans l'agglomération toulousaine : états des lieux et propositions pour uen organisation durable du transport de marchandises en ville*. Mémoire de M1 : Aménagement et Projet de Territoires. Toulouse : Université Toulouse II Jean Jaurès, 2015.
- Rey, C., *Les impacts du desserrement des terminaux de fret sur le transport de marchandises en ville, le cas de la métropole toulousaine*. Mémoire de M1 : Aménagement et Projet de Territoires. Toulouse : Université Toulouse II Jean Jaurès, 2015.

## ***Transport de Messagerie :***

### Revues, rapports, études

- CCI de l'Essone, Etude sectorielle : messagerie/fret express, 2004, 79p.

### Articles

- Harnay, P., Cruz, C. et Dablang, L., « La sous-traitance de la messagerie urbaine : logique économique et rapports de dépendance. » [En ligne], 2014,27p. [Consulté en Avril 2017], disponible à l'adresse : <https://halshs.archives-ouvertes.fr>
- Cholez, C., « Compétences spatiales, compétences d'action dans l'espace. La tournée du chauffeurs livreur, Revue d'anthropologie des connaissances » [En Ligne], 2008,25p. [Consulté en Avril 2017], disponible à l'adresse : [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

- Morana, J., Gonzalez-Feliu, J., « La logistique du dernier kilomètre : les défis d'un transport urbain « vert » [En ligne], 2010,11p. [Consulté en Juin 2017], disponible à l'adresse : <https://halshs.archives-ouvertes.fr>
- Ducret, R., « Livraison de colis et logistique urbaine : quelles recompositions de la messagerie en milieu urbain ? » [En ligne] 2012,21p. [Consulté en Mai 2017], disponible à l'adresse : <https://halshs.archives-ouvertes.fr>
- Pole, C., « Messagerie, entre risque et opportunité », [En ligne] 2007,[Consulté en Mars 2017], disponible à l'adresse : [supplychainmagazine.fr](http://supplychainmagazine.fr)
- Bohlinger, P., « Messagerie rapide : vers un nouvel équilibre des forces en France », [En Ligne] 2014, [Consulté en Mars 2017], disponible à l'adresse [www.actu-transport-logistique.fr](http://www.actu-transport-logistique.fr)

## Mémoires

- Ducret, R., Nouvelles organisation de la distribution urbaine des colis sur le dernier kilomètre : innover pour une approche spatiale. Gestion et management. Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris, 2014.

## *Sitographie*

- ADEME : <http://www.ademe.fr> [Consulté en Mars 2017]
- Amazon : <http://www.amazon.fr> [Consulté en Mars 2017]
- CERTU-CEREMA : <http://www.territoires-ville.cerema.fr> [Consulté en Mai 2017]
- Dictionnaire en ligne : <http://www.glossaire-international.com> [Consulté en Aout 2017]
- E commerce mag : <http://www.ecommercemag.fr> [Consulté en Mars 2017]
- FEVAD : <http://www.fevad.com> [Consulté en Mars 2017]
- FNTR : <http://www.fntr.fr/> [Consulté en Mai 2017]
- GTP31 : <https://www.gtp31.com> [Consulté en Mai 2017]
- IFSTAR: <http://www.ifsttar.fr> [Consulté en Avril 2017]
- INSEE : <http://www.insee.fr> [Consulté en Mars 2017]
- Journal du net : <http://www.journaldunet.com> [Consulté en Mars 2017]
- Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire: <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr> [Consulté en Mars 2017]

- Observatoire et statistiques, Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie : <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr> [Consulté en Mars 2017]
- SNTL : <http://sntl.fr> [Consulté en Mai 2017]
- Tisséo : <https://www.tisseo.fr> [Consulté en Avril 2017]
- Toulouse Métropole : <http://www.toulouse-metropole.fr>
- Voxlog : <http://www.voxlog.fr>

# Annexes

Annexe 1 : Mail type envoyé aux acteurs de la messagerie.

Annexe 2 : Questionnaire à destination des acteurs.

Annexe 3 : La Charte livraison 2017 adoptée.

***Annexe 1 : Mail type envoyé aux acteurs de la messagerie.***

Bonjour,

Dans le cadre des réflexions de Toulouse Métropole pour un aménagement de son territoire concerté avec les acteurs de la logistique et du transport de marchandises en ville, je vous sollicite pour une étude - sous la responsabilité de Mickael BERGES de la Direction Mobilité Gestion Réseaux - ayant trait à l'organisation et au fonctionnement du transport express et de messagerie.

Cette étude s'articule autour de l'organisation des flux de marchandises lié à la messagerie. Pour cela, je suis en charge de mener un diagnostic précis sur le sujet et donc récolter des données sur les différentes composantes de votre secteur d'activité.

Le but de cette analyse est de faire coïncider les enjeux et projets de la métropole avec ceux des acteurs du secteur de fret express afin de faciliter le transport de marchandise dans la métropole et d'anticiper ensemble les besoins futurs de développement (identification des contraintes liées aux évolutions du marché, implantations nouvelles, innovations technologiques et organisationnelles,...)

Dans cette optique et en relation avec vos compétences, je vous saurai gré de m'accorder un rendez-vous, selon vos disponibilités.

Cordialement,

Josselin ROUHIER

## Annexe 2 : Questionnaire à destination des acteurs

### L'organisation et le fonctionnement du secteur de la messagerie sur le territoire toulousain Grille d'entretien destinée aux entreprises

Nom : Prénom : Fonction :

#### Identification de l'établissement (à l'attention de l'enquêteur) :

Nom de l'entreprise :  
Adresse :  
Situation par rapport aux grands axes :  
Distance par rapport au centre-ville :  
Vétusté des locaux :  
Site d'implantation (isolé ou pas) :

#### L'entreprise :

- 1- Quel est l'effectif au sein de votre entreprise ?
- 2- Recourez-vous aux services d'intérimaires ou bien de prestataire ?
  - Si oui, combien ? Pour quel(s) lieu(x) ? Pour quel(les) raison(s) ?
- 3- Comment se caractérise votre bassin d'emploi : lieu de résidence des salariés et leur qualification/ formation ?
- 4- Quel est votre turn-over annuel ?

