

MODES DE TRANSPORT ET LIVRAISON POUR E-COMMERÇANTS

sowink



Guide Sowink

Choisir, Comparer,
Optimiser – Tout ce que
vous devez savoir

Site Internet www.sowink.fr

Agence Sowink Angers 02 41 39 76 74

so
wink

GUIDE COMPLET – MODES DE TRANSPORT ET LIVRAISON POUR E-COMMERÇANTS

À QUI S'ADRESSE CE GUIDE ?

Ce guide est conçu pour les e-commerçants qui cherchent à structurer ou optimiser leur stratégie de livraison. La livraison est le premier critère de satisfaction client après le produit lui-même : 60% des abandons de panier sont liés aux frais ou délais de livraison.

Ce guide couvre les transporteurs disponibles en France et en Europe, leurs coûts réels, leurs forces et faiblesses, et les critères essentiels pour faire le bon choix.



Ce guide est fourni à titre informatif. Les tarifs et fonctionnalités des solutions mentionnées peuvent évoluer. Consultez toujours les sites officiels des prestataires pour les informations les plus récentes.

1. COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA LIVRAISON E-COMMERCE

1.1 Pourquoi la livraison est-elle stratégique ?

La livraison n'est pas une simple question logistique. C'est un levier de conversion, de fidélisation et de différenciation.

Quelques chiffres clés :

- **60% des abandons de panier** sont liés aux frais de livraison jugés trop élevés
- **85% des acheteurs ne reviennent pas** après une mauvaise expérience de livraison
- **75% des consommateurs attendent une livraison gratuite** à partir d'un certain montant
- **62% des acheteurs vérifient les options de livraison** avant de finaliser leur commande

1.2 Les grandes familles de livraison

Livraison à domicile standard : le colis est déposé à l'adresse du destinataire dans un délai annoncé (J+1 à J+5).

La solution la plus courante.

Livraison express : livraison le jour même ou le lendemain, parfois en créneau horaire.

Coûteuse mais différenciante.

Livraison en point relais : le colis est déposé dans un réseau de commerçants ou de consignes automatiques.

Moins cher, plus pratique pour le client absent.

Click & Collect : le client commande en ligne et récupère en magasin ou en entrepôt.

Idéal si vous avez des points physiques.

Livraison internationale : envoi vers l'Europe ou le monde entier, avec gestion des douanes et taxes locales.

Livraison volumineuse : pour les colis lourds ou encombrants (meubles, électroménager...), avec livraison sur rendez-vous et parfois installation.

1.3 Les acteurs d'une expédition e-commerce

Le transporteur : entreprise qui assure physiquement l'acheminement du colis (La Poste, DHL, UPS, GLS...).

L'agrégateur : plateforme qui centralise plusieurs transporteurs et négocie des tarifs groupés (Sendcloud, Boxtal, Packlink...).

Très utile pour les petits volumes.

Le gestionnaire d'entrepôt / 3PL : prestataire qui stocke, prépare et expédie vos commandes à votre place (fulfillment).

Idéal quand le volume dépasse votre capacité interne.

Le OMS / TMS : logiciel de gestion des commandes ou du transport qui automatise le choix du transporteur, l'impression des étiquettes et le suivi.

2. LES CRITÈRES DE CHOIX ESSENTIELS

2.1 Votre volume de commandes

- **Moins de 50 commandes/mois** : passez par un agrégateur (Sendcloud, Boxtal). Pas de volume minimum, tarifs négociés, multi-transporteurs.
- **50 à 500 commandes/mois** : négociez directement avec 1 à 2 transporteurs. Comparez les offres PME de Colissimo, GLS ou DPD.
- **Plus de 500 commandes/mois** : négociez des contrats sur mesure. Envisagez un 3PL ou un WMS dédié.

2.2 Le poids et le format de vos colis

- **Petits colis légers (< 2 kg)** : Colissimo, Mondial Relay, Chronopost pour l'express.
- **Colis moyens (2 à 30 kg)** : GLS, DPD, UPS, DHL.
- **Colis lourds ou volumineux (> 30 kg)** : prestataires spécialisés (XPO, ID Logistics, ou messagerie).
- **Objets fragiles ou de valeur** : vérifiez les plafonds d'indemnisation et l'assurance ad valorem.

