



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET  
DE LA RÉGION  
AUVERGNE-  
RHÔNE-ALPES



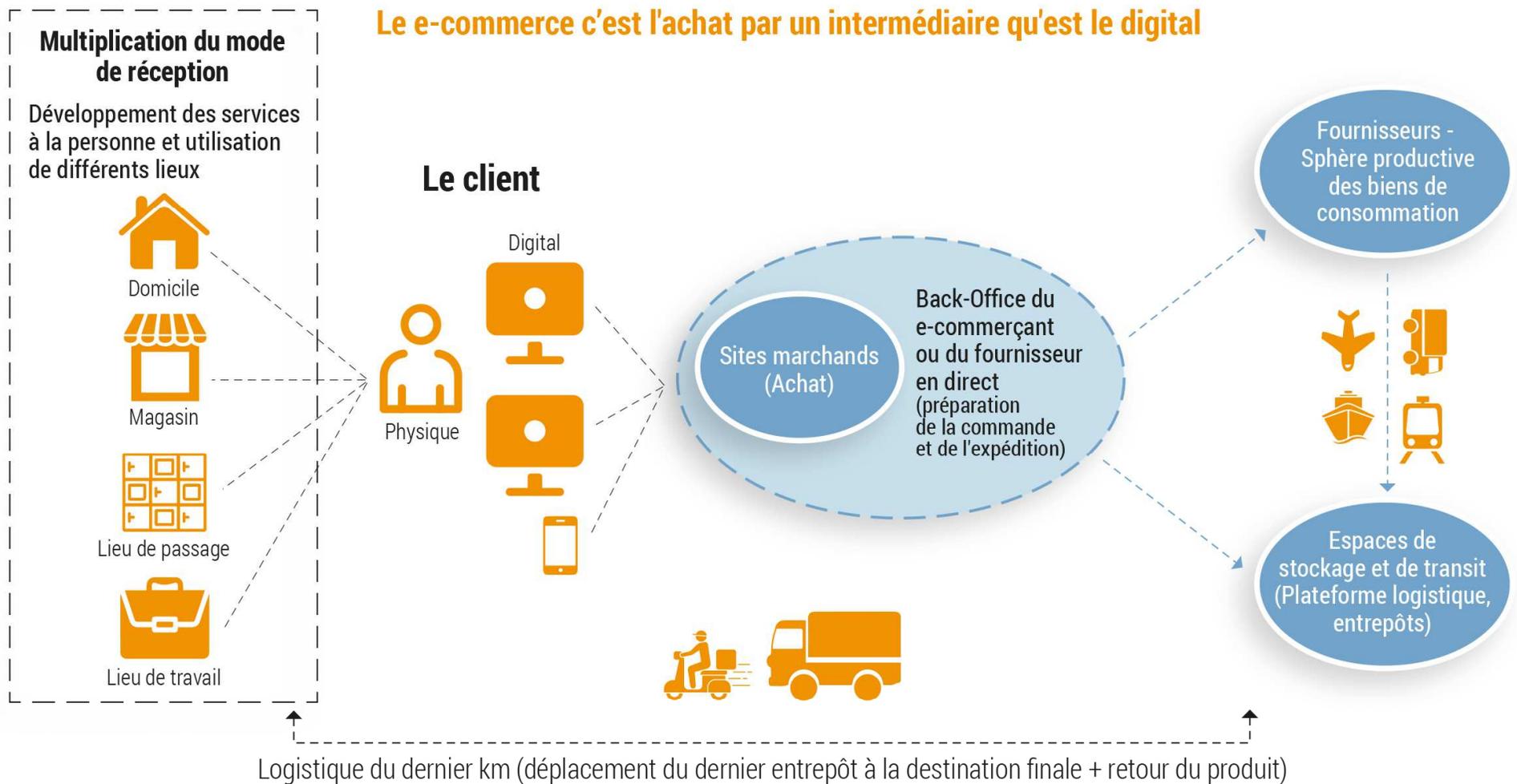
**epoures**  
Agence d'urbanisme de la région stéphanoise