#### Implantation :

- 5- Etes-vous propriétaire ou locataire ?
  - Si locataire, qui est le propriétaire ?
- 6- Votre implantation relève-t-elle d'une offre immobilière logistique ?
  - Professionnelle ou pas ? (Collectivité ?)
- 7- Quel est le type de votre bail ? Durée ?
- 8- Pour quelles raisons avez-vous choisi ce local ?  
Prix  Surface  Localisation   
Autres : ...
- 9- Depuis quand l'occupez-vous ?
  - Le cas échéant, où étaient vos locaux avant ? Et pourquoi avoir changé ?
- 10- Etes-vous satisfait ? Pourquoi ?
- 11- Avez-vous d'autres relations avec les entreprises avoisinantes ? (usage de service commun...)

#### Activité :

- 12- Quels jours de la semaine travaillez-vous ?
- 13- Dans l'ensemble, y-a-t-il des jours ou vous avez plus d'activité que d'autres ? Des périodes de l'année (saisonnalité) ?
- 14- Quel type de marchandises livrez-vous ?
- 15- En moyenne, combien de colis sont livrés par jour ?

16- De quelles tailles sont-ils ?

- Petit : ..... %
- Moyen : ..... %
- + 30 kg : ..... %

○ Dans l'ensemble, cela représente quel volume journalier ?

17- Quels clients livrez-vous en moyenne?

- Entreprises : ..... % Si possible, préciser quels types d'entreprises (restaurants, collectivités, etc.)
- Particuliers : ..... %
- Autres : ..... % (Précisez)

18- Quels types de points livrez-vous ?

- Si possible, faites un pourcentage des typologies (consignes automatiques, points relais, main propre etc...)

19- Combien de camions partent en tournée et à quelles heures ? (Marquer la distinction entre tournée de livraison et ramasse).  
Quand reviennent-ils ?

- Ont-ils des tournées/secteurs attirés ?

20- Les nouveaux modes de consommation, tel que le e-commerce, ont-ils affecté votre activité ?

- Si oui, dans quelles mesures ? (chiffre avant/après essor du e-commerce)

### **Livraison :**

21- Possédez-vous votre propre flotte de véhicules de livraison ?

- Si oui, combien ?
- Avec quel type de véhicules (VUL, PL, électriques, gazole ...) ?

22- Quel est le mode de livraison ? (Trace direct, tournée ...)

23- Quel est, en moyenne, le taux de remplissage des véhicules ?

24- Quel secteur livrez-vous le plus ? (cf. carte)

- Précisez si hors périmètre

25- Vos chauffeurs-livreurs (combien ?) ont-ils des difficultés à accéder au centre-ville ? De quel(s) type(s) ?

26- Quelles sont les principales difficultés à l'intérieur du centre-ville ?

27- Quel est leur temps d'accès moyen ?

28- Combien livrez-vous de points en moyenne par jour et combien de temps passez-vous par points ?

29- Combien de colis par semaine ne sont pas livrés et pour quelles raisons ? Vous arrive-t-il d'avoir des tournées inutiles ?

- Comment sont-ils relivrés ?

30- Quelle perte économique cela représente ?

- 31- Connaissez-vous la charte livraison mis en place en centre-ville ? A-t-elle un impact sur votre organisation ?
- Si oui, dans quelles mesures ?
- 32- Avez-vous pris des mesures en réponses à la mise en place de cette charte ?
- Si oui, lesquelles ?
- 33- Avez-vous pris connaissance du nouveau périmètre de la charte ? (cf. carte)

### **Organisationnel :**

- 34- Avez-vous déjà eu recours à la mutualisation avec d'autres transporteurs, plateformes ?
- Si oui, de quel type et quelles ont été vos motivations ?
  - Si non, pourquoi ? Envisagez-vous d'y recourir ?
- 35- Arrive-t-il un moment où vos véhicules sont à vide ?
- Si oui, à quel moment ?
- 36- Avez-vous des stratégies concernant le respect de l'environnement ? (par exemple pour parer les retours à vide s'il y en a, changer de véhicules...)
- 37- Connaissiez-vous de nouveaux outils urbains de mutualisation, comme les ELU/CDU ?
- Envisagez-vous d'y avoir recours ?
  - Si non, pourquoi ?
- 38- [Pour DO] Envisageriez-vous de passer par un transporteur unique [que] pour le centre-ville ?
- Pourquoi ?
- 39- Avez-vous déjà eu des problèmes avec le personnel ? De même, votre personnel a-t-il déjà eu des problèmes lors de livraisons ? (Vol, insécurité, incivilité ...)
- Si vol, ont-ils lieux avant ou après la tournée ?
  - Quelle est la procédure ?
- 40- Concernant vos technologies et méthodes, comment sont suivis les colis ?
- Quelles sont vos évolutions futures en la matière ?

### **Avantages et inconvénients :**

- 41- Quels sont les compétences à avoir dans de votre activité ?
- 42- Quelles sont les principales contraintes ou dysfonctionnements liés à votre activité ?
- 43- Comment serait-il possible d'y remédier ?
- 44- La collectivité peut-elle jouer un rôle ? De quelle(s) façon(s) ?



