

Et si l'on repensait la logistique autour de la donnée ?

L'essor du e-commerce et la mondialisation des échanges ont fait évoluer les habitudes des consommateurs et leurs exigences. La logistique ne se limite plus à transporter des produits mais doit anticiper les attentes d'un monde globalisé et de clients hyper connectés qui attendent des marques un service rapide, fiable et sur-mesure. Pour rester compétitives, les entreprises n'ont plus d'autre choix que de placer la valorisation stratégique des données au cœur de leurs opérations logistiques.

Une croissance portée par de nouvelles dynamiques

En 2021, le secteur de la logistique pesait 8,4 billions d'euros. Il franchira le cap des [13,7 billions](#) d'euros d'ici à 2027, dopé par l'explosion des achats en ligne. En effet, le e-commerce a généré [5,8 billions](#) de dollars de ventes mondiales en 2023 et devrait dépasser les 8 billions de dollars d'ici à 2027.

Des géants comme Amazon et Alibaba ont redéfini les standards logistiques avec des livraisons ultra-rapides. Parallèlement, le bond du social commerce (boutiques sur les réseaux sociaux), qui représente 19 % du e-commerce mondial en 2024 (contre 9,7 % en 2020), vient accélérer cette transformation.

Une complexité de plus en plus importante

La diversification des parcours d'achats, la fluctuation imprévisible de la demande - liée à des catastrophes naturelles, des crises géopolitiques ou économiques, ou à des tendances - et la multiplication des différents modes de livraison représentent un véritable défi pour les logisticiens. Chaque commande entraîne une série de décisions stratégiques sur la gestion des stocks, l'optimisation des flux, ou encore la gestion du dernier kilomètre. La livraison à domicile ayant la faveur des consommateurs, les coûts liés à ce poste de dépense ont fortement augmenté. En 2023, la livraison du dernier kilomètre constituait [53 %](#) du coût total de distribution, forçant les entreprises à réévaluer leurs stratégies afin de réduire les dépenses tout en assurant la satisfaction client.

Quelles technologies au service de la collecte de données ?

Complexes, les chaînes logistiques doivent être repensées autour de la donnée pour gagner en efficacité. L'implémentation de technologies permettant sa collecte doit être anticipée et intégrée, aussi tôt que possible, au processus logistique. La RFID, les codes-barres et les codes QR, permettent d'automatiser l'enregistrement et le suivi des marchandises, et donc d'optimiser les flux d'expédition. Les capteurs IoT fournissent des informations remarquablement utiles quant à la localisation et l'état des produits - choc, humidité, pression - améliorant la gestion des stocks et limitant les pertes.

Pour être réellement efficaces, ces technologies doivent être couplées à des plateformes de gestion des données afin de passer d'un suivi intermittent à une visibilité de bout en bout, améliorant la prise de décision et l'efficacité en temps réel.

Exploiter les données pour améliorer les performances

L'exploitation des données permet d'optimiser considérablement les opérations logistiques. Par exemple, grâce à l'analyse de la consommation de carburant et des routes empruntées,

les entreprises peuvent ajuster leurs parcours de livraison et réduire les coûts ainsi que leur empreinte carbone. De la même façon, grâce à la planification des itinéraires et à l'anticipation des embouteillages et de la météo, il leur est désormais possible d'assurer des livraisons dans des délais très courts, tout en informant les destinataires en temps réel. La donnée permet aussi d'optimiser la charge. Grâce aux algorithmes qui examinent les volumes de cargaisons et les capacités de transport disponibles, le sous-emploi ou le surcroît de capacité peuvent être évités.

Passer à la vitesse supérieure avec l'IA

Si des algorithmes permettent déjà d'effectuer des prédictions quant à la gestion des stocks, de la demande, des trajets, ou encore de l'empreinte carbone, l'analyse des données va gagner en efficacité avec le quantique et l'IA générative. En transformant des données brutes en information à forte valeur ajoutée et en créant des liens d'apparence invisibles, ces technologies vont apporter un souffle nouveau et une intelligence accrue à l'ensemble du secteur de la logistique.

En témoigne le récent partenariat à 100 millions d'euros entre le fleuron français Mistral IA et le Groupe CMA CGM, acteur mondial des solutions maritimes, terrestres, aériennes et logistiques. Cette alliance vise notamment à déployer l'IA à grande échelle dans les opérations maritimes et logistiques. Un projet sur cinq ans que de nombreux acteurs de la logistique et amateurs d'IA suivront de près.

Par Louis Rozée, Chief Services & Logistics Officer (CSLO) chez LivingPackets.