

Boîtes aux lettres contre « lockers » : le match de la réception des colis

SERVICES

Les PME qui fabriquent des boîtes aux lettres tentent de faire face à l'essor de la livraison de paquets dans l'Hexagone.

Ils cherchent à ramener vers les domiciles le flux capté par les consignes automatiques et les relais commerçants.

Bénédicte Weiss

—Correspondante à Strasbourg

On en trouve désormais partout. Les consignes automatiques, alias « lockers », fleurissent dans l'Hexagone, de l'Alsace à la Nouvelle-Aquitaine et des Hauts-de-France aux Bouches-du-Rhône. Mis en place par de gros opérateurs de la livraison, ces casiers connectés permettent aux destinataires de commandes en ligne de récupérer leurs colis tous les jours, à toute heure et de manière sécurisée grâce à des systèmes de codes à usage unique. Sans compter, selon Audrey Ohnna, « senior manager » du cabinet de conseil en stratégie Vertone, et auteure d'un récent rapport sur le sujet des « Enjeux de sécurité à la maison », qu'ils permettent d'éviter la venue de livreurs. Pour leur part, les transporteurs y trouvent un intérêt en termes de coûts de gestion financier comme écologique du dernier kilomètre.

Le phénomène souffle cette année sa dixième bougie : c'est en 2014 que le numéro un de la livraison hors domicile en France, Pickup, a ouvert le bal dans des zones de grand flux comme les gares. Aujourd'hui, l'opérateur compte environ 3.500 consignes aux côtés de 17.000 relais commerçants. Le gros de l'essor date de ces deux dernières années et Pickup table sur l'installation de plus de 2.000 nouveaux points de livraison en 2025 comme en 2026.

« Le marché a pris, avec des utilisateurs qui apprécient beaucoup ce mode de livraison répondant à un besoin de flexibilité », juge Maxime d'Hauteville, président de cette filiale du groupe La Poste qui publie un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros. S'y ajoute un intérêt pécuniaire : en dix ans, le prix des casiers connectés a été divisé « par deux, voire deux et demi », selon le dirigeant, dont l'entreprise se fournit en Europe et en Asie. Mondial Relay,

qui dispose du plus grand nombre de consignes en France (plus de 6.000), se fournit pour sa part « intégralement en Europe ».

69 % de colis

Même cumulées aux casiers d'autres géants de la distribution comme Amazon, ces consignes ne servaient, selon Vertone, qu'à la livraison de 4 % des colis en 2022, contre 24 % pour les points relais commerçants et 69 % pour la livraison à domicile. Un an plus tôt, la livraison à domicile était à 72 %, soit 3 points de plus, ensuite perdus au profit des consignes, qui étaient à 1 %. Le tout dans un contexte de croissance quasi continue – quoique ralentie depuis deux ans – du marché des colis, livrés par divers opérateurs (La Poste bien sûr, mais aussi Amazon, DPD ou d'autres).

Si l'écart entre les différents types de livraison reste considérable, ces évolutions suffisent à faire réagir les fabricants de boîtes aux lettres, qui redoutent en parallèle la baisse de l'envoi de courriers. Elles sont une dizaine de PME en France, pour la plupart affiliées au Syndicat national des industriels de boîtes aux lettres et colis (Sibco), créé en 2012 pour répondre alors à la progression des relais commerçants. Elles représentent quelque 800 emplois pour un chiffre d'affaires d'approximativement 80 millions d'euros.

Les fabricants de boîtes aux lettres cherchent à la fois à répondre à l'essor du marché du colis et à l'orienter davantage vers le domicile. « Notre but est de monter à 98 % de réception à domicile », affiche le président du Sibco, Thierry Supernat. Parmi les moyens envisagés, il y a, notamment, le développement de boîtes de différents formats, plus grandes que les boîtes aux lettres et mutualisables entre voisins d'immeuble, pour permettre aux livreurs d'y déposer de grands cartons. Le tout en permettant la privatisation de chaque boîte par un seul habitant le temps de sa livraison.