**Question ouverte :**

45- Enfin, quelle est votre stratégie d'avenir ? (*Souhaitez-vous vous développer d'avantage sur le territoire ? Changer de local ? Vous rapprocher du centre-ville ? Changer de véhicules ?...*)

## Questions complémentaires à destination des entreprises prestataires

### Donneurs d'ordres :

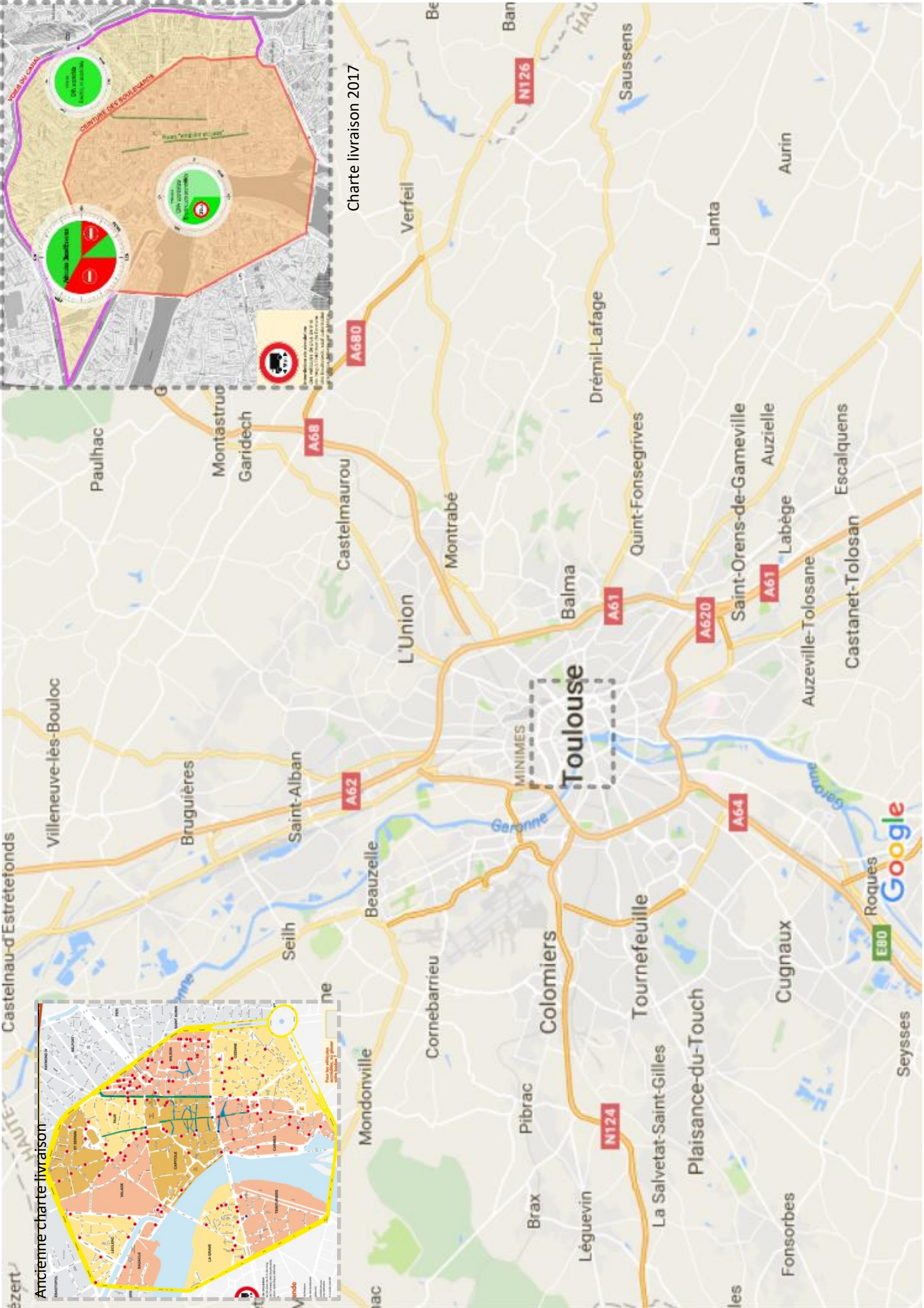
- 46- Qui sont vos donneurs d'ordres ?
- En êtes-vous satisfait ?
- 47- Quelle part représentent-ils respectivement dans votre chiffre d'affaire ?
- 48- Est-ce eux qui fixent les prix de vos prestations ?
- 49- Ce(s) donneur(s) d'ordres possède(nt)-t-il(s) d'autres prestataires ?
- 50- Selon-vous, quelles sont les raisons qui font qu'ils font appel à vous ?
- A l'inverse, quels éléments font qu'ils pourraient être amenés à se passer de vous ?
- 51- Pourquoi avoir choisi cette activité de prestataire ?
- 52- Quels sont les heures de passage en « hors délai » ? arrivez-vous à finir temps ?
- Si non, y-t-il des pénalités appliquées ?

### Employés :

- 53- Quelle est la plage horaire journalière en moyenne de vos employés ?
- 54- Comment s'organise leur journée ?
- 55- Ressentent-ils de la pression ?
- Si oui, quelle en est la cause ?
  - Quelles conséquences pour l'activité et la tournée ?
- 56- Cela a-t-il un impact sur leur travail ?
- Si oui, de quelle façon ?
- 57- Avez-vous un mode de suivi de vos employés ? (Géolocalisation, scan à chaque étape...)
- 58- Votre entreprise est-elle régulièrement victime de vol ?
- Si oui, vol interne ou externe ?

### Question ouverte :

- 59- Lors des livraisons, quelles sont les grandes différences qu'il existe entre les donneurs d'ordre et les prestataires ? (En terme organisationnel, conditions de travail, rythme de la journée...)



### Ancienne charte livraison

Map showing the historical delivery charter area in Toulouse, outlined in red. The area is shaded in light red and contains numerous red dots representing delivery points. A legend in the bottom right corner identifies the symbols and colors used on the map.

Charte livraison 2017

MINIMES  
**Toulouse**



## CHARTRE LIVRAISONS EN CENTRE-VILLE 2017 POUR UNE LOGISTIQUE URBAINE INNOVANTE ET DURABLE

### Introduction

La Ville de Toulouse réunit en son centre une richesse patrimoniale, culturelle et touristique d'exception qui participe du rayonnement de la Métropole à l'échelle nationale et internationale. Le centre-ville accueille également la plus grande concentration d'activités commerciales du territoire métropolitain, ce qui accroît son attractivité au fil des années. Le secteur économique, en forte mutation, doit s'adapter et innover en permanence pour répondre à la fois aux nouvelles demandes de consommation, à une concurrence accrue, au prix du foncier, à l'exigence de réactivité en matière d'approvisionnement et de livraisons de marchandises imposée par l'évolution du marché.