2.3 Vos marchés cibles

- **France uniquement** : Colissimo, Mondial Relay, GLS, DPD couvrent tout le territoire.
- **Europe** : DHL, UPS, GLS et DPD ont des réseaux solides. Mondial Relay couvre 9 pays EU.
- **International** : DHL Express, FedEx et UPS sont les références pour la livraison mondiale avec gestion des douanes.

2.4 Les attentes de vos clients

- **Délai court** : proposez une option express (J+1) même si elle est payante.
- **Livraison gratuite** : définissez un seuil de commande déclencheur (ex. gratuit à partir de 50 €).
- **Flexibilité** : proposez a minima domicile + point relais pour s'adapter à tous les modes de vie.
- **Traçabilité** : le suivi en temps réel est devenu une attente standard, pas un bonus.

2.5 Votre modèle économique

- **Marge faible** : le coût de livraison est critique. Favorisez le point relais, négociez les volumes.
- **Panier élevé** : vous pouvez absorber le coût de la livraison gratuite dans votre marge.
- **Abonnement** : la livraison illimitée incluse (modèle Amazon Prime) fidélise fortement.
- **B2B** : les délais peuvent être plus longs, mais la fiabilité et la traçabilité sont primordiales.

3. PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DES PRINCIPAUX TRANSPORTEURS

3.1 LA POSTE – COLISSIMO

Colissimo est le transporteur historique de référence en France. Il bénéficie du réseau le plus dense du pays et reste le choix le plus courant pour les e-commerçants débutants et intermédiaires.

✓ AVANTAGES

- Réseau de distribution le plus dense en France (100% du territoire)
- Livraison domicile + point relais + boîte aux lettres pour petits colis
- Suivi en temps réel inclus
- Notoriété et confiance des consommateurs
- Interface e-commerçant (Colissimo Pro) simple
- Intégration native sur WooCommerce, PrestaShop,

✗ INCONVÉNIENTS

- Tarifs plus élevés que la concurrence à volume équivalent
- Qualité de service variable selon les agences
- Délais non garantis sur l'offre standard
- Service client parfois difficile à joindre
- Peu compétitif à l'international

TARIFICATION COLISSIMO (indicative, hors contrat)

Format	Poids	Tarif indicatif
Colissimo domicile	Jusqu'à 500 g	~5,50 €
Colissimo domicile	Jusqu'à 2 kg	~7,00 €
Colissimo domicile	Jusqu'à 5 kg	~8,50 €
Colissimo domicile	Jusqu'à 10 kg	~11,50 €
Colissimo domicile	Jusqu'à 30 kg	~17,00 €
Colissimo point relais	Jusqu'à 2 kg	~5,80 €
Europe (J+3 à J+5)	Jusqu'à 2 kg	~12,00 — 18,00 €

Tarifs indicatifs, variables selon contrat et volume. Remises possibles dès 20 colis/mois.

Idéal pour : débutants, faibles volumes, livraison France tous formats.

3.2 MONDIAL RELAY

Mondial Relay est le leader du point relais en France et dans 9 pays européens. Son réseau de 60 000+ points relais en fait la solution incontournable pour les clients qui ne sont pas disponibles à domicile.

✓ AVANTAGES

- Le réseau de points relais le plus dense en France (60 000+ points)
- Tarifs parmi les plus compétitifs du marché
- Couverture en Europe (Belgique, Espagne, Luxembourg, Pays-Bas...)
- Très apprécié des consommateurs pour sa commodité
- Intégration large sur les principaux CMS
- Consignes automatiques (InPost) en complément

✗ INCONVÉNIENTS

- Uniquement point relais : pas de livraison à domicile
- Délais un peu moins rapides que les transporteurs express (J+3 à J+5)
- Responsabilité limitée en cas de perte ou casse
- Pas adapté aux colis volumineux ou lourds (> 30 kg)
- Service client perfectible

TARIFICATION MONDIAL RELAY (indicative)

Poids	Tarif indicatif
Jusqu'à 500 g	~3,50 €
Jusqu'à 2 kg	~4,50 — 5,00 €
Jusqu'à 5 kg	~5,50 — 6,50 €
Jusqu'à 10 kg	~7,00 — 8,00 €
Jusqu'à 30 kg	~10,00 — 13,00 €
Europe (point relais)	+1,00 — 3,00 € selon pays

Tarifs très avantageux dès 100 colis/mois. Négociation possible.