« Le marché a pris, avec des utilisateurs qui apprécient ce mode de livraison répondant à un besoin de flexibilité. »

MAXIME D'HAUTEVILLE
Président de Pickup



Renz, installé en Moselle, est l'un des deux plus gros acteurs français du secteur et cherche à se diversifier. Photo Renz

S'ajoute la mise sur pied par les deux plus gros acteurs du marché, Renz France et Decayeux, d'un nouveau système électronique d'ouverture des façades de boîtes aux lettres, jugé plus sûr que les traditionnelles serrures car permettant l'identification du livreur qui l'opère. « Nous espérons que ce système sera normalisé. C'est cela qui a fait qu'en 1979, la serrure a été posée sur toutes les boîtes du jour au lendemain », relève Thierry Supernat.

« Contraire à nos valeurs »

Cette année-là, une norme a imposé une certaine taille pour les boîtes aux lettres des habitations neuves et la mise en place d'une serrure en façade. Mis ensemble, ces deux éléments y permettent la réception de la moitié des colis. Le Sibco met encore en avant une analyse de cycle de vie des colis réalisée en 2023 par Colissimo, qui pointe une multiplication par 2,4 de l'impact climatique d'une livraison en allant la chercher en voiture thermique à cinq kilomètres plutôt que de voir une livraison à domicile réussie.

A Montbozon (Haute-Saône), Gindro ne veut pourtant pas

s'engouffrer dans la brèche. L'entreprise, dont 10 % du chiffre d'affaires de 7 millions d'euros dépend des boîtes aux lettres, ne souhaite pas se lancer dans les boîtes à colis à domicile. « Même nos boîtes aux lettres les plus robustes ont pu être cassées dans des cages d'escalier », observe son président, Sébastien Gindro, s'interrogeant sur la solidité à long terme des systèmes d'ouverture collectifs.

Parmi les tenants de la stratégie du Sibco, certains cherchent en plus à se diversifier. C'est ce que fait Renz France à Sarreguemines, en Moselle. L'entreprise, qui publie 22 millions de chiffre d'affaires, propose aussi des casiers pour le retrait d'achats en « click & collect ». Mutualisables entre plusieurs petits commerçants, ils permettent le retrait de commandes même hors des plages d'ouverture des échoppes. Il n'est en revanche pas question de produire des consignes pour ce spécialiste de la fabrication en France et en Europe de modules personnalisés et « sans logique de masse », expose Xavier Lechler, directeur commercial. « Ce serait presque contraire à nos valeurs », tranche-t-il. ■

L'épicerie automatique au secours des communes

Sans commerce alimentaire depuis un demi-siècle, la commune de Livry, dans la Nièvre, vient d'ouvrir une épicerie automatique, sous forme de casiers réfrigérés.

Bénédicte Weiss

—Correspondante à Strasbourg

Avec le passage de 500 à 700 habitants ces dernières années et l'essor de la grande distribution, la commune de Livry (Nièvre), qui n'avait plus d'épicerie depuis les années 1970, se cherchait un commerce. Mais sans pouvoir toutefois assurer que le chiffre d'affaires de ce dernier suffirait à payer le salaire nécessaire pour tenir la boutique...

La municipalité élue en 2020 a donc opté pour une « épicerie automatique ». Soit 132 casiers réfrigérés alimentés en fromages, légumes, œufs ou charcuterie par des artisans et des cultivateurs situés à quinze kilomètres à la ronde. Depuis son ouverture, en juin dernier, près de 2.000 clients ont réalisé quelque 5.000 ouvertures de ces casiers installés dans une ancienne grange du restaurant communal.

Effet boule de neige

L'idée a germé avec la création d'un marché de producteurs éphémère sur la place du village pour répondre aux besoins des habitants confinés durant les premières vagues de Covid. Le but : offrir aux producteurs un débouché en plus tout en servant les riverains et les occupants des 1.500 véhicules qui empruntent chaque jour la départementale traversant la commune. Un pourcentage de 15 % est prélevé au profit de la mairie sur le chiffre d'affaires réalisé grâce aux casiers. S'ajoute un effet boule de neige : « Nous avons été sollicités par un boulanger pour ouvrir juste à côté

de l'épicerie automatique », relate Adrien Aufevre, le maire de la commune. Nous avons financé conjointement les deux projets à hauteur de 100.000 euros, avec l'aide de l'Etat à hauteur de 30 % et de la région à hauteur de 50 %. Plus de 21.000 communes ne disposaient d'aucun commerce en 2021, selon l'Insee. Alors des demandes de collectivités. Manuel Moutier, le président du Casier Français qui a installé l'épicerie de Livry, indique en recevoir quotidiennement.