Les actions menées par la Ville de Toulouse et Toulouse Métropole pour améliorer le cadre de vie ont permis d'encourager au mieux ce mouvement, d'une part en se dotant d'un réseau de transports en commun performants, d'autre part en repensant la circulation des biens et des personnes à l'occasion d'une rénovation ambitieuse des rues du centre-ville. Tout cela conduit aujourd'hui à un meilleur partage de l'espace public.

Riche de ce contexte, la ville connaît dans les cœurs de quartiers de fortes évolutions des modes de consommation de ses habitants. L'heure est à un retour de la ville de proximité, où l'ensemble des services et commerces essentiels doivent pouvoir être accessibles en mode alternatif à la voiture. Cette offre commerciale nouvelle se développe et les volumes de marchandises transportées augmentent.

Enfin, dans le même temps, la révolution numérique, la pratique du e-commerce et les nouveaux services de livraisons proposés par les commerces entraînent une augmentation exponentielle du transport de marchandises direct au consommateur.

La demande en transports de biens est donc forte, hétérogène, en plein développement et touche en premier lieu le centre-ville.

Dans ce contexte, une double nécessité incombe à la collectivité avec l'appui des acteurs concernés :

- poursuivre l'amélioration de la qualité de vie des habitants par l'équilibre des usages de la voirie entre les différents modes de transport, par la réduction des nuisances liées aux motorisations du transport routier et par le développement de la vitalité commerciale,

- répondre à la demande croissante du transport de marchandises générée par ce dynamisme économique, en s'adaptant aux contraintes de volumes, en favorisant les actions innovantes qui conduisent à la mutualisation des trafics et à la réduction du nombre d'arrêts livraisons sur voirie.

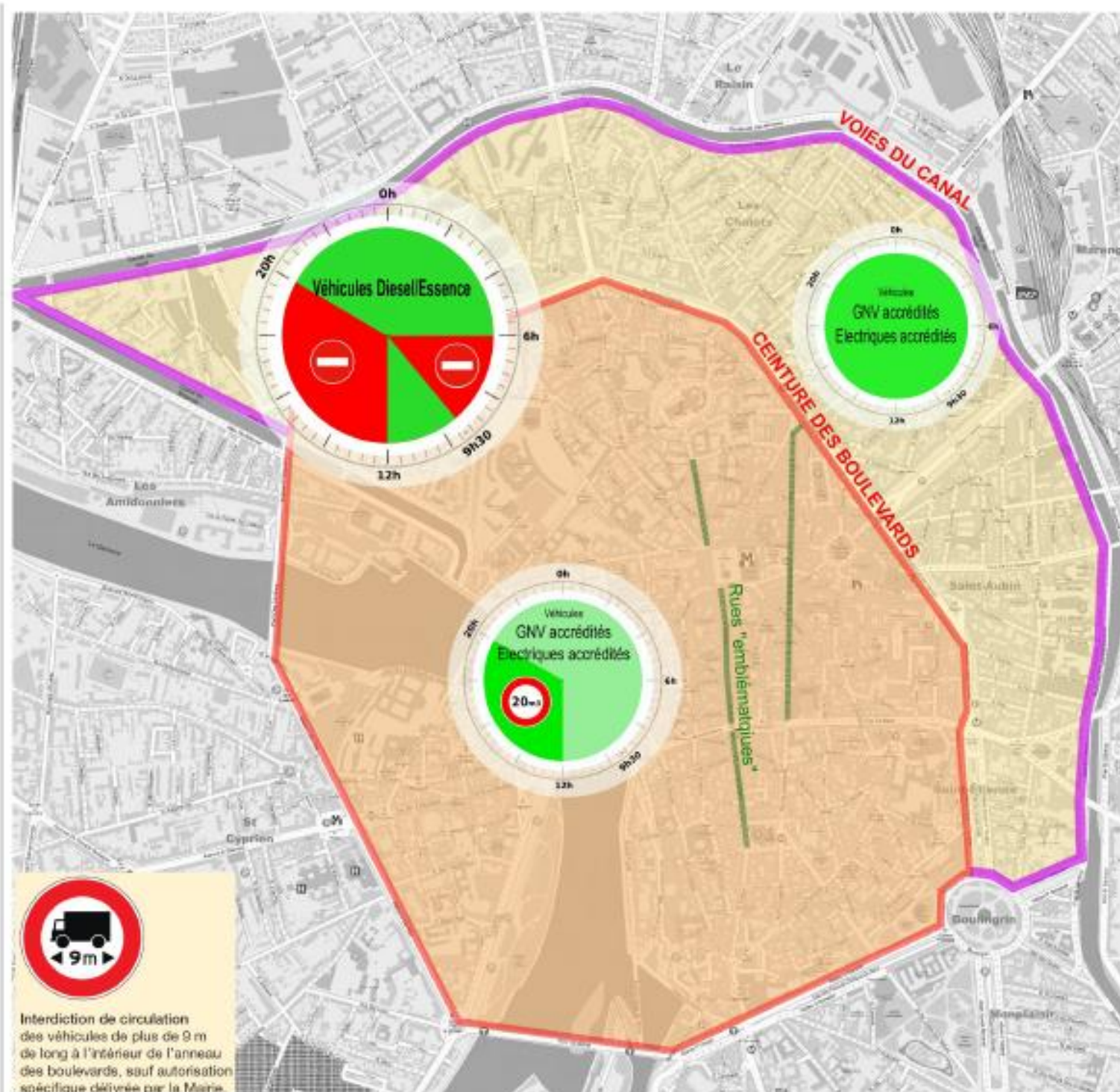
« La Charte de livraisons en centre-ville 2017 pour une logistique urbaine innovante et durable », fruit d'une large concertation entre tous les acteurs impliqués dans la vie logistique de la cité, propose de répondre à ces enjeux. Elle est construite sur le retour d'expérience des réglementations précédentes et sur le partage accru des compétences, contraintes et volontés de chacune des parties au fil des années de concertation. Elle se veut évolutive au fur et à mesure des projets urbains, des innovations logistiques et des évolutions technologiques en matière de motorisations alternatives au diesel.