Idéal pour : tous les e-commerçants, proposer le point relais en complément du domicile.

3.3 DPD FRANCE

DPD est l'un des leaders européens de la livraison de colis, filiale du groupe La Poste. Il est particulièrement apprécié pour la fiabilité de ses délais et son réseau Pickup (points relais).

✓ AVANTAGES

- Réseau européen solide (230+ pays)
- Fiabilité des délais supérieure à Colissimo
- Réseau Pickup (6 000+ points en France)
- Livraison sur rendez-vous (Predict) incluse
- Bon service client B2B
- Tarifs compétitifs à volume

✗ INCONVÉNIENTS

- Tarifs unitaires plus élevés que Colissimo sans contrat
- Réseau de points relais moins dense que Mondial Relay
- Moins connu du grand public que La Poste
- Service B2C moins développé que B2B

TARIFICATION DPD (indicative, hors contrat)

Poids	Tarif indicatif France
Jusqu'à 1 kg	~6,50 €
Jusqu'à 5 kg	~8,00 €
Jusqu'à 10 kg	~10,50 €
Jusqu'à 20 kg	~13,00 €
Jusqu'à 31,5 kg	~16,00 €
Europe (J+3 à J+5)	~10,00 — 20,00 € selon pays

Idéal pour : PME avec volumes réguliers, e-commerce international Europe, B2B.

3.4 GLS FRANCE

GLS (General Logistics Systems) est un transporteur européen reconnu pour sa fiabilité et son bon rapport qualité/prix. Moins connu du grand public, il est très apprécié des professionnels.

✓ AVANTAGES

- Très bonne fiabilité des délais (J+1 à J+2)
- Réseau européen dense (42 pays)
- Bon rapport qualité/prix sur les moyens volumes
- Réseau de points relais (ParcelShops) en développement
- Service client B2B réactif
- Tracking de qualité

✗ INCONVÉNIENTS

- Moins connu des consommateurs français
- Réseau de points relais moins développé que Mondial Relay
- Pas toujours disponible pour les très petits volumes
- Interface moins moderne que certains concurrents

TARIFICATION GLS (indicative)

Poids	Tarif indicatif France
Jusqu'à 1 kg	~6,00 €
Jusqu'à 5 kg	~7,50 €
Jusqu'à 10 kg	~9,50 €
Jusqu'à 20 kg	~12,00 €
Jusqu'à 30 kg	~15,00 €
Europe (J+2 à J+4)	~9,00 — 18,00 € selon pays

Idéal pour : PME, e-commerce B2B, ventes en Europe.

3.5 CHRONOPOST

Chronopost (filiale de La Poste) est la référence française pour la livraison express J+1. Incontournable si vous voulez proposer une option premium à vos clients.

✓ AVANTAGES

- Livraison garantie J+1 avant 13h ou 18h
- Réseau dense en France
- Suivi en temps réel très précis
- Options flexibles (domicile, point relais, consigne)
- Livraison le samedi possible
- Très apprécié pour les envois urgents ou de valeur

✗ INCONVÉNIENTS

- Tarifs nettement plus élevés que les options standard
- Moins compétitif à l'international
- Prix prohibitif pour les petits e-commerçants sans volume
- Indemnisation limitée sans assurance complémentaire

TARIFICATION CHRONOPOST (indicative)

Format	Poids	Tarif indicatif
Chrono 13h (domicile)	Jusqu'à 500 g	~10,00 €
Chrono 13h (domicile)	Jusqu'à 5 kg	~15,00 €
Chrono 18h (domicile)	Jusqu'à 5 kg	~12,00 €
Chrono 18h (domicile)	Jusqu'à 30 kg	~25,00 €
Point relais express	Jusqu'à 5 kg	~9,00 €
International express	Jusqu'à 2 kg	~25,00 — 50,00 €

Idéal pour : option express premium, produits périssables ou urgents, cadeaux de dernière minute.

3.6 DHL EXPRESS

DHL Express est le leader mondial de la livraison express internationale. Incontournable si vous vendez hors d'Europe ou si vous gérez des envois urgents à l'international.

