

QUELLE PLACE POUR LE TRANSPORT COLLABORATIF ET A LA DEMANDE POUR LES MARCHANDISES ?

Michel Leclerc (avocat), Jérôme Libeskind (consultant) et Arthur Millerand (avocat)

Des modèles multiples et évolutifs

A l'instar de nombreux secteurs de l'économie, le transport de marchandises est un gisement d'opportunités pour les modèles collaboratifs et à la demande. Les modèles d'affaires dans ce secteur, également dénommés « *crowdshipping* », sont en effet multiples.

Une des premières expériences est venue de DHL, à Stockholm en septembre 2013, qui avec son service MyWays, a recours à des étudiants pour faire livrer des colis le soir. Egalement en 2013, Walmart annonçait une réflexion visant à mobiliser les particuliers qui faisaient leurs achats dans un supermarché afin de livrer les courses que leurs voisins avaient commandées sur internet. En septembre 2015, Amazon a débuté aux Etats-Unis la livraison de colis par des particuliers, avec son service Amazon Flex et la société californienne Uber n'est pas absente de ce secteur d'activité avec ses services UberRush et UberCargo. En France, plusieurs startups développent des modèles originaux, basés sur le transport de marchandises, comme You2You, Shopopop, MyBoxMan ou Du Pouce au Bras. Les modèles de Stuart ou de Birdiz, fondés sur l'utilisation de particuliers autoentrepreneurs, utilisent des logiques très proches avec des méthodes industrielles.

Le point commun de ces modèles économiques innovants est la technologie puisque ce sont des applications mobiles qui facilitent la mise en relation, assurent un suivi, gèrent le paiement et, comme la plupart des plateformes, permettent de noter celui qui fournit le service. A l'instar du covoiturage, le transport de colis à frais partagés s'est développé sur des trajets intra-urbains et inter-urbains mais également internationaux. Le segment qui a toutefois attiré le plus grand nombre de plateformes, dans le monde entier, est celui du dernier kilomètre. Repas, courses à domicile, transport de colis, pressing ou déménagements, le dernier kilomètre répond à des besoins multiples. Plusieurs startups françaises, comme Colis Voiturage, Bring4you, Cocolis ou DacOpacK, mettent en relation les offreurs de déplacements avec des clients afin de proposer le déplacement des marchandises selon différents modèles.

Il faut mentionner le transport aérien qui est en fort développement. Il s'agit en l'occurrence de mieux saturer les capacités des bagages des passagers et d'acheminer des produits dans des pays lointains. Pratiqués depuis longtemps de façon informelle vers les pays africains, le modèle s'est développé et structuré dans le monde entier. Des plateformes telles que PiggyBee, Kakoexpress, eShipp ou Jib.li mettent en relation un expéditeur et un voyageur en structurant ce qu'on pourrait appeler le « covalisage ».

Les raisons du succès

Le succès de ces modèles et la prolifération de ces jeunes entreprises peuvent s'expliquer par trois facteurs principaux.

Tout d'abord, le développement du commerce au travers de plateformes internet comme Ebay ou Leboncoin génère des besoins de transport que les professionnels ne savent pas toujours adresser. En effet, ils n'apportent pas nécessairement de réponse adaptée au transport d'un meuble ou d'un vélo et n'ont pas toujours de ressources suffisamment souples pour faire face à cette demande.

Un second aspect concerne le prix puisque, comme chacun sait, la pression sur les prix est très forte pour le « dernier kilomètre ». Ceci s'explique par la volonté des commerçants d'offrir partiellement ou en totalité le coût du transport et il faut donc trouver des solutions qui permettent de réduire de façon structurelle ce coût. Le recours à des particuliers, parfois enregistrés comme autoentrepreneurs, permet de répondre à cet objectif.

Une troisième raison, souvent mise en avant par les entreprises du secteur et parfois présentée en corrélation avec le motif précédent, est environnementale et sociale. Une meilleure occupation des capacités de transport sur la route constitue un des objectifs de la Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte. Utiliser un trajet existant pour transporter un bien permet de réduire le nombre de véhicules sur la route.

Inquiétudes concurrentielles et environnement juridique

On comprend bien l'essor et le succès de ces modèles concernant le transport de marchandises. Cependant, ce développement n'est pas sans inquiéter les professionnels du secteur qui, pour certains, voient dans ces nouvelles entreprises une menace. Dans un secteur réglementé comme le transport de marchandises, la tentation est grande de se retrancher derrière des considérations juridiques pour refuser les innovations et agir en justice contre les nouveaux entrants (voir les développements : "Droit & Economie Collaborative – Les clés pour comprendre, FYP Editions, janvier 2016).

En substance, le transport de marchandises est une activité régulée selon une distinction fondamentale : à côté du transport public de marchandises, soumis à des contraintes fortes, figure le transport privé de marchandises (dénommé « transport pour propre compte ») qui échappe à la sévérité de la réglementation. Relèvent ainsi du transport public de marchandises les professions de transporteur, de commissionnaire de transport et d'auxiliaire de transport. Chacune de ces professions est légalement définie, son exercice réglementé et le non respect de certaines obligations soumis à des sanctions pénales ou civiles.

Les modèles choisis par les acteurs du « *crowdshipping* » sont très divers en ce qui concerne les modalités de prise en charge, de transport et de paiement. Cette diversité rend difficile l'application des catégories traditionnelles du Code des transports puisque ces règles peuvent concerner non seulement la plateforme de mise en relation mais aussi ses utilisateurs. Le débat se complexifie encore car les règles varient selon les modes de déplacement utilisés (vélo, 2 roues motorisés, voitures, utilitaires, camions).

Le récent contentieux qui a opposé la plateforme « GoGo RunRun » au Syndicat National des Transporteurs Légers (SNTL) en est une illustration. En substance, le SNTL reprochait à la startup d'évoluer dans l'illégalité en raison du fait que les coursiers inscrits sur la plateforme n'étaient pas inscrits au registre des transporteurs. Une solution transactionnelle a été trouvée pour mettre fin au litige mais ce type de contentieux illustre bien la difficulté qu'il y'a à qualifier juridiquement la multitude de modèles d'affaires dans ce secteur.

La coopération : meilleure alliée dans la construction d'un cadre juridique équitable

Au regard de ces règles, il est parfois naturel d'avoir recours à l'arme juridique pour mettre un terme à des excès ou des situations illégales. Cependant, dans une majorité de cas, il nous semble qu'il serait au moins aussi pertinent et utile que les professionnels du secteur profitent de leur position établie sur le marché pour s'allier avec des jeunes entreprises innovantes afin de consolider leur position.

C'est d'autant plus justifié à nos yeux que le transport de marchandises, bien qu'il soit exercé dans un cadre réglementé, constitue un terrain favorable pour le développement de formes de livraison collaborative et à la demande. En effet, il s'agit là d'une profession atomisée, qui fait déjà très largement appel à la sous-traitance, auprès de petits acteurs indépendants, souvent soumis à des horaires souples et à une rémunération à la tâche.

Les opportunités sont nombreuses dans le domaine du transport de marchandises et tout reste à faire sur ce marché en plein frémissement. Il faut bien entendu être guidé tant sur le modèle qui sera choisi puisqu'ils sont aussi divers que nombreux mais également structurer son modèle juridiquement pour optimiser ses points forts et minimiser les risques. Nous encourageons les acteurs dits "traditionnels" à étudier ces nouvelles possibilités pour moderniser leur métier et profiter du mouvement irréversible que constitue l'économie numérique.