La Charte de Livraisons en Centre-Ville, délibérée en 2012, connaît donc aujourd'hui une évolution logique qui lui permet de s'adapter aux réalités du marché. Cette évolution s'articule autour de 3 grands axes :

- l'élargissement du périmètre,
- la promotion des véhicules à faibles émissions,
- l'optimisation des flux logistiques et la limitation du trafic routier.

## I. ELARGIR LE PERIMETRE D'APPLICATION DE LA CHARTE

La Charte s'applique aux voies comprises à l'intérieur du périmètre suivant :



Cet élargissement du périmètre, par rapport à la situation antérieure, répond :

- à la valorisation du patrimoine architectural et historique compris entre le Canal du Midi et l'anneau des boulevards,
- aux grands projets de redéfinition des axes qui traversent ou bordent cette zone, dans la continuité du renouvellement du centre-ville et pour un meilleur partage de la voirie,
- à l'amélioration de la qualité de vie des habitants qui vivent une densité urbaine de plus en plus comparable à celle du centre-historique compris à l'intérieur des boulevards.

**→ Les signataires de la Charte approuvent ce nouveau périmètre.**

## **II. PROMOUVOIR LES VEHICULES A FAIBLES EMISSIONS**

La précédente Charte a favorisé l'émergence des véhicules électriques et des vélo-porteurs, particulièrement adaptés à la livraison du dernier kilomètre dans l'hypercentre toulousain aux dimensions de rues contraintes, notamment du fait de leur maniabilité (faible rayon de giration), de leur petits gabarits et de l'absence de toute nuisance sonore ou d'émissions polluantes. C'est une avancée importante dans la mutation du parc de véhicules professionnels liés à la livraison en centre-ville.

Cependant, l'état du marché des véhicules électriques n'a pas permis à l'heure actuelle de répondre aux besoins de transport plus volumineux et n'a donc pas concerné de nombreuses filières de distribution, contraignant parfois les professionnels à privilégier le recours à plusieurs véhicules diesel sur le seul créneau autorisé en matinée.

Les nombreuses analyses comparatives en matière de motorisation ont montré les avantages de l'utilisation du Gaz Naturel Véhicule (GNV) pour réduire les émissions polluantes par rapport au diesel. La capacité d'emport et l'autonomie sont satisfaisantes, ces caractéristiques peuvent donc répondre à une large utilisation par tous les professionnels. Par ailleurs, la technologie GNV deviendra bien plus vertueuse dès lors qu'il s'agira du « bio GNV » issu de la méthanisation des déchets.

Dans un contexte d'application de l'accord international sur le climat du 12 décembre 2015 à Paris, et dans la continuité de l'application des dispositions du Plan Climat Énergie Territorial 2012-2020 de la Métropole qui vise une réduction de 10% des émissions liées au transport de marchandises, il est urgent de privilégier l'ensemble des motorisations alternatives au diesel qui peuvent répondre aux besoins du transport routier de marchandises.

C'est pourquoi, à l'instar du développement exemplaire de la flotte de bus GNV de l'Autorité organisatrice des transports métropolitains, il est convenu d'encourager l'investissement dans les véhicules dédiés au transport de marchandises équipés de motorisations GNV.



## → Engagements des signataires de la Charte

**La Ville de Toulouse** prend les dispositions réglementaires nécessaires pour limiter les livraisons en véhicules diesel et pour encourager le recours aux motorisations électriques et GNV sur le périmètre de la Charte. Ces dispositions sont déclinées comme suit :

### Règle générale de restriction des gabarits de véhicules

<b>Intérieur des voies du Canal aux Boulevards inclus</b>	Les livraisons au moyen de tous les véhicules de longueur supérieure à 9 mètres sont interdites le jour de 6h00 à 20h00
<b>Intérieur de la ceinture des Boulevards</b>	Les livraisons au moyen de tous les véhicules de longueur supérieure à 9 mètres sont interdites, sauf autorisation spécifique délivrée par la Mairie.
	Les livraisons au moyen de tous les véhicules de plus de 20 m <sup>3</sup> sont interdites l'après-midi de 12h00 à 20h00

### Plages horaires autorisées selon le type de motorisation

Type de véhicules	Horaires autorisées des livraisons
Véhicules Diesel et Essence	9h30-12h00 et 20h00-6h00
Véhicules Diesel et Essence accrédités	6h00-12h00 et 20h00-6h00
Véhicules GNV accrédités	24h/24h
Véhicules Électriques accrédités	24h/24h
Cycles non motorisés ou à assistance électrique, triporteurs < 3 m <sup>3</sup>	24h/24h

L'accréditation des véhicules est effectuée par les services de la ville de Toulouse selon un formulaire à renseigner annuellement par le demandeur.

### Règle particulière dans les rues dites « emblématiques »

Excepté pour les cycles, les livraisons demeurent interdites l'après-midi (12h00 - 20h00) dans les rues touristiques dites « emblématiques » suivantes : Rue Alsace-Lorraine ; Rue du Taur ; Rue Saint-Rome ; Rue des Changes ; Rue des Filatiers.

### Durée de l'arrêt livraison

Sur aire de livraison matérialisée, l'arrêt d'un véhicule pour livraisons est limité à 20 minutes. Un disque indiquant l'horaire d'arrivée du véhicule est obligatoirement apposé derrière le pare-brise.

**Toulouse Métropole** s'engage à faciliter la recherche de sites adaptés au développement des points de distribution de GNV et accompagne les porteurs de projets dans leurs études de faisabilité en transmettant les informations qui relèvent de sa compétence (accès depuis la voie publique, autorisations administratives, droit des sols,...).

Par ailleurs, Toulouse Métropole étudie l'implantation de sites de production de bioGNV sur son territoire.

**Les professionnels du transport de marchandises et de la logistique** s'engagent à respecter la nouvelle réglementation, à la communiquer aux sous-traitants à l'occasion des appels d'offre, plus généralement à les diffuser au sein de la profession pour une parfaite information.