✓ AVANTAGES

- Réseau mondial inégalé (220+ pays)
- Délais express garantis à l'international
- Gestion des douanes et documents incluse
- Suivi en temps réel mondial
- Service client dédié aux entreprises
- Solutions sur mesure pour les grands volumes

✗ INCONVÉNIENTS

- Tarifs parmi les plus élevés du marché
- Pas le plus compétitif pour les envois France/Europe standard
- Surcharges nombreuses (carburant, zone éloignée...)
- Complexe à intégrer pour les petits volumes

TARIFICATION DHL EXPRESS (indicative)

Destination	Poids	Tarif indicatif
France express J+1	Jusqu'à 2 kg	~15,00 — 20,00 €
Europe express J+1	Jusqu'à 2 kg	~25,00 — 40,00 €
USA express J+2	Jusqu'à 2 kg	~40,00 — 70,00 €
Monde express J+2 à J+4	Jusqu'à 2 kg	~50,00 — 100,00 €

Surcharges carburant et zone éloignée en sus. Tarifs très négociables à volume.

Idéal pour : e-commerce international, produits de valeur, envois urgents hors UE.

3.7 UPS ET FEDEX

UPS et FedEx sont les deux géants américains de la livraison express mondiale, très présents sur le B2B et l'international. Leurs offres sont similaires à DHL Express sur le fond.

✓ AVANTAGES

- Couverture mondiale très complète
- Fiabilité et tracking de haute qualité
- Solutions B2B avancées (douanes, dédouanement)
- Intégrations API solides
- Assurances et garanties robustes

✗ INCONVÉNIENTS

- Tarifs élevés sans contrat de volume
- Moins bien implantés en France que DHL pour le B2C
- Surcharges nombreuses et parfois opaques
- Service client variable selon les agences

TARIFICATION UPS / FEDEX (indicative)

Destination	Poids	Tarif indicatif
France standard	Jusqu'à 5 kg	~8,00 — 12,00 €
Europe standard	Jusqu'à 5 kg	~15,00 — 25,00 €
International express	Jusqu'à 2 kg	~40,00 — 80,00 €

Idéal pour : e-commerce B2B international, envois de valeur, marchés hors Europe.

3.8 LES AGRÉGATEURS – SENDCLOUD, BOXTAL, PACKLINK

Les agrégateurs de transport ne sont pas des transporteurs : ce sont des plateformes qui centralisent l'accès à plusieurs transporteurs, négocient des tarifs groupés et automatisent la gestion des expéditions.

✓ AVANTAGES

- Accès aux tarifs négociés sans volume minimum
- Multi-transporteurs sur une seule interface
- Comparateur de prix en temps réel
- Automatisation : étiquettes, suivi, notifications clients
- Intégration native sur tous les CMS majeurs
- Gestion des retours simplifiée
- Idéal pour commencer sans engagement

✗ INCONVÉNIENTS

- Marges prélevées sur chaque envoi
- Moins de flexibilité de négociation que les contrats directs à gros volume
- Dépendance à la plateforme (risque si panne ou hausse tarifaire)
- Support client intermédiaire (entre vous et le transporteur)

TARIFICATION UPS / FEDEX (indicative)

Agrégateur	Abonnement	Points forts
Sendcloud	0 — 189 €/mois selon plan	Le plus complet, meilleure intégration
Boxtal	Gratuit (commission par envoi)	Idéal pour petits volumes, simple
Packlink Pro	Gratuit	Bon rapport qualité/prix, interface claire
Ship7	Selon usage	Spécialisé international
Shippingbo	49 — 299 €/mois	OMS + transport, bonne automatisation

Idéal pour : tous les e-commerçants, surtout en démarrage ou volume < 200 colis/mois.

3.9 LE FULFILLMENT / 3PL (EXTERNALISATION LOGISTIQUE)

Le fulfillment consiste à confier l'ensemble de votre logistique (stockage, préparation, expédition, retours) à un prestataire externe appelé 3PL (Third Party Logistics).

