

**Proposition de communication pour les  
2e Rencontres Francophones Transport Mobilité (RFTM)  
Montréal, 11-13 juin 2019**

---

**Titre :** Réduire le temps de récupération des achats en ligne : une analyse des stratégies déployées par les e-consommateurs parisiens et new-yorkais

**Auteur(s) :**

François ADOUE, Chef de projet, 6t-bureau de recherche, [francois.adoue@6-t.co](mailto:francois.adoue@6-t.co)

Alia VERLOES, Chef de projet, 6t-bureau de recherche, [alia.verloes@6-t.co](mailto:alia.verloes@6-t.co)

Nicolas LOUVET, Directeur, 6t-bureau de recherche, [nicolas.louvet@6-t.co](mailto:nicolas.louvet@6-t.co)

Alina BEKKA, Chargée d'études et de recherche, 6t-bureau de recherche, [alina.bekka@6-t.co](mailto:alina.bekka@6-t.co)

**Mots-clés :** Logistique urbaine, Nouveaux comportements, Mobilité, Livraison rapide

Longtemps mis de côté par les acteurs politiques et la recherche, la logistique urbaine apparaît aujourd'hui comme un enjeu essentiel pour les villes et l'aménagement urbain (Patier, 2002). L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) vient rebattre les cartes de cet écosystème complexe en modifiant les processus de production, mais également — pour l'individu — les manières de pratiquer la ville au quotidien notamment lors des déplacements d'achats (Moati, 2011). Avec le développement des pratiques d'achat en ligne (ou e-commerce), Internet constitue désormais un mode d'approvisionnement à part entière, induisant de nouveaux rapports entre les individus et leur(s) espace(s) de consommation (De Coninck, 2010). En cela, les TIC sont perçues comme un moyen d'étendre considérablement les potentiels d'interaction entre la mobilité des individus et celle des biens et permettent *in fine* de réinterroger le rapport des individus à l'espace et au temps (Adoue, 2016). Portée par l'essor du e-commerce, les modes de livraison poursuivent leur mutation. La livraison en « main propre » à domicile demeure le mode de livraison privilégié en France (Fevad, 2018). Si ce mode permet de recevoir rapidement son colis, il reste contraignant et nécessite, la majorité du temps, une coordination spécifique dans l'espace et dans le temps de l'acheteur et du livreur. Ces stratégies dépendent alors des ressources logistiques dont disposent l'e-consommateur (réseau de points relais, possibilité de retrait en magasin, consignes automatiques, *doormen*). Le caractère récent du développement du e-commerce, la diversité des acteurs, des biens consommés et des méthodes de livraison associées font qu'il existe encore peu de travaux empiriques sur la manière dont les individus modifient leurs pratiques d'achats et modes de livraison associés en dehors du contexte périurbain (Gasnier A., 2012 ; Belton-Chevallier L., 2016 ; Pernot D., 2016) où il existe un enjeu fort à l'usage de la voiture.

Aussi, l'objet de ce travail de recherche est de comprendre en quoi l'organisation du système logistique urbain influence les choix des e-consommateurs en matière de mode de récupération de leurs achats ? Notre hypothèse principale est qu'il peut être identifiée une préférence pour la vitesse dans la récupération des achats réalisés en ligne, mais que celle-ci se traduit en pratiques différentes selon le contexte socio-territorial.

### **Méthodologie**

Le travail de recherche a consisté à réaliser une enquête quantitative auprès de résidents parisiens et new-yorkais. La passation de l'enquête a eu lieu entre fin octobre et novembre 2017. Après apurement de la base et suppression des réponses incohérentes, 2 178 répondants sont retenus, dont 1 290 résidents parisiens et 888 New-Yorkais vivant à Manhattan. Les répondants de cette enquête ont été sélectionnés suivant une méthode d'échantillonnage visant à l'assemblage d'un échantillon représentatif selon la méthode des quotas. Un redressement de la pondération permet d'assurer la représentativité des échantillons. Le questionnaire est organisé en cinq thématiques : pratiques du e-commerce non alimentaire, impacts de la livraison rapide, pratiques du e-commerce alimentaire comparées à l'achat en magasin,

**Proposition de communication pour les  
2e Rencontres Francophones Transport Mobilité (RFTM)  
Montréal, 11-13 juin 2019**

---

recours à la livraison de repas à domicile et des questions sur les pratiques de mobilité des Parisiens et New-Yorkais. Afin de répondre à la principale hypothèse proposée, ce travail se concentrera uniquement sur l'analyse des caractéristiques des pratiques de e-commerce et modes de livraison associées ainsi que des déterminants à la pratique de la livraison rapide.

