*Communiqué de presse  
Paris, le 1er juillet 2022*

**Une infrastructure de livraison durable en tant que solution aux défis causés par la demande croissante d'achats alimentaires en ligne dans les villes françaises**

***Le rapport « Une logistique durable du dernier kilomètre pour les courses alimentaires, exemple d’application dans le Grand Paris » publié par Delipop présente un aperçu de la révolution verte dans les villes françaises.***

**Des villes comme Paris sont confrontées à des défis majeurs tels que l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre, la pollution de l'air, le trafic et les embouteillages, en raison de l'évolution des habitudes de consommation et de l'essor du e-commerce, qui accroît l'ampleur des livraisons à des niveaux jamais atteints auparavant. Le rapport « Une logistique durable du dernier kilomètre pour les courses alimentaires, exemple d’application dans le Grand Paris » rédigé par des experts du retail, du e-commerce et de la logistique, donne un aperçu de la manière de créer une infrastructure de livraison du dernier kilomètre qui soit durable et donc meilleure pour la planète, pratique et abordable pour les consommateurs et rentable pour les acteurs du marché.**

Les grandes villes sont confrontées à de nombreux défis liés à l'évolution des habitudes de consommation et à la demande croissante d'achats en ligne. L'ampleur des livraisons atteint des chiffres jamais vus auparavant, ce qui a pour conséquence une augmentation de la pollution atmosphérique, des émissions de gaz à effet de serre, des embouteillages et du bruit. La pandémie de Covid-19 a accéléré cette croissance. On estime que le e-commerce augmentera considérablement d'année en année et qu'en 2025, il représentera 7 385 milliards de dollars US dans le monde.[[1]](#footnote-1) En France, depuis 2010, l'e-commerce croît en moyenne de 12,4 % par an. En 2020 seulement, la croissance du e-commerce des produits de grande consommation a atteint 42 %.[[2]](#footnote-2)

La demande concernant la livraison du dernier kilomètre connaît une croissance fulgurante et devrait augmenter de 78 % dans le monde d'ici 2030.[[3]](#footnote-3) Alors que les ventes en ligne pourraient croître sans limite, notre planète et les infrastructures actuelles ne peuvent pas gérer l'augmentation des volumes. Selon le Forum économique mondial, d'ici 2030, la demande croissante de livraisons e-commerce se traduira par 36 % de véhicules en plus dans les centres-villes, une augmentation des émissions de CO2 de 6 millions de tonnes et une augmentation de 21 % des embouteillages.

Le rapport « **Une logistique durable du dernier kilomètre pour les courses alimentaires, exemple d’application dans le Grand Paris** » de Delipop, rédigé par Jérôme Libeskind, Olivier Dauvers, Stephane Legatelois et Marek Piotrowski, analyse la situation actuelle du marché de l'e-commerce alimentaire, les habitudes d'achat, les défis environnementaux, sociaux et économiques qu'ils créent et les modèles de livraison disponibles. Enfin, il présente des conclusions sur la façon de rendre le dernier kilomètre de l'e-commerce alimentaire meilleur pour la planète, les villes, les consommateurs et les acteurs du marché.

Les auteurs de ce rapport ont analysé l'impact environnemental de différentes options de livraison de produits alimentaires dans le Grand Paris : le modèle de livraison à domicile, le modèle d'achat en hypermarché et le modèle de points de retrait multimarchands - le réseau Delipop.

Selon les calculs, **le modèle de points de retrait automatisés Delipop réduit les émissions de gaz à effet de serre de 77% par commande, par rapport au service de livraison à domicile et de 92% par rapport aux achats en hypermarché. La livraison au Delipop génère 15 fois moins de kilomètres parcourus - moins de voitures, pas de rues bloquées, pas de double stationnement.**

Sur la base de l'étude du modèle Delipop dans le Grand Paris - **le réseau de 350 points de retrait prévus, comparé à la livraison a domicile, économisera plus d'émissions de C02 qu’il n’en est absorbé par les 500 000 arbres que compte la ville de Paris.** Par rapport au modèle de livraison à domicile, ce réseau peut générer des "économies" d'émissions de C02, comparables au C02 absorbé par 536 000 arbres et par rapport aux achats dans les hypermarchés, les "économies" sont même 3 fois plus importantes et comparables à une forêt de plus de 1,8 million d'arbres.[[4]](#footnote-4)

**Selon le Forum économique mondial et cette analyse, la seule solution réellement efficace dont disposent les villes à l'heure actuelle sont les points de retrait multimarchands**.

Un réseau universel de points de retrait multimarques semble être le meilleur remède aux problèmes de livraison du dernier kilomètre pour toutes les parties : la planète – en limitant les émissions de gaz à effet de serre, les villes - en permettant une meilleure qualité de l’air et moins de congestion, tout en veillant à ce que le tissu urbain architectural ne soit pas détruit, et les acteurs du marché (grands détaillants et entreprises locales) en rentabilisant l'e-commerce alimentaire pour tous. Face à l’essor du e-commerce, les points de retrait multimarchands peuvent aider les grandes villes à tisser un lien entre le commerce traditionnel et un futur soutenable.