✓ AVANTAGES

- Vous libère entièrement de la logistique
- Accès aux tarifs transport négociés du 3PL
- Scalabilité : absorbe les pics de commandes sans effort
- Expédition souvent le jour même
- Possibilité de multi-entrepôts pour réduire les délais
- Adapté à la croissance rapide

✗ INCONVÉNIENTS

- Coût fixe élevé (stockage + préparation + transport)
- Perte de contrôle sur le packaging et l'expérience unboxing
- Volume minimum requis (souvent > 100 à 300 commandes/mois)
- Risque de dépendance au prestataire
- Onboarding parfois complexe

STRUCTURE DE COÛTS 3PL (indicative)

Prestation	Coût indicatif
Réception marchandise	0,20 — 0,50 € par unité
Stockage	8 — 20 €/m ³ /mois
Préparation de commande	0,80 — 2,50 € par commande
Emballage (consommables)	0,20 — 1,00 € par colis
Transport	Tarif négocié 3PL (souvent -20 à -40% vs retail)
Gestion des retours	1,00 — 3,00 € par retour

Principaux acteurs 3PL en France : Byrd, Cubyn, Shippingbo Fulfillment, Rakuten Super Logistics, FM Logistic, ID Logistics.

Idéal pour : e-commerçants > 200-300 commandes/mois, marques en croissance rapide, vente internationale.

4. TABLEAU COMPARATIF SYNTHÉTIQUE

Transporteur	Délai France	Point relais	International	Tarif moyen (2 kg)	Idéal pour
Colissimo	J+2 à J+3	✓	⚠ limité	~7,00 €	Débutants, tous formats
Mondial Relay	J+3 à J+5	✓ Uniquement	✓ 9 pays EU	~4,50 €	Point relais, petits prix
DPD	J+1 à J+2	✓ Pickup	✓ Europe	~8,00 €	PME, fiabilité
GLS	J+1 à J+2	✓ ParcelShop	✓ Europe	~7,50 €	B2B, Europe
Chronopost	J+1 garanti	✓	⚠ cher	~12,00 €	Express premium
DHL Express	J+1 à J+2	✗	✓ Mondial	~18,00 €	International express
UPS / FedEx	J+1 à J+2	⚠ limité	✓ Mondial	~10,00 — 20,00 €	B2B international
Sendcloud (agrég.)	Variable	✓ multi	✓ multi	Tarifs négociés	Tous profils

4.1 Grille de décision rapide

Votre profil	Solution recommandée
Lancement, < 50 commandes/mois	Sendcloud ou Boxtal (agrégateur, 0€)
PME France, domicile + relais	Colissimo + Mondial Relay
Volume > 200 colis/mois	Négocier directement avec DPD ou GLS
Option express indispensable	Chronopost ou DHL Express
Ventes en Europe	DPD ou GLS (réseau EU solide)
Ventes internationales	DHL Express ou FedEx
Logistique externalisée	Cubyn, Byrd, ou Shippingbo Fulfillment
Colis volumineux (> 30 kg)	Messagerie spécialisée (XPO, Kuehne+Nagel)
B2B uniquement	GLS ou DPD avec contrat dédié

5. COÛTS CACHÉS ET PIÈGES À ÉVITER

5.1 Les surcharges

⚠ Les transporteurs appliquent de nombreuses surcharges qui ne figurent pas dans le tarif affiché :

- **Surcharge carburant** : variable chaque mois, peut représenter 8 à 15% du tarif de base.
- **Surcharge zone éloignée** : pour les adresses difficiles d'accès (montagne, île, zone rurale isolée).
- **Surcharge colis hors gabarit** : si votre colis dépasse certaines dimensions, même si le poids est correct.
- **Surcharge poids volumétrique** : le poids facturé peut être le poids volumétrique ($L \times l \times h / 5000$) si supérieur au poids réel. Crucial pour les produits légers et volumineux.
- **Surcharge déclaration de valeur** : si vous déclarez une valeur supérieure au plafond standard.

5.2 Les poids et dimensions volumétriques

Le poids volumétrique est calculé ainsi : Longueur (cm) x Largeur (cm) x Hauteur (cm) / 5000

Exemple : une boîte de 40 x 30 x 20 cm pèse 5 kg volumétriques, même si son contenu ne pèse que 2 kg réels. Vous serez facturé sur 5 kg.

Optimisez systématiquement vos emballages pour éviter de payer pour du vide.

5.3 Les délais non garantis

- La plupart des offres "standard" ne garantissent pas les délais. Un retard ne donne pas droit à un remboursement.
- Seules les offres express (Chronopost, DHL Express...) proposent des garanties de délai avec remboursement en cas de dépassement.
- Soyez transparent avec vos clients sur les délais indicatifs vs garantis.

