

# Achats en ligne : quand la livraison tourne au cauchemar

Un milliard de colis ont été livrés en 2020 en France par une noria de camionnettes. Au bout de la chaîne de l'e-commerce, des dizaines de milliers de couacs, de paquets égarés ou détériorés entre l'entrepôt et le domicile... et des acheteurs excédés.

Par Pascale Krémer et Catherine Rollot

Publié le 22 janvier 2021 à 17h30 - Mis à jour le 23 janvier 2021 à 18h44 - Lecture 9 min.

Article réservé aux abonnés



Chaque fois, les mêmes précautions. Baisser la musique ou carrément s'en passer, délaissier la chambre du fond de l'appartement pour le salon bien plus proche de la porte d'entrée, être prête à bondir au premier signe d'arrivée imminente... Melody, étudiante privée de cours en présentiel, assure le service réception des commandes familiales.

La sonnette faiblarde, l'ascenseur capricieux de son vieil immeuble parisien, la volée de marches devant la porte palière sont autant d'obstacles pour un livreur pressé. Mieux vaut aller à sa rencontre avant qu'il ne rebrousse chemin. D'autant que la jeune femme de 24 ans sait sa mère, grande utilisatrice de sites en ligne, « stressée à chaque livraison ». « Dès qu'elle rentre, c'est : "Tu as reçu la commande ?" En cas de retard, toutes les dix minutes elle demande : "Toujours rien ?" » Censée libérer des horaires des magasins, des files d'attente et des déplacements, la livraison enchaîne. Mère, fils, voisin, gardien sont aux aguets, sonnette vérifiée, un œil sur la montre, l'autre sur l'ordinateur ou le smartphone, soumis à la lente torture du tracking numérique du colis lorsque la machine se grippe.

Les portes closes des magasins, puis la crainte de les fréquenter, ont accéléré, depuis l'irruption de la pandémie, l'impressionnante montée en puissance de la consommation sur écran (13 % des achats, selon la Fevad, Fédération du e-commerce et de la vente à distance). Et donc de son corollaire : la livraison à domicile.

## En expansion continue

Un univers en expansion continue. Les 110 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2020 par l'e-commerce, en France, se sont matérialisés en « près d'un milliard de colis livrés aux particuliers, après les 800 millions de 2019 », estime Xavier Mallet, directeur général de Colissimo, qui effectue la moitié de ces livraisons – La Poste, globalement, en réalise les deux tiers, en ajoutant ses filiales Chronopost et DPD.

D'où la noria sans fin de camionnettes, la frénésie des livreurs, la valse hésitante des paquets. Chaque jour, 3,5 millions de colis doivent arriver à bon domicile. Lorsque Noël approche, on frise les 8 millions et le tournis. Qui résiste encore à cette grisante facilité ? Au chaud, à l'abri des miasmes et de l'attente en caisse, d'un clic, acheter ; 92 % des Français consomment en ligne au moins une fois par an (baromètre OpinionWay pour SprintProject et GS1 France, 2019), 58 % au moins une fois par mois...

Lire aussi l'e-commerce défend son rôle d'amortisseur de la crise

Tous livrés. Et à domicile, s'il vous plaît ! 89 % des clients Internet exigent d'être servis chez eux. Donc tous narrateurs d'anecdotes sur la livraison impliquant l'un ou l'autre de ces transporteurs (Chronopost, Colissimo, Mondial Relay, Colis privé, UPS, DHL, TNT, Star Service...) honnis durant quelques jours, voire quelques semaines. Il y est invariablement question du congé posé et finalement gaspillé en vaines attentes. Nulle sonnerie, mais un avis de passage ou un SMS. « Livreur passé, personne absente, veuillez nous contacter pour nouveau R.V. » Ou : « Remis à un Point Relais car absent. » Rageant ! Surtout quand, en campagne, le susdit Point Relais se trouve à 15 km.

Ayant fait 120 km de route pour tenter de récupérer son colis, « Melbourne » implore : « Je ne demande même pas qu'on me le livre, je veux juste savoir où il est. »

Autre classique, le SMS impromptu de mi-matinée : « Bonjour, votre Colissimo [numéro à rallonge] arrive aujourd'hui, votre présence est requise »... Lu en pleine réunion au bureau. Ou le téléguidage du livreur ne disposant d'aucune des indications laissées sur le site qui, à l'arrivée, irrité, refuse de monter le colis dans les étages. Ou la tournée des voisins, pour une soirée à thème « Chasse au colis »... Que ne ferait-on pour s'éviter la queue à la poste, le détour au Point Relais ? Camper sur le pas de la porte, descendre en pyjama dans la rue, attraper le colis à la volée, courir derrière le camion qui ne s'est pas arrêté.