Delipop est un excellent exemple de solution durable pour la logistique urbaine dans les grandes villes, qui permet d'améliorer considérablement le dernier kilomètre - le plus problématique dans les centres-villes. Il s'agit du premier réseau universel multimarchands de click & collect pour l'e commerce alimentaire, qui a lancé son premier site à Paris l'année dernière en collaboration avec Carrefour. Monoprix a rejoint le réseau en juin 2022.

Le modèle Delipop repose sur la consolidation des flux de commandes dans des entrepôts situés hors de la ville et sur la livraison des commandes vers des points de collecte mutualisés en zone urbaine. L'automatisation contribue à réduire les coûts d'exploitation, qui sont le principal obstacle à un modèle commercial durable de drives piétons. **De plus, la fusion des volumes et la massification sont efficaces pour réduire les émissions, et le nombre de véhicules de livraisons sur les routes. La consolidation des flux, en regroupant les flux de plusieurs enseignes, et une solution de retrait à pied, évite les livraisons individuelles. En ce sens, Delipop apporte une réponse à tous les problèmes de congestion urbaine des centres-villes, en soutenant la démotorisation des villes, la mise en place de zones vertes et le concept de la ville du quart d’heure.**

*« À chaque époque ses success-story. À chaque époque sa révolution commerciale et… son moteur. Longtemps, les coûts et le prix ont été la seule boussole des commerçants. Et, ce, à juste titre puisque telle était l’attente sociale. Désormais, les externalités sont davantage intégrées. Et c'est une bonne chose au vu des enjeux, notamment environnementaux (climat, qualité de vie en ville, etc.). C’est en ce sens que ce rapport peut (doit ?) nourrir la réflexion des acteurs du « dernier kilomètre » en matière de commerce urbain. Qu’il s’agisse des enseignes, des logisticiens ou, naturellement, des pouvoirs publics. »* - déclare **Olivier Dauvers**, expert en retail, éditeur et rédacteur en chef de Grande Conso, l'un des contributeurs du rapport.

*«* La livraison urbaine est une activité indispensable au fonctionnement d’une métropole. Si les flux de marchandises sont multiples, ceux qui concernent la consommation en constituent la part la plus visible. Mais la prise de conscience progressive des impacts environnementaux des livraisons impose de trouver de nouvelles solutions de consolidation des flux et des modes de transport plus vertueux. *»* - commente **Jérôme Libeskind**, expert en logistique urbaine, directeur de Logicités et l'un des auteurs du rapport.

Téléchargez le rapport complet : [**https://www.sustainability-report.delipop.com/fr/**](https://www.sustainability-report.delipop.com/fr/)

**Bureau de presse de Delipop**

Joanna Prus / Tél. : +33 (0)7 67 34 42 84 / E-mail : [joanna.prus@delipop.fr](mailto:joanna.prus@delipop.fr)

Anna Dostatnia / E-mail : [anna.dostatnia@delipop.com](mailto:anna.dostatnia@delipop.com)

Aleksandra Wach / E-mail : [aleksandra.wach@delipop.com](mailto:aleksandra.wach@delipop.com)

**À propos de Delipop France : 1000 Delipops jusqu'en 2026**

Delipop Drive Piéton Multimarchands est le premier réseau universel de collecte de produits alimentaires achetés en ligne entièrement automatisé, utilisant des machines robotisées. Il est entièrement mutualisé et dessert plusieurs marques de retailers. Ce système a été créé pour répondre à la demande croissante d'achats en ligne, pour offrir aux clients la meilleure expérience possible et pour laisser un peu de répit à notre planète. Le réseau est une startup française fondée en 2021 en tant que joint-venture entre Łukasz Nowiński, PDG et fondateur de Retail Robotics, et Hervé Street, président de Star Service Group. Les points de retrait Delipop permettent aux clients de profiter d'une expérience facile, pratique et sans contrainte pour récupérer leurs courses commandées en ligne, tout près de chez eux.

Delipop prévoit d'ouvrir 1000 Delipops dans les 5 prochaines années (350 emplacements à Paris et en Ile-de-France, et le reste dans les autres régions de France). Ce sera une étape importante pour (1) augmenter l'accessibilité pour les consommateurs, (2) augmenter le nombre de créneaux de livraison disponibles et (3) aider notre planète à mieux respirer. Et c'est important - une étude récente a montré que 75% des Parisiens déclarent que le réchauffement climatique et la nécessité de le combattre - est un sujet important pour eux.