5.4 Les plafonds d'indemnisation

- En cas de perte ou de casse, l'indemnisation standard est souvent très limitée : 20 à 33 € par kilo selon les transporteurs.
- Pour les produits de valeur, souscrivez une assurance ad valorem (assurance à la valeur déclarée). Comptez 0,3 à 1% de la valeur déclarée.

5.5 Les retours : un coût sous-estimé

- Le taux de retour moyen en e-commerce est de 15 à 25% (jusqu'à 35% en mode).
- Chaque retour génère un coût de transport + de traitement (réception, contrôle, remise en stock).
- Proposez des étiquettes de retour prépayées rassure le client mais augmente le taux de retour.
- Certains transporteurs (Colissimo, Mondial Relay) proposent des offres retour intégrées.

6. STRATÉGIE TARIFAIRE : LIVRAISON GRATUITE OU PAYANTE ?

6.1 Les modèles tarifaires possibles

- **Livraison toujours gratuite** : vous absorbez le coût dans votre marge. Très fort levier de conversion, mais impacte la rentabilité. Réservé aux marges élevées ou aux paniers importants.
- **Livraison gratuite à partir d'un seuil** : le modèle le plus courant (ex. "Livraison offerte dès 50€"). Augmente le panier moyen. Définissez le seuil au-dessus de votre panier moyen actuel.
- **Livraison payante fixe** : vous facturez un forfait (ex. 4,90€ quelle que soit la commande). Simple à comprendre pour le client. Peut décourager les petits paniers.
- **Livraison au coût réel** : vous répercutez exactement votre coût transporteur. Juste mais peu attractif. Peut générer de la surprise au moment du paiement.
- **Abonnement livraison** : modèle Amazon Prime. Le client paie un forfait annuel pour des livraisons illimitées. Très fidélisant mais complexe à mettre en place.

6.2 Comment fixer votre seuil de livraison gratuite ?

1. Calculez votre panier moyen actuel (ex. 45 €)
2. Fixez le seuil légèrement au-dessus (ex. 59 € ou 69 €)
3. Mesurez l'impact sur le panier moyen et le taux de conversion
4. Ajustez selon les résultats

Un seuil bien calibré peut augmenter votre panier moyen de 10 à 20% sans nécessiter de dépense marketing supplémentaire.

7. LA GESTION DES RETOURS

7.1 Pourquoi la politique de retour est stratégique

- 67% des acheteurs consultent la politique de retour avant d'acheter.
- Une politique de retour claire et généreuse augmente le taux de conversion.
- Les retours gratuits sont désormais une attente standard pour les produits mode ou beauté.

7.2 Les options pour gérer vos retours

- **Retour en point relais** : le client dépose son colis dans un point relais. Solution économique et pratique (Mondial Relay, Colissimo).
- **Retour à domicile sur rendez-vous** : un transporteur passe récupérer le colis. Plus confortable mais plus cher.
- **Retour en magasin** : si vous avez des points physiques, c'est l'option la moins coûteuse et la plus rapide pour remettre en stock.
- **Label de retour prépayé inclus** : vous glissez une étiquette dans le colis. Simple pour le client, mais augmente le taux de retour et le coût.
- **Retour à la charge du client** : le client gère et paie son retour. Moins attractif mais réduit les retours abusifs.

7.3 Automatiser la gestion des retours

Des plateformes comme Retourner.com, Sendcloud Returns ou Loop Returns permettent d'automatiser le processus : portail de retour en ligne, étiquette automatique, suivi du remboursement. À partir de ~50 commandes/mois, l'automatisation devient rentable.

8. RÉGLEMENTATION ET OBLIGATIONS LÉGALES

8.1 Les délais de livraison affichés

En France, vous êtes tenu de respecter la date de livraison communiquée au client lors de la commande. En cas de dépassement :

- Vous devez informer le client immédiatement.
- Le client peut annuler sa commande et obtenir un remboursement complet sous 14 jours.
- Au-delà de 30 jours de retard, la résiliation est automatiquement possible.

8.2 Le droit de rétractation

- Le client dispose de 14 jours après réception pour retourner un produit sans justification (sauf exceptions : produits personnalisés, périssables, logiciels descellés...).
- Vous devez rembourser le client dans les 14 jours suivant la réception du retour.
- Les frais de retour sont à la charge du client, SAUF si vous avez indiqué le contraire dans vos CGV.