1<sup>er</sup> mars 2022

# Les effets du e-commerce en matière d'aménagement territorial

synthèse de l'étude 2020-2021

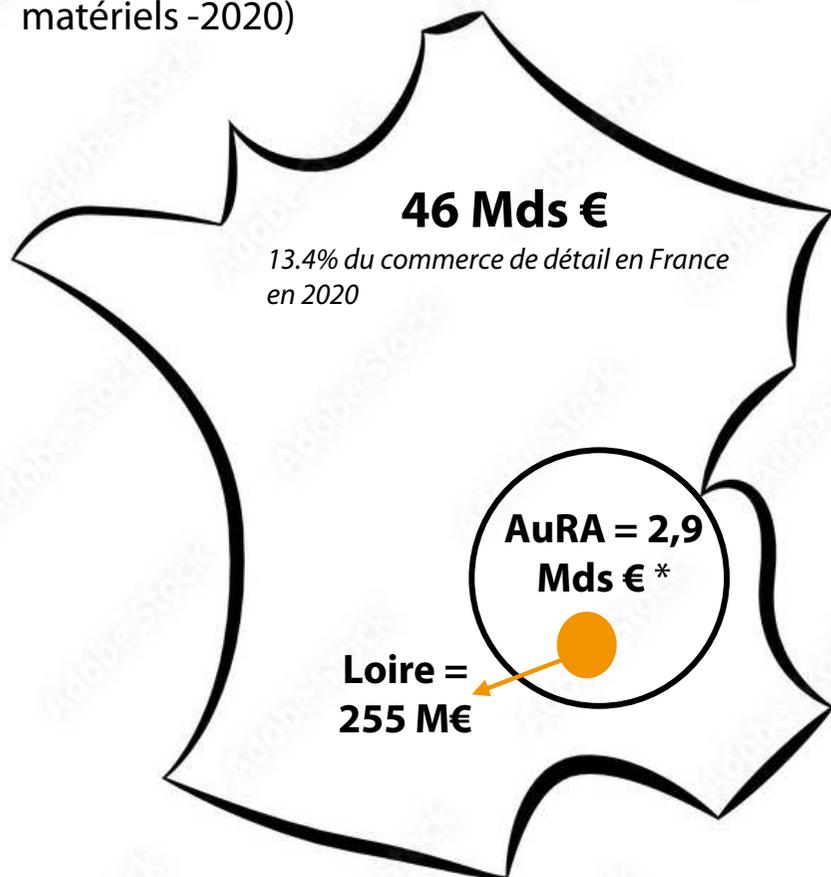
# De quoi parle-t-on ?



# Le e-commerce, d'aujourd'hui...

# Un ancrage de plus en plus prégnant dans les pratiques d'achat

Poids du e-commerce en France et en AuRA (bien matériels -2020)



\*soit 10% du commerce de détail en AuRA et l'équivalent du chiffre d'affaires de 11 pôles commerciaux comme Monthieu Pont de l'Âne

En France, en 2020, part de marché du e-commerce : 13,4% contre 10% en 2019 et 7% en 2013

**+3,4 points de marché** entre 2019 et 2020, soit autant qu'entre 2013 et 2019 (effet crise sanitaire)

En AuRA, la part du e-commerce est similaire à la moyenne française en représentant 5% des dépenses alimentaires et 10% en non-alimentaires

# Un ancrage de plus en plus prégnant dans les pratiques d'achat des Aurhalpins



77% des Aurhalpins ont commandé sur internet en 2019



Poids de la génération Z, futurs consommateurs



Succès sur les articles de sport, l'électroménager et les produits high tech



Poids du e-commerce plus élevé dans les secteurs ruraux

# Des acteurs qui réadaptent leurs stratégies

## Acteurs directs : Les principaux E-marchands dans la vente de biens de consommation

### Pure-players

→ Entreprise créée pour la vente en ligne (interface Web 100% au démarrage)

### Généralistes (Multispécialistes)



### Spécialistes



### Grandes enseignes physiques

→ Entreprise créée pour la vente physique qui a développé une interface Web par la suite

### Généralistes



\* Marketplace → Mise à disposition de l'interface Web pour d'autres distributeurs / fournisseurs (→ objectif : augmenter les références)

