

LE ZOOM ÉCO DE 15H30 30/07/2018

ALLEMAGNE

COMMENT LA DEUTSCHE POST VEUT ÊTRE LEADER SUR LE SEGMENT DES UTILITAIRES LÉGERS ÉLECTRIQUES – 1/2

La Deutsche Post (Poste allemande) a acquis en 2014 l'entreprise Streetscooter, afin de pouvoir s'équiper en fourgons électriques (et ainsi améliorer son bilan carbone), alors que les constructeurs allemands étaient à l'époque absents sur ce segment.

La Deutsche Post a donc racheté le constructeur et s'est ensuite associée à Ford pour développer et produire des petits utilitaires légers électriques, pour ses livraisons de courriers et colis.

Aujourd'hui, Plus de 6.000 de ces engins jaunes chargés de colis sillonnent aujourd'hui les villes allemandes, sur les 49.300 véhicules qu'utilise la Poste locale, et l'entreprise vient d'ouvrir une deuxième usine pour en produire au total 40 par jour.

Initialement, la Deutsche Post comptait initialement utiliser ces fourgons électriques uniquement pour ses propres services de livraison, mais la demande l'a incité à les vendre à des tiers.

Le véhicule rencontre un franc succès pour les services de livraison en raison de sa taille, inférieure à celle des camions traditionnels, et plus adaptée à une utilisation en ville. Toujours dans l'esprit d'un usage urbain avec des arrêts fréquents (pour des livraisons) la batterie affiche une autonomie de seulement 80 kilomètres, ce qui réduit drastiquement les coûts de production.

La Deutsche Post assure néanmoins qu'elle « ne veut pas devenir un constructeur automobile », mais seulement améliorer sa desserte du « dernier kilomètre », selon Achim Kampker, patron de Streetscooter.

Derrière ce jargon se cache un enjeu clé de la mobilité urbaine, puisque l'explosion de l'e-commerce a multiplié les petits trajets des livreurs dans des villes de plus en plus congestionnées et polluées.

Contraintes d'assainir leur air, certaines municipalités allemandes – Hambourg d'abord et bientôt Stuttgart – ont banni de certaines de leurs rues les moteurs diesel les plus polluants, incitant les professionnels de la logistique à miser sur l'électrique.

Or le virage vers la logistique « zéro émission » a pris de court les constructeurs historiques,

ouvrant le marché des utilitaires électriques à Deutsche Post, qui commercialise son modèle à l'extérieur depuis l'été 2017 pour quelque 40.000 euros.

Par [Cindy Lavrut](#)