8.3 La responsabilité en cas de perte ou casse

- Légalement, vous êtes responsable de la bonne livraison de la commande jusqu'à réception par le client.
- Si le transporteur perd ou endommage un colis, vous devez d'abord rembourser le client, puis vous retourner contre le transporteur.
- Documentez systématiquement vos envois (poids, photos, preuve d'expédition).

8.4 Les obligations douanières à l'international

- En dehors de l'UE : vous devez fournir une déclaration en douane (CN22 ou CN23) avec la valeur réelle des marchandises.
- Depuis le 1er juillet 2021 : la TVA est due dès le premier euro pour les ventes vers l'UE. Vous pouvez utiliser le guichet OSS (One Stop Shop) pour simplifier vos déclarations.
- Vers le Royaume-Uni (post-Brexit) : droits de douane applicables au-delà de 135 £. Renseignez-vous sur les règles IOSS.

9. INTÉGRATION TECHNIQUE ET OUTILS

9.1 Compatibilité transporteurs / CMS

Transporteur	E-Visibilité	Woocommerce	Prestashop
Colissimo	✗	✓	✓
Mondial Relay	✗	✓	✓
DPD	✗	✓	✓
GLS	✗	✓	✓
Chronopost	✗	✓	✓
DHL	✗	✓	✓
Sendcloud	✗	✓	✓
Boxtal	✗	✓	✓

9.2 Les outils indispensables

- **Gestion des expéditions** : Sendcloud, Shippingbo, Boxtal – pour automatiser l'impression d'étiquettes et le suivi.
- **Suivi client** : AfterShip, Parcellab, Track123 – pour envoyer des notifications proactives aux clients (mail, SMS).
- **Gestion des retours** : Retourner.com, Loop Returns, Sendcloud Returns – pour automatiser le portail retour.
- **Compareur tarifaire** : Boxtal Compareur, Packlink – pour comparer les prix en temps réel avant chaque envoi.
- **WMS (Warehouse Management System)** : si vous gérez votre propre stock, des outils comme Shippingbo, Cubyn ou Deposer facilitent la gestion des emplacements, des entrées et sorties de stock.

10. CHECKLIST DE DÉCISION ET D'IMPLEMENTATION

ÉTAPE 1 – Définir vos besoins logistiques (Vous)

- Estimez votre volume mensuel de commandes (actuel et à 12 mois)
- Calculez le poids et les dimensions moyens de vos colis
- Identifiez vos zones de livraison : France, Europe, monde
- Définissez les modes de livraison à proposer (domicile, relais, express)
- Estimez votre taux de retour cible ou constaté
- Évaluez votre capacité à gérer la logistique en interne
- Identifiez vos contraintes : produits fragiles, dangereux, périssables, réglementés

ÉTAPE 2 – Choisir vos transporteurs (Vous)

- Demandez des devis à 2 à 3 transporteurs sur votre volume estimé
- Passez par un agrégateur si volume < 100 colis/mois
- Vérifiez les plafonds d'indemnisation et les assurances disponibles
- Testez la qualité de service (expédition test, délai réel, tracking)
- Vérifiez la compatibilité avec votre CMS e-commerce
- Lisez attentivement les CGV, notamment les surcharges et exclusions
- Prévoyez un transporteur de secours en cas de panne du principal

ÉTAPE 3 – Définir votre stratégie tarifaire (Vous)

- Calculez votre panier moyen actuel
- Décidez d'un modèle : gratuit, seuil, forfait, coût réel
- Fixez votre seuil de livraison gratuite (si applicable)
- Calculez l'impact sur votre marge à différents niveaux de commande
- Rédigez une politique de livraison claire et visible sur votre site
- Rédigez une politique de retour claire dans vos CGV

ÉTAPE 4 – Intégration technique (Sowink)

- Installez le plugin ou connecteur du transporteur sur votre CMS
- Paramétrez les zones de livraison, poids et tranches tarifaires
- Testez l'affichage des options de livraison au checkout
- Mettez en place les notifications de suivi automatiques pour les clients
- Créez un portail de retour client (manuel ou automatisé)
- Connectez votre outil de livraison à votre ERP ou logiciel de gestion si applicable

ÉTAPE 5 – Suivi et optimisation (Vous)

- Suivez mensuellement votre taux de livraison réussie par transporteur
- Mesurez votre taux d'anomalies (retards, pertes, casses)
- Suivez le coût de livraison par commande et son évolution
- Mesurez le taux de retour et le coût de traitement associé
- Analysez les avis clients liés à la livraison (Trustpilot, Google...)
- Renégociez vos contrats transporteurs tous les 12 à 18 mois
- Testez régulièrement de nouveaux transporteurs ou modes de livraison

11. GLOSSAIRE DES TERMES ESSENTIELS

3PL – Third Party Logistics : prestataire externe qui gère tout ou partie de votre logistique (stockage, préparation, expédition).