Source : e-commerce-nation.fr / parmi le Top 100 des sites les plus vus en France



# Des acteurs qui réadaptent leurs stratégies

## Acteurs indirects : acteurs de la logistique

### Acteurs indirects - Focus sur les métiers de la logistique

Plusieurs types de logisticiens :

- Prestataires ou intégrés qui assurent tout ou partie de la chaîne logistique
- Acteurs dédiés pour les grands groupes ou spécialisés par type de marchandises qui sont multifournisseurs et multidestinataires

*De nombreux logisticiens interviennent à plusieurs niveaux de la chaîne logistique (ex : Géodis ou XPO).*

### Exemple d'acteurs principaux :

#### STOCKAGE



#### TRANSPORT



#### LIVRAISON dernier km

##### Expressistes



##### Points relais / consignes



# Une modification des flux de logistiques et de livraisons



- 505 millions de colis distribués en 2019 en France
- 86% des acheteurs ont eu recours à la livraison à domicile au moins une fois dans l'année
- La moitié des entrepôts logistiques de taille XXL concernent la grande distribution et 1/3 le e-commerce (*Colliers international, 2018*)
- 25% des demandes logistiques placées en France concernent des surfaces supérieures à 60 000 m<sup>2</sup> (*Cushman & Wakefield, 2019*)
- Concentration dans le corridor Lille-Marseille de la majorité des implantations logistiques de France (notamment e-commerce)

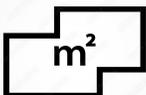
webinaire e-commerce

**... à demain**



# Projection de développement du e-commerce à horizon 2025 en AuRA\*

Rappel :  
2020 : + 8,5 pts  
en 1 an  
(confinement)

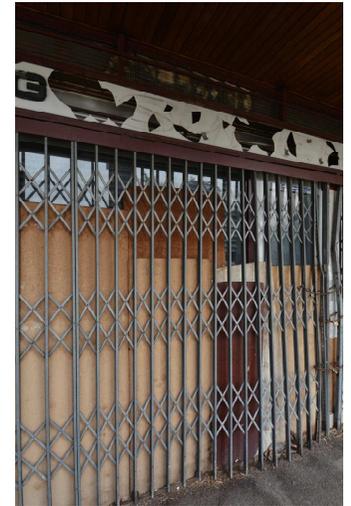
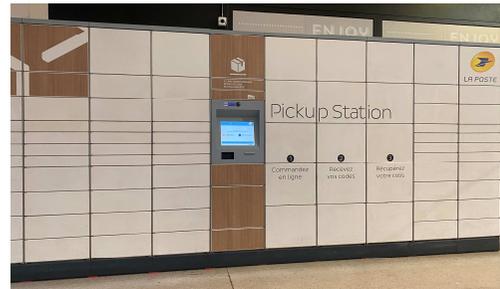
	PROBABILITÉ FAIBLE	PROBABILITÉ FORTE	PROBABILITÉ MOYENNE
	<b>Croissance tendancielle + 2 points</b>	<b>Forte croissance + 4 points</b>	<b>Croissance exponentielle + 10 points</b>
	+ 1 000 à 1 500	+ 400 à 500	- 1 000 à 1 500
	+150 000 à 200 000 m <sup>2</sup>	+ 60 000 à 80 000 m <sup>2</sup>	-300 000 à 350 000 m <sup>2</sup>
	+ 2,9 à 3,1 %	+ 0,8 à 1%	- 5,8 à 6,2%
	+ 10 à 12 millions	+ 18 à 22 millions	+ 40 à 45 millions



# Les impacts prévisibles liés au développement du e-commerce

Sur les  
commerces  
physiques

Sur les flux et  
la logistique



# Les impacts prévisibles sur les commerces physiques

Réduction du potentiel de développement commercial des GMS voire émergence de surfaces excédentaires



