

E-COMMERCE

Par **Natalie Grange**

Reconversion réussie pour GT

En rachetant L4 3PL en 2008, la branche logistique du groupe GT a pris pied dans le e-commerce. Un pas en avant qui l'amène maintenant à faire du B to B pour ses clients spécialisés dans la vente en ligne, alors que le marché évolue.

Dans un marché du commerce en ligne qui marque le pas pour ses acteurs originels comme le secteur des ventes privées, l'activité Logistique du groupe GT est dopée par la croissance du chiffre d'affaires de L4 Logistics, une activité achetée en 2008 à l'éditeur L4 Epsilon pour pénétrer le marché de la vente sur Internet. Alors que le CA 2010 de l'activité reste identique à celui de 2009, aux alentours de 11 M€, L4 Logistics sur son créneau réussit une progression de 45 % de son CA 2010, qui se positionne à 15,5 M€, avec en prime un retour à l'équilibre. En 2009, les pertes étant de 1,7 M€, le résultat net s'affiche pour 2010 à 600 000€. Et pour 2011, GT attend une croissance en ligne avec celle du marché de vente en ligne, soit 20 % de progression, avec un impératif majeur « *qu'elle soit maîtrisée* », explique Michel Sarrat.

Entre temps, le portefeuille clients a bougé. Le secteur de la vente privée marque le pas, ce qui fait dire à Michel Gasganiyas, directeur de L4 Logistics, que « *la mutation de notre chiffre d'affaires se fera sur le multi-canal* ».

Par cette expression, il faut comprendre des enseignes de vente, comme les Galeries Lafayette ou des marques plus confidentielles comme Le Comptoir de l'homme, qui ont l'habitude de vendre en magasin mais qui viennent à la vente en ligne. La conquête de ces cibles convoitées par la concurrence ne s'est faite que sur le professionnalisme démontré par L4 en matière de systèmes d'information. « *Notre offre s'est construite autour de ce savoir faire, et nous sommes l'un des rares à faire du flux tendu* », confirme le dirigeant de l'activité. Dans les faits, cela implique que les sites L4 servent surtout à faire du cross-docking, la livraison terminale étant assurée par « *quinze transporteurs avec lesquels on travaille, autres que La Poste* ».

La maîtrise des flux d'information est un atout pour l'activité, d'autant que la concurrence commence à être rude. Les transporteurs viennent en effet sur le e-commerce car leurs clients les y amènent. Mais les grands groupes, avec leur logistique adaptée à une vision industrielle de la distribution, possèdent des outils qui semblent

surdimensionnés. L'envie peut donc leur prendre de les optimiser en assurant la logistique des ventes, par exemple, dont les achats sur Internet se nourrissent. « *Ils ne sont pas encore bien dimensionnés en prix mais ils peuvent devenir des concurrents sérieux* », pense Michel Gasganiyas.

Pour le moment, heureusement pour L4, les clients semblent plus intéressés par une accessibilité que par la lourdeur qu'implique le fait de travailler avec de grands groupes. La preuve, le groupe Galeries Lafayette, qui n'externalise pas sa logistique, a interface son système d'information central avec la plate-forme L4 de Bucy. « *Nous sommes l'exception* », se rengorge Michel Sarrat, qui prédit une concentration de la logistique du e-commerce. « *C'est normal car on ne peut rien faire en-deça d'un million par an d'investissement, sans compter les coûts de formation* ».

Autant dire que le dirigeant ne croit pas beaucoup au rachat d'acteurs du e-commerce par des fonds d'investissement, comme cela semble être le cas actuellement.

BT... HELP !

Conditions atmosphériques

Peut-on considérer que la marchandise est en avarie quand la température à l'arrivée est dépassée de quelques degrés seulement ? Plus généralement, des conditions météo, telle la canicule, peuvent-elles constituer un cas de force majeure exonérant le transporteur ?

► Seule une expertise contradictoire peut dire si la marchandise est encore propre à la consommation. Nous conseillons d'y recourir avant de donner satisfaction au destinataire et de traiter l'affaire en avarie totale ou partielle. Par ailleurs, s'il s'avère que les denrées étaient encore consommables malgré ces quelques degrés et que le donneur d'ordre (ou le destinataire) a exigé leur destruction ou interdit de les vendre en sauvetage, **l'indemnité à laquelle il peut prétendre est diminuée d'un tiers**. Ceci résulte des contrats types, applicables sauf convention contraire. Attention ! Cette « fleur » faite au transporteur ne vaut que pour les trajets intérieurs. En CMR, l'on ne peut toucher à l'indemnité.

► En ce qui concerne votre seconde question, la jurisprudence estime que les conditions météo ne relèvent de la force majeure que si l'événement était prévisible lors de la formation du contrat et irrésistible. Bien souvent, elle se fonde sur des bulletins météo et, si une vague de chaleur était annoncée, la force majeure ne sera pas retenue. En revanche, la solution pourrait être différente en cas d'orages de grêle violents, inopinés et inhabituels dans telle région. ☺