Ad valorem – Assurance transport calculée en pourcentage de la valeur déclarée du colis.

B2C / B2B – Business to Consumer / Business to Business : livraison aux particuliers vs aux professionnels.

Bordereau d'expédition – Document récapitulatif remis au transporteur listant tous les colis d'un enlèvement.

CN22 / CN23 – Formulaires douaniers obligatoires pour les envois hors Union Européenne.

Délai de transit – Temps entre la prise en charge du colis par le transporteur et sa livraison.

Drop shipping – Modèle où le fournisseur expédie directement au client final, sans stock chez le marchand.

Fulfillment – Processus complet de traitement d'une commande : stockage, picking, packing, expédition.

Gabarit – Dimensions maximales acceptées par un transporteur pour un tarif donné.

IOSS – Import One Stop Shop : guichet unique pour la TVA sur les importations dans l'UE.

Messagerie – Transport de colis lourds ou volumineux, avec enlèvement et livraison sur rendez-vous.

OMS – Order Management System : logiciel de gestion centralisée des commandes multi-canaux.

OSS – One Stop Shop : guichet unique pour la déclaration de TVA sur les ventes B2C intra-UE.

Picking / Packing – Préparation de commande : sélection des produits (picking) et emballage (packing).

Poids volumétrique – Poids calculé à partir des dimensions du colis (L x l x h / 5000), facturé si supérieur au poids réel.

Point relais – Commerce ou consigne automatique où le destinataire retire son colis.

Rétrofacturation transport – Facturation complémentaire après pesée réelle du colis par le transporteur (différence entre poids annoncé et poids réel).

SKU – Stock Keeping Unit : référence unique identifiant un produit en stock.

TMS – Transport Management System : logiciel de gestion et d'optimisation des expéditions.

WMS – Warehouse Management System : logiciel de gestion d'entrepôt (stocks, emplacements, flux).

EN RÉSUMÉ

La livraison est un avantage concurrentiel, pas seulement un coût à minimiser. Une stratégie logistique bien pensée augmente votre taux de conversion, réduit vos abandons de panier et fidélise vos clients.

Les règles d'or :

- **Proposez toujours au minimum deux options** : domicile et point relais. Le point relais est souvent moins cher et plus pratique pour le client.
 - **Affichez les frais de livraison le plus tôt possible dans le tunnel d'achat**. La surprise au moment du paiement est la première cause d'abandon.
 - **Définissez un seuil de livraison gratuite** légèrement au-dessus de votre panier moyen pour stimuler la valeur des commandes.
 - **Commencez par un agrégateur** (Sendcloud, Boxtal) puis négociez en direct quand votre volume le justifie.
 - **Soignez les notifications de suivi** : un client informé est un client rassuré, qui contacte moins le service après-vente.
 - **Traitez les retours avec soin** : une bonne expérience de retour est la meilleure garantie d'un réachat.
-
- **Vous démarrez ?** → Sendcloud ou Boxtal + Colissimo + Mondial Relay.
 - **Votre volume dépasse 100 colis/mois ?** → Négociez directement avec DPD ou GLS.
 - **Vous vendez en Europe ?** → Ajoutez DPD Europe ou GLS à votre mix.
 - **Vous vendez hors UE ?** → Intégrez DHL Express ou FedEx pour l'international.
 - **Vous dépassez 300 commandes/mois ?** → Étudiez le fulfillment externalisé (Cubyn, Byrd...).
 - **Votre panier dépasse 150 € ?** → Proposez Chronopost comme option express premium.

Ce guide est fourni à titre informatif. Les tarifs des transporteurs sont indicatifs et évoluent régulièrement. Demandez toujours un devis personnalisé adapté à votre volume et à vos caractéristiques d'envoi.