Pour plus d’informations : [www.delipop.fr](http://www.delipop.fr) ou suivez-nous sur [www.linkedin.com/company/delipop](http://www.linkedin.com/company/delipop)

**À propos du rapport « Une logistique durable du dernier kilomètre pour les courses alimentaires »**

Dans le cadre du présent rapport, nous analysons, à partir de l'exemple du Grand Paris et en collaboration avec des experts de la distribution et de la logistique, la situation actuelle du marché de l’e-commerce alimentaire, les habitudes d'achat, les défis environnementaux, sociaux et commerciaux qu'il crée et les solutions possibles. Nous nous concentrons sur la solution de système multi-acteurs et nous l'analysons en prenant l'exemple de Delipop : un concept de réseau universel multimarchands pour l’e-commerce alimentaire, qui a ouvert son premier emplacement à Paris en octobre 2021.

**À propos des auteurs du rapport**

**Jérôme Libeskind** - expert en logistique urbaine, solutions de transport du dernier kilomètre, Immobilier Logistique, implantation de plates-formes logistiques multimodales et urbaines, distribution urbaine de marchandises et prestation logistique, externalisation, notamment e-commerce. Il dirige le bureau d’études Logicités, spécialisé en logistique urbaine et dernier kilomètre. Il accompagne de nombreux acteurs publics et privés, notamment des collectivités locales, sur la compréhension des enjeux de la logistique urbaine, l’étude des solutions adaptées aux territoires et leur mise en œuvre opérationnelle. Jérôme Libeskind est l’auteur de plusieurs ouvrages sur la logistique urbaine: « La logistique urbaine - les nouveaux modes de consommation et de livraison » (Éditions FYP – mars 2015), « La logistique urbaine au Japon » (septembre 2018) et « Si la logistique m’était contée » (Editions FYP – avril 2021). Il est chargé de cours de logistique urbaine et e-commerce à l’Ecole Supérieure des Transports et au Master TLTE Paris Sorbonne et anime de nombreuses conférences sur cette thématique.

**Olivier Dauvers** - Ingénieur agri de formation, Olivier Dauvers, suit la distribution depuis 31 ans. Après avoir été rédacteur en chef de Linéaires (1994–2001) et de Rayon Boissons (1993–1996), il est depuis 2002 éditeur spécialisé dans le retail et la grande conso. Acteur de premier plan dans l'info-retail, il se distingue par une approche multimédia inédite : veille (Vigie Grande Conso, Les Essentiels, Consoscopie, etc.), livres (Penser-Client, Image-Prix, etc.), études (Distri Prix, Promoflash, Drive Insights), vidéos (Vidéo Grande Conso), podcasts (Les voix de la Conso, Café Conso) et, bien sûr, le blog olivierdauvers.fr, ainsi que les fils Twitter et LinkedIn. Il fédère ainsi une communauté de plus de 80 000 abonnés..

**Stephane Legatelois** - PDG de Delipop France, Stéphane est responsable de la croissance du réseau et de la coopération avec les retailers. Expert en opérations logistiques et en e-commerce, Stéphane occupait, avant de rejoindre Delipop, le poste de Directeur des opérations logistiques chez Rakuten en Europe et directeur des opérations et de l'approvisionnement E-commerce pour Carrefour en France. Tout au long de sa carrière, il a été très impliqué dans la recherche de solutions écologiques et durables dans la logistique du dernier kilomètre. Il a été l'un des fondateurs de la société The Green Link qui est l'un des premiers acteurs de la livraison urbaine par vélo cargo et aussi l'un des fondateurs d'Urbantz qui propose une solution d'optimisation des tournées de livraison.

**Marek Piotrowski** - Expert en marketing et expérience utilisateur (UX). En tant que Chief Marketing & Experience Officer chez Delipop, il était responsable du lancement du réseau en France. A la création de Delipop il rejoint l'équipe pour construire une marque forte dans la livraison du commerce de détail avec un engagement très profond dans les questions de durabilité et un excellent service client. Depuis 2019, il est partenaire et CMO chez Retail Robotics - le premier producteur mondial de solutions de casiers à colis. Son objectif était de créer et de développer une marque remarquable de solutions qui s'inscrivent dans une nouvelle ère, avec une grande facilité d'utilisation, un design et une influence positive sur l'environnement. Avant d'entamer une carrière dans la technologie, Marek a été pendant 20 ans le PDG d'agences interactives et publicitaires, travaillant à l'échelle mondiale pour des marques de renommée comme Nike, Orange, Sony, P&G, Samsung et GE. Il est un défenseur des nouvelles technologies, de la longévité, de l'esprit de croissance et du design.

1. Source: eMarketer. [↑](#footnote-ref-1)
2. La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD). [↑](#footnote-ref-2)
3. Forum économique mondial : The Future of the Last-Mile Ecosystem, Janvier 2020. [↑](#footnote-ref-3)
4. Calcul effectué en comparant les émissions de CO2 des livraisons de courses alimentaires au

   réseau Delipop (186 g par commande) et en livraison à domicile (800 g par commande). Les « économies » sont de 614 g de CO2 par commande. Annuellement, le réseau Delipop de 350 points peut traiter 18,3 millions de commandes. [↑](#footnote-ref-4)