

# MOLI - Manager des Opérations Logistiques Internationales

---

## Thème 2 : Modes et réseaux de distribution (Durée : 14h)

### Introduction générale

La distribution constitue l'ultime maillon de la chaîne logistique, assurant la mise à disposition des marchandises au client final. Les modes et réseaux de distribution doivent répondre à des critères de fiabilité, de rapidité et de coût, tout en s'adaptant aux spécificités des flux (e-commerce, messagerie express, affrètement, etc.). Le développement du commerce international et du digital a profondément transformé les modèles de distribution.

## Partie 1 : Introduction et vocabulaire (Durée : 7h)

Cette première partie vise à définir les concepts clés liés aux réseaux de distribution et à présenter les principaux acteurs du marché. Elle introduit également le rôle des commissionnaires et met en lumière les liens entre les opérations de groupage/dégroupage et les besoins des clients.

### 1.1 Définitions et terminologie

- Messagerie : organisation de transport de lots inférieurs à 3 tonnes, avec ramassage, tri, acheminement et distribution.
- Affrètement : contrat par lequel un commissionnaire réserve tout ou partie d'un véhicule pour le transport.
- Transport express : livraison rapide, généralement en moins de 24h, souvent liée au e-commerce.
- E-commerce : ensemble des transactions commerciales effectuées en ligne, qui génèrent des besoins spécifiques en distribution.

### 1.2 Les acteurs et réseaux de distribution

Le marché de la distribution est structuré autour de différents types d'acteurs :

- Messagerie nationale (Geodis, DB Schenker, Heppner).
- Groupes internationaux (DHL, FedEx, UPS, Kuehne+Nagel).
- Commissionnaires et transitaires.
- Plateformes spécialisées dans le e-commerce.

Les réseaux de distribution reposent sur des hubs et agences locales permettant le tri et l'acheminement rapide des flux.

### 1.3 Rôle des commissionnaires

Les commissionnaires de transport jouent un rôle essentiel dans les opérations de groupage et dégroupage. Ils organisent le transport pour le compte des chargeurs et assurent la coordination entre différents prestataires.

### 1.4 Mise en situation : E-commerce

Exemple pratique : une entreprise de e-commerce vendant des produits en France doit livrer ses clients sous 24h. Elle a recours à un réseau de messagerie express (Chronopost, UPS). Les choix opérés par le chargeur (délais, coûts, qualité de service) influencent directement la satisfaction client.

## Activités stagiaires

Exercice 1 : Compléter un schéma de réseau de distribution (hub-and-spoke) avec points de collecte, hub central et points de livraison.

Exercice 2 : Identifier les acteurs de la distribution impliqués dans une livraison e-commerce (transporteur express, plateforme logistique, commissionnaire).

Exercice 3 : Comparer la distribution en messagerie et en affrètement à partir d'un exemple concret.

Exemple de schéma vierge : réseau hub-and-spoke (à compléter en cours) :

→ Chaque case correspond à un point logistique : collecte, hub, livraison.

## Partie 2 : Le groupage de marchandises (Durée : 7h)

Le groupage consiste à regrouper plusieurs envois de différents expéditeurs afin d'optimiser le remplissage des véhicules ou des conteneurs. Il permet de réduire les coûts et d'améliorer l'efficacité des opérations de transport et logistique. Le dégroupage correspond à l'opération inverse, consistant à répartir les lots regroupés vers leurs destinataires finaux.

### 2.1 Le groupage de marchandises en transport

Dans le transport, le groupage s'applique aux envois partiels ou colis qui ne remplissent pas à eux seuls un véhicule. Les commissionnaires ou transporteurs organisent alors un plan de transport permettant d'optimiser les trajets.

Exemples :

- Envois de lots partiels (LTL : Less Than Truck Load).
- Transport de colis via messagerie.
- Utilisation de hubs de consolidation.

Principe des grilles tarifaires :

- Les coûts sont calculés en fonction du poids, du volume et de la distance.
- Les tarifs dégressifs incitent les chargeurs à regrouper leurs envois.

Exemple de grille tarifaire (à compléter en cours) :

Poids (kg)	Volume (m <sup>3</sup> )	Distance (km)	Tarif (€)
------------	--------------------------	---------------	-----------

### 2.2 Le groupage de marchandises en logistique

Dans la logistique, le groupage se fait au sein des entrepôts où les lots sont regroupés avant expédition. Cette opération vise à atteindre plusieurs objectifs :

- Réduction des coûts de transport (mutualisation).
- Amélioration de la qualité de service (livraisons consolidées).
- Réduction de l'empreinte environnementale (moins de trajets partiellement remplis).

Les opérations de groupage et dégroupage répondent aux attentes croissantes des clients, notamment dans le cadre du e-commerce où les flux sont fragmentés mais doivent être livrés rapidement et fiablement.

## Activités stagiaires

Exercice 1 : Compléter la grille tarifaire avec des données réalistes (exemple : 500 kg, 3 m<sup>3</sup>, 400 km).

Exercice 2 : Étudier un cas de mutualisation : 3 PME doivent expédier des palettes vers la même région. Proposez un plan de groupage permettant de réduire les coûts.

Exercice 3 : Identifier les avantages et inconvénients du groupage pour un chargeur e-commerce.

Exemple de schéma vierge : processus de groupage/dégroupage (à compléter en cours) :

→ Ce schéma peut représenter la consolidation (entrée de plusieurs flux) et le dégroupage (sortie vers plusieurs destinataires).