Par ailleurs, ils prennent toute mesure permettant, dans des délais compatibles avec l'économie de leur activité, à diminuer la pollution atmosphérique et sonore des véhicules de transport circulant pour leur compte sur le périmètre de la Charte, et ce quelle que soit la filière concernée. L'objectif étant à terme de ne plus recourir à un régime d'accréditations spécifiques selon le type d'activités.

Les professionnels du transports de marchandises et de la logistique valorisent par tout moyen leurs actions propres pour améliorer le bilan environnemental de leur activité (Charte CO2, mesures particulières).

**Les commerces, services, professionnels de la restauration et de l'hôtellerie, les destinataires professionnels des marchandises en centre-ville** s'engagent à intégrer les contraintes horaires qui incombent aux transporteurs dans le fonctionnement de leur activité.

Ils s'informent et valorisent les actions de leurs partenaires livreurs qui privilégient le recours aux véhicules à faibles émissions, l'attractivité du centre-ville étant renforcée par ces mesures vertueuses.

### III OPTIMISER DES FLUX LOGISTIQUES ET LIMITER LE TRAFIC

Le fort développement de la demande et les enjeux du transport de marchandises en ville telles que développés en introduction nécessitent des efforts d'ingénierie et d'organisation de l'ensemble des acteurs signataires de la Charte, chacun dans leur domaine de compétence et dans leurs responsabilités propres dans la chaîne logistique.

La multiplication du nombre de véhicules n'est pas envisageable dans une ville au réseau de voiries saturé aux heures de pointes. De plus, la profession de livreur étant exposée aux conflits d'usages de la voirie, engageant leur responsabilité propre, il est urgent de faciliter l'exercice de leur fonction afin de ne pas impacter la qualité des services proposés.

Ainsi il convient :

- d'améliorer de la productivité des plans de transports, notamment par le remplissage des véhicules et l'adaptation des véhicules aux volumes transportés,
- de diminuer le recours aux « compte propre destinataire » impliquant des déplacements de véhicules personnels pour les approvisionnements par une professionnalisation de la logistique des acteurs économiques,
- de diminuer les « rendez-vous manqués » avec absences de destinataires,
- de diminuer le nombre d'arrêts livraisons sur voirie.

La mise en œuvre de ces objectifs passent, notamment, par :

- **l'innovation technologique dans la gestion des tournées** : optimisation des itinéraires intégrant la réalité des trafics, les restrictions de circulations, la disponibilité des aires de livraisons

- **l'innovation organisationnelle par la mutualisation du transport de marchandises** :

- mixité, quand cela est possible, des types de marchandises,
- rapprochement des donneurs d'ordre pour mutualiser le transport vers le centre-ville par exemple en privilégiant le recours à un transporteur plutôt que de démultiplier des sous-traitances disparates et non optimisées,

- regroupement des opérations de livraisons et d'enlèvements intégrant notamment, quand cela est possible, la logistique inverse (retour palette, cartons...).

**- l'innovation organisationnelle par la mutualisation des points de livraisons et la souplesse horaire :**

- développement de point de livraison « unique » à l'échelle de rues ou de quartiers,
- développement des livraisons de soirées ou de nuit (20h-6h).

L'ensemble de ces mesures passent par une co-construction entre les acteurs de la chaîne logistique concernés – du donneur d'ordre au destinataire - et avec les collectivités. Chaque partie convient de faire preuve de la meilleure volonté pour permettre l'émergence d'actions conformes aux ambitions de la Charte.

Néanmoins, en fonction des compétences propres de chacun, il est précisé ci-dessous les grands domaines d'actions de chaque signataire.

**→ Engagements des signataires de la Charte**

**Toulouse Métropole** intègre les enjeux de la logistique et du transports de marchandises en ville dans les documents cadre de la planification urbaine :

- Stratégie de la mobilité : Plan de Déplacements Urbains (en collaboration avec l'Autorité Organisatrice des Transports Métropolitains)
- Aménagement de l'espace : Plan Local d'Urbanisme et d'Habitat Intercommunal
- Stratégie économique : Schéma Directeur de l'Économie, de l'Innovation et du Rayonnement Métropolitain

En outre, Toulouse Métropole réalise et met en œuvre l'élaboration d'un Plan de Déplacement Marchandises Métropolitain qui vise notamment :

- à pérenniser la vocation logistique de certaines zones d'activités stratégiques (telles que Fondeyre, le Centre Routier et le Marché d'Intérêt National), idéalement située à l'intérieur de la ceinture du périphérique, afin de limiter les parcours d'approche entre les zones de dégroupage et le centre-ville,

- à veiller à la conservation d'« itinéraires marchandises » pour l'alimentation de la ville compatibles avec la hiérarchisation des voies de circulation de la Métropole,
- à intégrer systématiquement des solutions « livraisons » et « transports de marchandises » à l'occasion de tout nouvel aménagement urbain,
- à faciliter l'émergence de nouveaux espaces logistiques urbains et projets innovants portés par les acteurs, quelle que soit la filière,
- à faciliter le report modal du transport de marchandises.

Ces objectifs peuvent prendre des formes concrètes variées, adaptées au cas par cas :

- études d'opportunité d'espaces logistiques nouveaux, analyse prospectives et partages des résultats,
- mise à disposition d'éléments de trafics ou socio-économiques permettant le montage de projet tiers dédiés à la logistique durable conformes à la Charte,
- inscription de dispositions dans les réglementations d'urbanisme ou dans les règlements des nouvelles zones d'aménagements,
- recherche d'espaces sur domaine, actions foncières, dispositions administratives diverses,
- réalisation d'aires de livraisons et d'espaces logistiques contrôlés sur voirie,
- aides à l'innovation dans le cadre de projets européens ou nationaux portés par la Métropole.

**Les professionnels du transports de marchandises et de la logistique** mettent en œuvre les mesures nécessaires à une meilleure optimisation de leur système de transport et à la massification des flux.

Ils peuvent s'appuyer sur la liste des préconisations précitées. Ils sont force de propositions et d'innovation pour atteindre les objectifs de la Charte.