L'entreprise, qui a fabriqué ses premiers modules de casiers en 2019, en produit aujourd'hui environ 600 par an à Templemars, dans le Nord. Le dirigeant assure que, hormis pour quelques composants électroniques plus difficiles à trouver, son entreprise se fournit à 30 kilomètres à la ronde. Le tout afin de servir des épiceries, des artisans et des producteurs locaux, pour 80 % de son chiffre d'affaires de quelque 7 millions d'euros.

De plus en plus de commerces se dotent de casiers, réfrigérés ou non. Cela permet de diversifier les ventes ou d'élargir l'amplitude horaire du service. C'est le cas des casiers en « click & collect », un marché sur lequel s'immiscent aussi de jeunes pousses en prenant en compte des demandes parfois très spécifiques. Drive Cube, à Saint-Genis-Laval (Rhône), permet la réception de chauffe-eau dans des gros casiers, tout comme la livraison de médicaments devant des pharmacies dans de tout petits modules. ■

600

CASIERS

La production annuelle du Casier Français, à Templemars, dans le Nord.

Edelen veut faire de ses boîtes à colis « un standard »

L'entreprise des Bouches-du-Rhône vient de recevoir l'homologation de La Poste pour sa boîte aux lettres intégrant un compartiment indépendant pouvant accueillir des paquets. Elle espère en écouler 350.000 par an.

Paul Molga

—Correspondant à Marseille

Avec un petit millier d'unités vendues en dix ans, la première version de casiers de réception de colis proposée aux particuliers par la société Edelen n'a pas rencontré son marché. Mais son président fondateur, Christophe Szabo, a le sourire : il vient d'installer à Saint-Cloud (Hauts-de-Seine) un nouveau modèle plus simple d'utilisation et

revient du Salon de la copropriété avec un carnet plein de commandes. « L'explosion du commerce en ligne rend inéluctable la pose de ce type de boîtes sécurisées et suffisamment grandes pour les livraisons de paquets à domicile », explique-t-il.

Contrairement aux « lockers » des points relais, ses casiers ne contiennent pas d'électronique. « Nous avons simplifié le design à l'extrême pour éviter les frais d'entretien et de dépannage », poursuit le patron. Sa première mouture était un casier collectif dont tous les habitants inscrits de l'immeuble avaient le code. Il fallait faire confiance. Ses nouveaux modèles sont individuels et se débloquent en appuyant sur un bouton qui reste actif quelques secondes après que le livreur a pénétré dans le hall d'immeuble avec son badge électro-

nique Vigik. Celui-là même qui équipe les facteurs.

Des casiers en métal ou en bois

Ces boîtes à colis ont été testées pendant un an sur deux sites pilotes à Paris et Aubagne (Bouches-du-Rhône), siège de l'entreprise, avant que La Poste donne son feu vert tout récemment. « Elles deviendront un standard dans moins de cinq ans », parie Christophe Szabo.

L'an passé, les Français ont réceptionné 34 colis en moyenne, soit trois de plus qu'en 2022, selon une enquête Ipsos. Les trois quarts ont été directement livrés à domicile, soit dans la boîte aux lettres, soit en main propre, soit auprès d'un gardien ou d'un voisin. Les boîtes à lettres connectées ne représentent que 0,3 % des livraisons (contre 4 %

pour les consignes automatiques), mais elles remportent une adhésion massive : 59 % des acheteurs en ligne préfèrent cette solution plutôt que d'avoir à se déplacer.

En se fondant sur ce sondage prometteur, Edelen a conçu toutes une gamme de casiers adaptés au neuf ou aux chantiers de rénovation avec des finitions en métal ou en bois de différents formats, de 31 à 72 litres, pouvant accueillir des objets jusqu'à 50 centimètres de haut pour les plus grands. Avec une dizaine de produits à son catalogue, 3 millions d'euros de chiffre d'affaires et 30 collaborateurs, l'entreprise revendique 10 % du marché. Son innovation lui ouvre un potentiel d'équipement de 22 millions de boîtes à lettres collectives. Christophe Szabo s'attend à en écouler rapidement 35.000 unités par an. ■