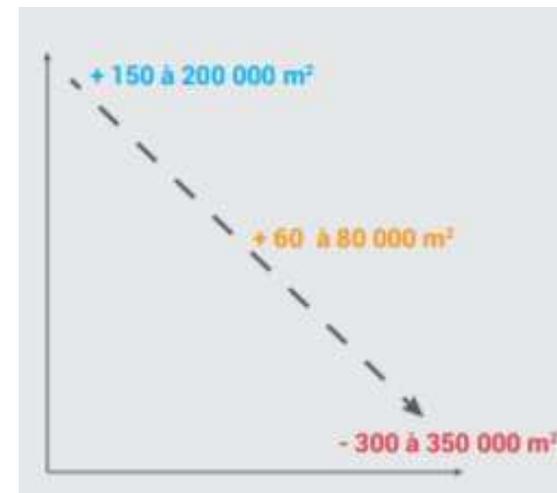
## Fragilisation de l'offre physique

existante :

+1 000 commerces jusqu'à -1 500 commerces selon les scénarii

## Apparition de friches :

de +150 000 m<sup>2</sup> supplémentaires jusqu'à -350 000 m<sup>2</sup> excédentaires selon les scénarii



Accélération du renouvellement des magasins et des pôles commerciaux



## Renouvellement vers d'autres fonctions

Obsolescence des très grands formats et des zones commerciales

Diminution des zones de chalandise



# Les impacts prévisibles sur les flux et la logistique

Explosion du nombre de colis liés au e-commerce



+10 millions jusqu'à +45 millions de colis supplémentaires selon les scénarii

Augmentation des **distances parcourues** des marchandises et **démultiplication** des véhicules en circulation,

Accélération de la **dégradation** du cadre de vie

Nouveaux **besoins environnementaux**

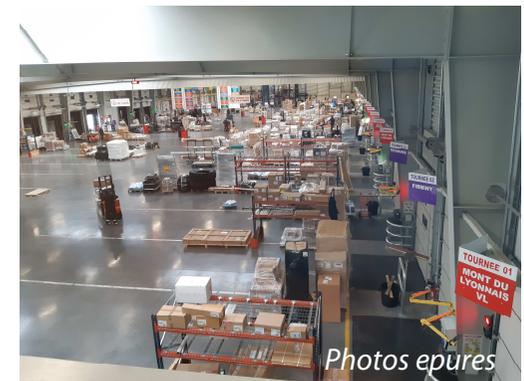
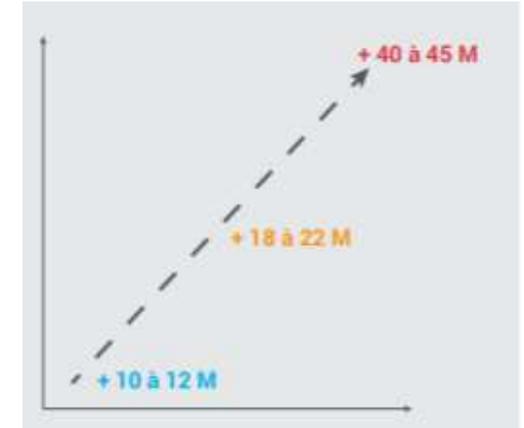
Croissance et diversification des besoins logistiques sur des formats XS à XXL



**Croissance des besoins** fonciers et immobiliers des activités de logistique

Développement de la logistique **au plus près des lieux de consommation**

Accélération de la **déqualification des entrepôts** logistiques de 1ère génération



# Comment accompagner l'essor du e-commerce ?

# Enjeux et exemples de leviers d'intervention pour les collectivités

## ENJEU 1

Prise en compte du e-commerce dans les stratégies d'aménagement des territoires (tout type de territoire)

Sensibilisation des élus

Intégration de la baisse des m<sup>2</sup> commerciaux dans les documents

Maîtrise des implantations commerciales en dehors des localisations préférentielles

...

## ENJEU 2

Adaptation et renouvellement de l'immobilier commercial des secteurs périurbains et périphériques

Déploiement d'outils d'observation

Recyclage d'actifs commerciaux vers d'autres fonctions économiques (dont logistiques)

...