**Les commerces, services, professionnels de la restauration et de l'hôtellerie, les destinataires professionnels des marchandises en centre-ville** mettent en œuvre les actions nécessaires pour favoriser la mutualisation des points de livraisons et la souplesse horaire.

Notamment, ils privilégient, s'ils existent et s'ils sont adaptés à leurs besoins, les services des professionnels de la logistique qui participent aux objectifs de la Charte.

A titre d'exemple, ils peuvent concourir, à l'échelle d'une rue ou d'un quartier, dans le cadre d'associations locales ou organisations professionnelles adaptées, au regroupement de leurs livraisons en une adresse unique gérée par un prestataire spécialisé.

Ils évitent, dans la mesure du possible, et si cela conduit à une multiplication du nombre de déplacements, d'utiliser leur véhicule personnel pour subvenir aux besoins réguliers des livraisons de leur activité.

Enfin, ils participent à une meilleure répartition des aires de livraisons en sollicitant Toulouse Métropole sur les besoins effectifs quantifiés en nombre de livraisons par semaine de leurs activités.

Ils peuvent signaler toutes difficultés d'accessibilité et de manutention de marchandises.

Toute demande de déplacement d'aires ou de nouvel emplacement est préalablement concertée dans le cadre d'association de quartier ou de bon voisinage, les aires de livraisons étant des espaces d'arrêt mutualisés profitant à l'ensemble des usagers et commerces de la rue concernée.

#### **IV MIEUX CONTROLER**

Le contrôle optimisé de la réglementation reste le point difficile de la précédente Charte malgré le développement des bornes automatiques d'accès réservés mise en place sur une partie du périmètre de l'hypercentre ainsi que le déploiement d'un dispositif de contrôle par disque bleu et badge spécifique. Le stationnement illicite sur aire de livraison reste de loin la plus grande difficulté rencontrée.

**La Ville de Toulouse** s'engage donc à poursuivre ses efforts et à moderniser les moyens de contrôle pour garantir la bonne application de la réglementation. Plusieurs mesures peuvent être mises en œuvre :

- la sensibilisation continue et la formation des agents de surveillances de la voie publique aux dispositions de la Charte et aux particularités du transport de marchandises,
- le développement de technologie de contrôle à disposition des agents (terminaux scannant les plaques d'immatriculations et vérifiant immédiatement les droits du véhicule),
- l'expérimentation d'aires de livraisons contrôlées, soit par bornes amovibles, soit par capteurs détectant le temps d'arrêts des véhicules.

**Les signataires de la Charte** remontent toute anomalie, dysfonctionnement, ou problèmes de stationnement illicite sur les aires de livraisons qui entravent la bonne continuité de leur activité.

#### **V S'ADAPTER A L'EVOLUTION DE LA VILLE LOGISTIQUE**

**L'ensemble des signataires** conviennent que la logistique urbaine durable passe obligatoirement par un dialogue permanent, une co-construction des objectifs et une évolution des dispositions en fonction des évolutions des réglementations environnementales nationales et européennes, du contexte économique et des révolutions technologiques.

Les échanges entre les signataires donnent lieu à des **Ateliers Marchandises** présidés par Toulouse Métropole et auxquels sont invités tout acteur participant à la ville logistique durable.

# Table des figures

Figure 1 Poids moyen par type de messagerie au T 2017.....	10
Figure 2 Fonctionnement de la chaîne logistique du transport de messagerie. ....	11
Figure 3: Relation entre clients expéditeurs et clients destinataires.....	16
Figure 4: Evolution du chiffre d'affaires hors taxe dans la messagerie au premier trimestre 2017.....	28
Figure 5: L'augmentation du tonnage est la plus flagrante dans l'express national colis léger .....	32
Figure 6: Périmètre de Toulouse Métropole.....	37
Figure 7: Les différents périmètres toulousains .....	40
Figure 8: Centre-ville de Toulouse délimité par les boulevards urbains.....	42
Figure 9: Type de clients livrés en %. Sources: entretiens .....	43
Figure 10: Typologie des zones d'activités à travers la métropole. ....	43
Figure 11: Densité de population au sein de Toulouse Métropole. ....	46
Figure 12: Nombre de mouvements de marchandises par semaine .....	47
Figure 13: Les principaux sites logistiques du territoire. ....	48
Figure 14: Les sites de messagerie à travers le territoire. ....	49
Figure 15: Desserrement logistique sur Toulouse Métropole. ....	51
Figure 16: Entreprises de messagerie recensées. ....	54
Figure 17: Entreprises rencontrées lors du stage. ....	56
Figure 18: Principaux facteurs de choix du local.....	57
Figure 19: Saisonnalité chez les acteurs de la messagerie.....	58
Figure 20: Activité hebdomadaire chez les messagers. ....	59
Figure 21: Secteurs les plus livrés par les entreprises rencontrées. ....	62
Figure 22: Toulouse et sa périphérie sont les zones les plus livrées. ....	62
Figure 23: L'emprise de la voirie. ....	64
Figure 24: Les principales actions du Projet Mobilités. ....	68
Figure 25: Périmètre de la charte livraison de 2012. ....	71
Figure 26: Périmètre de la charte 2017. ....	72
Figure 27: Inconvénients rencontrés par les acteurs quant à leurs locaux. ....	77
Figure 28: Part des lieux d'arrêt des véhicules de livraisons sur la voirie publique. ....	79
Figure 29: Principales difficultés lors des livraisons.....	78



Figure 30: Les camions de livraisons garées en marche arrière pour faciliter le chargement.	80
Figure 31: Organisation de l'entrepôt de tri. ....	81
Figure 32: Organisation de la travée du chauffeur-livreur. ....	81
Figure 33: Type de PDA utilisé en messagerie .....	82
Figure 34: Les surfaces d'entreposage en France. ....	86
Figure 35: Utilisation des aires de livraisons. ....	87
Figure 36: Part d'utilisation des différents véhicules en ville. ....	88
Figure 37: Consignes automatique Rue Rémusat. ....	91
Figure 38: Logo de label et de l'association Certibrtui.....	94
Figure 39: Echelles d'actions des différents ELU.....	99
Figure 40. Part de chaque type de véhicule dans le total annuel des émissions de CO2 du mode routier français.....	103
Figure 41: Livraison par Franprix à l'aide de piche.....	105
Figure 42: TramFret à Saint-Etienne, lancé par Casino. ....	106
Figure 43: CarGo-Tram à Desde. ....	106
Figure 44: Réseaux alternatifs au routier.....	107