Bien que les villes de Paris et New York (NYC) présentent des différences importantes (répartition spatiale des habitants et des activités, des caractéristiques sociales, culturelles et institutionnelles), elles se caractérisent également par de nombreuses similarités justifiant le choix de leur mise en regard dans le cadre de cette étude. En effet, ce sont de très grandes agglomérations, denses, dotées d'un système de transport public développé et d'une pratique avancée du numérique. Du fait de leur statut international et des flux qu'elles génèrent, ces métropoles attirent également une plus forte présence d'acteurs et de services logistiques (Dablanc, 1997). Ces deux métropoles présentent cependant de fortes différences dans l'organisation de leurs systèmes logistiques permettant de comprendre les différences observées dans le choix des modes de récupération des achats réalisés en ligne. Solidement ancrés dans le paysage français, les relais de proximité n'ont eu de cesse de se multiplier en France (Morganti E, 2014). Le maillage très dense des points relais à Paris en est une illustration. En 2015, l'APUR<sup>1</sup> évaluait le nombre de relais de proximité à Paris à environ 650. Ces relais sont le plus souvent situés dans des magasins, bureaux de postes dont certains proposent de larges amplitudes horaires. À l'inverse, ce mode de récupération n'existe pas avec un tel maillage à NYC où les consommateurs semblent privilégier des réseaux logistiques basés sur la livraison « en main propre ».

### **Résultats obtenus**

Dans un premier temps, le travail de recherche s'intéresse à la comparaison entre les déterminants et pratiques d'achat en ligne de biens matériels (hors e-commerce alimentaire) à Paris et NYC. En 2017, 97 % des New-Yorkais et 95 % des Parisiens ont réalisé un achat non alimentaire sur Internet. Si l'achat en ligne est bien ancré au sein des deux métropoles, les New-Yorkais en ont une pratique plus. Concernant la récupération de la commande passée en ligne, la livraison à domicile est le mode le plus couramment expérimenté par les sondés parisiens et new-yorkais : plus d'une personne sur deux y a recours. Des différences significatives sont observées entre les deux villes, notamment concernant l'usage du point relais : 1/5 des Parisiens a privilégié ce mode de récupération lors de leur dernier achat en ligne, contre moins de 1 % des New-Yorkais. La proximité au point relais semble être un facteur déterminant pour privilégier ce moyen. Ce mode de livraison présente plusieurs avantages par rapport à la livraison à domicile l'absence de frais supplémentaire par rapport à la livraison dans un lieu défini par le e-consommateur tel que le domicile et plus de flexibilité (on récupère son colis où on veut et « presque » quand on veut, compte tenu de leur grande amplitude horaire). Une autre raison possible peut tenir de la différence de choix et de tarification des modes de livraison possibles entre les deux villes. Selon les sites marchands, le coût de la livraison peut-être plus ou moins élevé. En France, cela pourrait favoriser la récupération en point relais (par rapport à la livraison à domicile) car elle y est plus souvent présentée comme gratuite. Spécificité new-yorkaise : deux fois plus de New-Yorkais que de Parisiens réceptionnent leur dernier achat via leur concierge (*doorman*). À NYC, les *doormen* ont un rôle central dans le processus de livraison pouvant parfois s'apparenter à celui d'un point relais.