Même démêler des quiproquos de hall d'immeuble. Car dans la course folle des colis, la vérification du destinataire passe à l'as. Descendu à toute vitesse de son deuxième étage pour réceptionner un vélo d'appartement, Bruno a vite compris que son colis avait été remis par erreur au jeune homme, bras encombrés, qu'il venait de croiser dans l'escalier. S'en est suivi un dialogue de comédie. « Je crois que vous avez mon carton ? » « Mais non, c'est le mien... » Après lecture du nom sur l'emballage, c'est l'informaticien cycliste qui a décroché le gros lot. Le jeune homme, lui, est revenu à la case départ. Attente du livreur dans le hall... De ces déboires, le forum de 60 millions de consommateurs se fait l'écho avec ses 7 600 résultats. C'est l'un des plus actifs de l'association. Entre SOS et coups de gueule, les clients échaudés, désespérés ou furibards se lâchent.

« Enervement complet et sensation d'être prise pour une buse », grogne sous pseudo « Ours bleu », privée de colis, alors que le livreur assure avoir sa signature. « Joli pinson » s'étonne que le cadeau en voyeur pour la Fête des mères ait atterri sur la poubelle extérieure de l'octogénaire. « Heureusement, le carton était abîmé par la pluie mais pas le livre à l'intérieur. » « OÙ EST MON COLIS ? » questionne en majuscules « Melbourne », à la recherche d'un envoi ballotté entre Niort et Cergy puis retourné à l'expéditeur. Visiblement au bout du rouleau et après 120 km de route pour tenter de le récupérer, il implore : « Je ne demande même pas qu'on me le livre, je veux juste savoir où il est. »

## Au pays de l'absurde

Embarqués au pays de l'absurde : tel est le sentiment commun des mal livrés. « L'avis de passage qui indique l'absence alors qu'on n'a pas bougé de chez soi, le colis qui fait des allers-retours ou qui ne décolle pas de la plate-forme, les services clients du cybercommerçant et du transport qui jouent au ping-pong en se rejetant toute responsabilité, c'est ce qui agace le plus », constate Benjamin Douriez, rédacteur en chef adjoint des magazine et site 60 millions de consommateurs.

Frustration et colère se mesurent aussi sur les sites recueillant les avis de clients, comme Trustpilot. Colissimo est rebaptisé « Collis fiasco », Colis privé « Privé de colis » ; les internautes se plaignent de l'impossibilité d'attribuer moins d'une étoile. Evidemment, les réseaux sociaux en résonnent. Le 29 décembre 2020, Chronopost figurait en « tendance » Twitter, parmi les sujets les plus commentés. @lisalaposte, le compte du service clients de La Poste, tente de répondre aux centaines d'interpellations quotidiennes, volontiers illustrées de photos de colis écabouillés dans les boîtes aux lettres, déchiquetés, vidés, abandonnés sur le paillason, quand ce n'est sur le trottoir, ou balancés par-dessus le grillage.

Après trois semaines de bataille homérique avec Chronopost, à la plate-forme de Rungis, au moment de récupérer un smartphone qui allait retourner chez l'expéditeur, Jérôme s'entend dire : « Vous avez de la chance. »

En août 2020, ce tweet remportait le concours d'ironie : « Chronopost va se lancer dans la livraison de colis. L'entreprise spécialisée dans la distribution d'avis de passage va se diversifier en livrant les colis qui lui sont confiés. » Bien drôle, mais la pauvre @lisalaposte essuie surtout des insultes. « J'ai découvert les limites de ma résistance psychique », confie Jérôme, professeur d'histoire quinquagénaire pourtant débonnaire et habitué des classes difficiles. Un smartphone devait lui être livré sous quarante-huit heures par Chronopost. Présent chez lui, il avait fourni le code d'entrée et numéro de téléphone portable, mais n'a rien vu venir. Pas le moindre avis de passage, SMS ou mail. S'en sont suivies trois semaines d'une bataille

étude réalisée, en 2018, par le fabricant de cartons britannique DS Smith. Avec un grand écart selon les catégories : de 18 % pour les vêtements et chaussures à 64 % pour la verrerie, en passant par plus de 50 % pour les jouets, articles de cuisine ou épicerie.

Pourquoi tant de couacs ? Plus de la moitié (54 %) des personnes sondées par OpinionWay affirment avoir été confrontées au moins une fois, en 2020, à un problème de livraison.