# Table des matières

Remerciements .....	2
Sommaire .....	3
Introduction .....	4

## I- Le transport de messagerie : un milieu composite .8

1.1 Un secteur « pêle-mêle » difficile à définir.....	9
1.1.1 Comment définir le transport de messagerie ?.....	9
1.1.2 L'Histoire de la messagerie et de ses grandes entreprises .....	13
1.2 Un bal animé par plusieurs acteurs .....	15
1.2.1 Les principaux clients de la messagerie.....	15
1.2.1.1 Les clients expéditeurs.....	16
1.2.1.2 Les clients destinataires .....	17
1.2.2 Les donneurs d'ordres .....	17
1.2.2.1 Les opérateurs historiques.....	18
1.2.2.2 Les expressistes .....	19
1.2.2.3 Les prestataires logistiques de la VAD.....	19
1.2.2.4 Les commissionnaires de transport.....	20
1.2.3 Les sous-traitants.....	21
1.2.3.1 Les louageurs .....	21
1.2.3.2 Les coursiers.....	22
1.2.3.3 Les messagers « verts » .....	22
1.2.4 Les réseaux de points relais.....	23
1.3 Le fonctionnement spécifique du transport de messagerie.....	24
1.3.1 L'omniprésence de la sous-traitance .....	24
1.3.2 Un secteur en plein malaise .....	25
1.3.2.1 Les inégalités entre donneur d'ordre et sous-traitant .....	25
1.3.2.2 Un secteur très concurrentiel .....	27
1.3.2.3 Un milieu peu rentable.....	28
1.3.3 Des enjeux multiples traduisant l'importance de cette activité .....	29
1.3.3.1 L'essor du e-commerce .....	30
1.3.3.2 La gestion des marchandises à travers le territoire.....	32
1.3.3.3 L'enjeu territorial .....	33

<b>II- Le territoire d'étude : Toulouse Métropole</b> .....	35
2 .....	35
2.1 L'aire logistique toulousaine .....	36
2.1.1 Le périmètre utilisé .....	36
2.1.2 Des zones traduisant des types de consommation différentes.....	41
2.1.2.1 Les zones d'activités .....	42
2.1.2.2 Les zones résidentielles .....	44
2.1.2.3 Les zones urbaines .....	47
2.1.3 Les pôles d'activités logistiques.....	48
2.1.3.1 Les sites logistiques de messagerie.....	48
2.1.3.2 Le desserrement logistique .....	49
2.2 Quid de l'organisation du transport de messagerie à Toulouse ? .....	51
2.2.1 Méthodologie de recensement.....	52
2.2.1.1 Première étape : base de donnée de l'Insee .....	52
2.2.1.2 Prise en compte de plusieurs codes NAF grâce à Société.com .....	53
2.2.1.3 Dernière restriction et résultat final.....	53
2.2.2 Les acteurs rencontrés.....	54
2.2.2.1 Méthodologie d'entretien.....	54
2.2.2.2 Les différents types d'acteurs rencontrés.....	55
2.2.2.3 Déroulement des entretiens.....	56
2.2.3 Les différents fonctionnements .....	57
2.2.3.1 Organisation des plates-formes .....	57
2.2.3.2 Organisation des livraisons.....	59
2.3 Les actions de la métropole .....	63
2.3.1 Les compétences accordées par la loi MAPTAM .....	63
2.3.1.1 La compétence voirie et signalisation .....	63
2.3.1.2 Le pouvoir de police .....	64
2.3.1.3 Lutte contre la pollution de l'air .....	65
2.3.2 Un dialogue régulier avec les acteurs .....	65
2.3.3 Les documents de planification .....	67
2.3.3.1 Le PDU et Projet Mobilité .....	67
2.3.3.2 Le Plan Climat Air Energie Territorial .....	69
2.3.3.3 La Charte Livraison .....	70
2.3.3.4 Le Plan de Déplacement Marchandise .....	73
<b>III- Un vécu logistique semé d'embûches</b> .....	75
3.1 Les difficultés des acteurs .....	76

3.1.1	Les difficultés liées aux locaux .....	76
3.1.2	Les difficultés liées aux livraisons .....	78
3.1.3	Approche sociologique : la tournée du chauffeur-livreur.....	79
3.2	Des besoins qui découlent de ces difficultés.....	85
3.2.1	Le foncier .....	85
3.2.2	Les aires de livraisons.....	86
3.2.3	Les forces de l'ordre .....	87
3.2.4	Les syndicats .....	88
3.3	Des réponses à apporter pour l'ensemble des acteurs .....	89
3.3.1	Répondre aux messagers .....	89
3.3.1.1	La livraison hors domicile .....	89
A.	Les consignes automatiques .....	89
B.	Les conciergeries .....	91
3.3.1.2	Repenser la ville pour une mixité fonctionnelle.....	92
3.3.1.3	Les livraisons de nuit .....	93
A.	Modifier le code du Commerce .....	93
B.	Le label Certibruit .....	94
3.3.1.4	Optimisation des aires de livraison .....	95
A.	Opérer un bilan complet des aires de livraisons .....	95
B.	Systèmes alternatifs.....	96
C.	Former les forces de l'ordre .....	96
3.3.2	Répondre à la collectivité.....	97
3.3.2.1	Quid de la mutualisation ? .....	97
A.	Mutualisation du transport .....	97
B.	Les espaces logistiques urbains.....	98
C.	Les plateformes collaboratives .....	100
D.	La bourse au fret .....	101
3.3.2.2	Répondre aux enjeux environnementaux.....	101
A.	Quid des énergies renouvelables ? .....	101
B.	Le report modal.....	104
	Conclusion .....	108
	Bibliographie .....	110
	Annexes .....	114
	Table des figures.....	134
	Table des matières .....	136