Le délai de livraison constitue un élément différenciant et fondamental dans un secteur hautement concurrentiel où l'immédiateté est de plus en plus valorisée. La livraison ou récupération rapide (dans la

---

<sup>1</sup> APUR, 2015, L'évolution des commerces à Paris

**Proposition de communication pour les  
2e Rencontres Francophones Transport Mobilité (RFTM)  
Montréal, 11-13 juin 2019**

---

journée même de la commande), voire « instantanée » lorsqu'elle a lieu en moins de deux heures (Dablanc, 2017), répond à cette demande du e-consommateur de réduire son temps d'attente après l'achat. Un quart des Parisiens et un peu plus d'un tiers des New-Yorkais ont déjà eu recours à la livraison dans la journée même (incluant la récupération du colis par le client après la commande en ligne). Les modes de récupération des achats d'une livraison rapide sont similaires à ceux de la livraison classique, les Parisiens et les New-Yorkais favorisent majoritairement le domicile. 14 % des New-Yorkais et 9 % des Parisiens ont recours à la livraison ou à la récupération en moins de deux heures de leurs achats en ligne. Dans ce contexte, les Parisiens se démarquent en ayant plus souvent recours au retrait en point relais (17 % contre 11 % des New-Yorkais) alors que les New-Yorkais préfèrent la livraison à domicile instantanée (22 % contre 9 % des Parisiens). Les motivations du recours à la livraison rapide permettent de distinguer deux profils. Les Parisiens apparaissent comme des e-consommateurs prêts à se déplacer pour récupérer rapidement leurs commandes dans un point relais (grâce à l'importance du réseau de point relais), en magasin ou dans des consignes. Les New-Yorkais sont quant à eux des e-consommateurs prêts à payer plus pour se faire livrer rapidement et ne pas avoir à se déplacer en magasin. Une hypothèse culturelle possible pour expliquer ce comportement est que les New-Yorkais ont aussi plus souvent l'habitude d'un prix annoncé hors taxes (et autres frais supplémentaires) quand les Français sont attachés à un prix final et plus réticents à ajouter une option.

Si l'hypothèse d'une préférence marquée pour la vitesse semble confirmée par notre enquête, ce travail de recherche fait ressortir l'impact du contexte territorial et de l'organisation du système logistique des deux villes sur les modes de récupération sélectionnés, quelle que soit la temporalité de la livraison. Pour les sondés, l'objectif semble avant tout de minimiser l'impact de l'achat en ligne sur leur programme d'activité quotidien en les y intégrant de la manière la plus neutre possible.

## **Bibliographie**

- Adoue F. (2016), *La mobilité connectée au quotidien. Les usages du smartphone dans les transports en commun franciliens*, Université Paris-Est, Champs-Sur-Marne
- Dablanc L. (1997). *Entre police et service : l'action publique sur le transport de marchandises en ville. Le cas des métropoles de Paris et New York*. Sciences de l'Homme et Société. École Nationale des Ponts et Chaussées
- Dablanc L. (2017). *Le boom des livraisons instantanées*. TEC Mobilité Intelligente, pp 20-21.
- Pernot D., Aguilera A., Motte-Baumvol B., Belton-Chevallier L. (2016). *Les courses à l'heure des drives : nouvelles pratiques, nouvelles mobilités ? Mobilités et (R)évolutions numériques*
- De Coninck F. (2010). « L'achat En Ligne, Un Nouveau Rapport À L'espace De La Consommation », *Sociologies Pratiques*, Vol. 20, N° 1, Pp. 51-62.
- Fevad (2018). *Chiffres clés du e-commerce en 2018*
- Gasnier A. (2012), « Géographie de la consommation et pratiques de chalandise des périurbains », In *Habiter les espaces périurbains*, PUR Rennes, p. 219
- Leslie Belton-Chevallier, Frédéric de Coninck et Benjamin Motte-Baumvol (2016). « La dimension spatiale de l'achat en ligne. Des pratiques spécifiques aux ménages périurbains ? », *Netcom*, vol. 30, n°1-2, p.29-60
- Mareï N., Aguilera A., Belton Chevallier L., Blanquart C. Et Seidel S. (2016). « Pratiques et lieux du e-commerce alimentaire : nouvelles logistiques, nouvelles mobilités ? » *Netcom* N° 31 — 1/2
- Moati P. (2011). *La nouvelle révolution commerciale*, Ed. Odile Jacob
- Morganti E., Dablanc L., Fortin F. (2014), "Final deliveries for online shopping: The deployment of pickup point networks in urban and suburban areas", *Research in Transportation Business & Management*
- Patier D. (2002). *La logistique dans la ville*, Ed. Celse, Paris.