« *Effet de masse* », justifie Xavier Mallet, qui revendique pour Colissimo 95 % de réussite de la livraison au premier passage, et 97 % au final, comme Chronopost : « *Le pourcentage de bugs est faible mais s'applique à 4 millions de Colissimo par jour en décembre.* » D'où les dizaines de milliers d'insatisfaits, renouvelés chaque jour. « *Quant aux vols, colis écrasés ou laissés n'importe où, c'est inadmissible. Chaque réclamation déclenche une enquête.* »

La congestion automobile des grandes métropoles, la disparition progressive des concierges ne facilitent pas non plus le bon déroulé du « dernier kilomètre », entre entrepôt et domicile.

« *Et puis, nous sommes tous un peu schizophrènes, ajoute Bertrand Pineau, chargé de la logistique à la Fevad. Nous voulons être livrés rapidement, sans trop d'impact carbone, et à la maison, mais nous rechignons à en payer le prix.* » Pour tirer les coûts, les transporteurs recourent à la sous-traitance. Parfois massivement (80 % de l'activité chez Chronopost) et en cascade. M. Pineau décrit l'« *agrégat de TPE-PME, voire d'autoentrepreneurs mis sous pression par leurs mandataires* ».

## Coolies des temps modernes

Tenus à des cadences intenable, payés au lance-colis, les livreurs ont le stress communicatif. Difficile, pourtant, de leur jeter la pierre. Et même d'arrêter leur course effrénée afin de vérifier le contenu du fardeau tout juste déposé. « *Les livreurs n'ont pas toujours le temps de faire correctement leur boulot* », insiste Benjamin Douriez, de 60 millions de consommateurs.

L'acheteur en chaussons culpabilise un chouïa face à l'esclave ubérisé. Comme Pauline, 46 ans, directrice d'un centre de formation pour adultes à Nantes, qui « *accueille toujours avec un large sourire* » ces coolies des temps modernes. Aussi soulagée « *d'avoir reçu la commande sans encombre, qu'un brin honteuse d'avoir imposé l'épreuve d'un 5<sup>e</sup> étage sans ascenseur à un travailleur précaire* ». Une prise de conscience passagère qui ne l'empêche pas de replonger régulièrement, avec délice, dans le bain des achats en ligne.

Lire aussi Les employés des entrepôts d'Amazon appellent à faire grève aux Etats-Unis Seul contact physique avec le client, la livraison est le nerf de la guerre que se livrent les enseignes de commerce électronique. Question d'image. De gros sous, aussi : remplacer le produit manquant ou dégradé coûte cher. Alors les commerçants de derrière l'écran, comme leurs prestataires de livraison, se démènent.

Colissimo a instauré un second passage systématique le lendemain (ou un autre jour choisi par le client), œuvre pour la réduction de la taille des paquets, pour la numérisation des serrures de boîtes aux lettres. Amazon (avec ses 3 000 Amazon Lockers) et La Poste (Pickup Stations) parsèment grandes surfaces commerciales, stations-service, gares et parkings de consignes automatiques. Tous voient d'un bon œil l'installation de nouvelles boîtes à colis sécurisées et intelligentes dans la sphère domestique.

Selon les études (Metapack, 2016), 38 % des acheteurs ayant connu des déboires avec un transporteur fuient ensuite le site qui y a eu recours. De là à renoncer à toute livraison... Un étonnant processus d'oubli semble opérer, comme après les douleurs de l'enfantement. Pour la survie de l'espèce consumériste.

Ma boîte à colis

Même normalisée, la taille des boîtes aux lettres est insuffisante pour accueillir plus de la moitié des colis. Déjà répandues au Japon, des boîtes à colis sécurisées et intelligentes apparaissent donc depuis peu dans les halls d'immeuble ou devant les maisons. L'acheteur en ligne charge une application et génère un code à usage unique qu'il indique lors de sa commande. La livraison peut alors s'effectuer à toute heure, hors de sa présence. Si la boîte est connectée, il recevra une notification sur son smartphone.

Depuis 2019, la start-up française Boks en a installé un millier dans l'habitat collectif (700 euros la location annuelle pour l'immeuble) comme individuel (299 euros à l'achat). Olivier de Rodellec, cofondateur de Boks, insiste sur la pollution évitée par une livraison immédiatement réussie. Surtout lorsqu'elle sert plusieurs acheteurs. Le belge Bringme Box vend, en France, la plupart de ses boîtes à colis connectées à des entreprises, pour leurs salariés. « *Mieux pour le CO<sub>2</sub> que de livrer chaque maison* », selon le PDG, Jo Vandeborgh. Et sans contraindre au moindre détour.

Pascale Krémer et Catherine Rollot

Contribuer