## ENJEU 3

S'appuyer sur le e-commerce comme levier de renouvellement des centralités

Abandon de la fonction commerciale de secteurs excentrés ou fortement vacants dans les centralités

Accompagnement au développement de nouveaux services à la clientèle (casiers, conciergeries) et de concepts innovants ou hybrides

...

webinaire e-commerce



# Enjeux et exemples de leviers d'intervention pour les collectivités

## ENJEU 4

Accompagnement des commerçants à l'omnicanalité (tout type de territoire)

Consolidation de partenariats publics/privés sur des projets clés en main

Accompagnement au développement de place de marchés locales

...

## ENJEU 5

Déploiement de solutions immobilières logistiques renouvelées et adaptées aux territoires

Amélioration de la connaissance

Programmation d'espaces fonciers et immobiliers logistiques adaptés aux nouveaux besoins

Reconversion d'espaces urbains sous-optimisés, d'entrepôts logistiques obsolètes

...

## ENJEU 6

Régulation des flux de marchandises et des livraisons à domicile en cœur de Métropoles et Agglomérations

Réflexion sur la mise en place de contraintes pour les livraisons à domicile

Structuration d'aires de livraison et des règles de circulation en milieu urbain

Accompagnement au développement d'un réseau de points relais

...

# Les outils mobilisables

- **Outils de planification, réglementaires ou stratégiques** : Scot, PLU(i), PDU, schémas stratégiques
- **Outils opérationnels** : portage public ou public-privé, appels à projet
- **Outils fiscaux** : primes à la reconversion ou taxation
- **Dispositifs** : action cœur de ville / petites villes de demain, opération de revitalisation de territoire, moratoire, management de centre-ville, etc.
- **Autres** : Observatoires (flux, foncier, immobilier, vacance), schémas de points relais, péages urbains

=> Une étude qui fait écho à la loi Climat et résilience : objectif ZAN, déploiement des ZFE, intégration de la logistique commerciale dans le DAAC

# En savoir +

Etude complète :

[https://www.epures.com/images/pdf/economie-emploi/Etude\\_ecommerce\\_Urba4\\_Dreal\\_Final\\_2021.pdf](https://www.epures.com/images/pdf/economie-emploi/Etude_ecommerce_Urba4_Dreal_Final_2021.pdf)

Synthèse de l'étude :

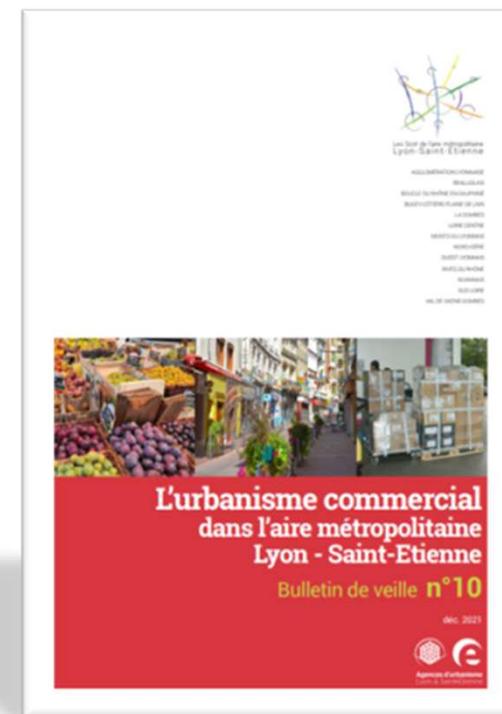
[https://www.epures.com/images/pdf/economie-emploi/00-210-04\\_iS-urba-commerc.pdf](https://www.epures.com/images/pdf/economie-emploi/00-210-04_iS-urba-commerc.pdf)

Etude « la logistique : données et regards d'acteurs », 2021

<https://www.epures.com/index.php/publication/s/epures/transports-deplacements/1157-la-logistique-donnees-et-regards-d-acteurs>

Webinaire sur la logistique du 8/02/2022 :

<https://www.epures.com/index.php/observation/webinaires/1210-les-webinaires-des-observatoires-observatoires-transversaux-2>



# Les prochains webinaires

**12 avril** : méthodologie de constitution d'une « toile industrielle »

**3 mai** : les marchés fonciers : les terrains à vocations économiques



# webinaire e-commerce

