



The impact of e-logistics on B2B2C commercial relationship: the case of small and medium-sized enterprises in the District of Bamako

Impacts de la E-logistique sur les relations commerciales du type B2B2C : cas des petites et moyennes entreprises du District de Bamako

Yapégué BAYOGO

Centre Universitaire en Recherche Economique et Sociale (CURES)
Université des Sciences Sociales et de Gestion – Bamako - Mali

Lassina TOGOLA

Centre Universitaire en Recherche Economique et Sociale (CURES)
Université des Sciences Sociales et de Gestion – Bamako - Mali

Résumé : Les nouvelles technologies de l'information et des télécommunications permettent de suivre en temps réel ou en différé les activités logistiques. Cet article met en exergue l'optimisation d'une fonction à trois variables qui sont le coût, le délai et la qualité pour la gestion des flux logistiques. La méthodologie adoptée a consisté à faire des recherches documentaires et des explorations de terrain. La méthode mixte a été utilisée pour coller les données à l'aide d'un questionnaire et d'un guide d'entretien. Le questionnaire a été adressé à 20 agents des entreprises, 10 chargeurs, 20 prestataires logistiques, 10 conducteurs, 10 gents des sociétés de télécommunication et 10 utilisateurs du E-commerce. Le guide d'entretien nous a permis de faire des entretiens semi directs avec 3 dirigeants d'entreprises du E-commerce, 5 prestataires logistiques, 2 utilisateurs de E-commerce et 2 agents des télécommunications. Les résultats de notre étude indiquent que la part du E-commerce ne cesse d'accroître. La E-logistique rassure le client et sécurise l'activité des entreprises. De même, nos résultats montrent que la E-logistique réduit considérablement le prix de vente au consommateur final et accorde des gains de temps important.

Mots clés : logistique ; logistique électronique ; commerce électronique ; flux ; Mali.

Abstract: New information and telecommunications technologies make it possible to monitor logistics activities in real or delayed time. This article highlights the optimization of a function with three variables which are the cost, the delay and the quality for the management of the logistic flows. The methodology adopted consisted of documentary research and field exploration. The mixed method was used to collect the data using a questionnaire and an interview guide. The questionnaire

was sent to the resource persons who are: 20 business agents, 10 shippers, 20 logistics service providers, 10 drivers, 10 people from telecommunications companies and 10 E-commerce users. The interview guide allowed us to do semi-direct interviews with 3 e-commerce business leaders, 5 logistics providers, 2 e-commerce users and 2 telecommunications people. The results of our study indicate that the share of E-commerce continues to increase. E-logistics reassures the customer and secures business activity. Similarly, our results show that E-logistics considerably reduces the selling price to the final consumer and provides significant time savings.

Keywords: logistics; electronic logistics; e-commerce; flow; Mali.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.11191195>

1. Introduction

Depuis le milieu des années 1990 l'Internet était en plein essor. D'abord réservés aux catégories professionnelles supérieures, à savoir les cadres, les cadres supérieurs, son utilisation s'est démocratisée et touche aujourd'hui toutes les couches de la population, de l'agriculteur au chef d'entreprise en passant par les populations dites « moyennes » (Rémi et al., 2009). Selon une enquête du Centre de Recherche pour l'Etude et d'Observation des Conditions de vie (CREDOC) menée en 2003, le début des années 2000 a vu l'explosion des achats d'ordinateurs individuels. Dans le même temps, se développaient des sites marchands à l'initiative de certaines entreprises. Une nouvelle forme de commerce qui ne pouvait que s'imposer très rapidement et entraîner de nouvelles relations clients-fournisseurs, de nouvelles méthodes de gestion, de nouvelles formes d'organisation. Selon Lasnier (2004), l'e-logistique concerne le commerce B to C, que l'on traduit par Business to Consumer et qui désigne les opérations d'entreposage, préparation de commandes, de livraison marchand à destination du grand public.

Le terme e-logistique est aujourd'hui un concept en plein essor en République du Mali en général et dans le District de Bamako en particulier. La e-logistique permet de mettre à la disposition du client, le produit attendu, au bon endroit et au bon moment. Dans la ville de Bamako, la e-logistique est favorisée par le développement du commerce électronique dans ces différentes formes et en particulier, celui lié au commerce B2B2C des petites et des moyennes entreprises. La pratique de la e-logistique soulève un certain nombre de difficultés pour les professionnels du e-commerce, puisqu'ils sont en lieu direct avec l'aménagement des espaces. Optimiser les livraisons pour répondre aux demandes des consommateurs, nécessite une gestion optimale de tout l'ensemble des flux (Guesmia, 2018).

Cet article a pour l'objet d'analyser l'impact de la e-logistique sur les relations commerciales du type B2B2C des petites et des moyennes entreprises du District de Bamako. L'article sera

structuré : la première partie traitera la revue de la littérature alors que la deuxième portera sur le cadre méthodologique. La troisième partie fera l'analyse et l'interprétation des données et enfin les discussions des résultats.

2. Revue de la littérature

La e-logistique est une composante essentielle du commerce électronique visant à maîtriser l'ensemble de la chaîne : la réception, le conditionnement des produits, le stockage, le picking (action de déplacer les produits afin de préparer les commandes), la préparation de la commande, la prise en charge par les transporteurs qui prennent le relais (Abrighach et al., 2011). A une époque où le commerce électronique se développe à un rythme soutenu, il paraît donc, extrêmement urgent de se préoccuper de la problématique que représentent les livraisons aux internautes de leurs commandes passées en lignes, que ces livraisons se fassent directement à domicile (Durand, 2010). L'intérêt suscité par la logistique s'explique dorénavant par l'orientation du commerce électronique vers une intégration dans les stratégies commerciales « multi canal ». Les plus remarquables sont celles de la grande distribution (Carrefour, Cora, Casino) dans la mesure où le modèle de la distribution directe s'oppose radicalement à celui qui a fait son succès. Toutefois, l'ouverture de certains réseaux de distribution comme ceux des grands acteurs de la vente à distance (Mondial Relay, par exemple, propose à travers sa filiale Takéos l'accès à la logistique du Groupe 3 Suisses) laisse penser que derrière la concurrence commerciale, des sites de commerce électronique se dessinent une concurrence des services de distribution logistique. L'initiative de Zendis, filiale logistique dédiée au commerce électronique du groupe Hachette Distribution Services, abonde également dans ce sens en ouvrant les circuits de distribution de presse aux produits de la vente sur l'Internet (Gratadour, 2001).

L'e-supply chain est un concept développé dans le cadre du commerce B to B, que l'on traduit par Business to Business où échanges interentreprises sur le net (Lasnier, 2004). La chaîne logistique globale ou e-supply chain désigne l'ensemble des outils ou des actions mises en œuvre supportés par la technologie Internet pour produire une marchandise dans les meilleurs délais et au meilleur coût. L'objectif de l'e-supply chain est de réduire les coûts de stocks, de mutualiser le transport, d'améliorer le service client à partir du réseau Internet. La chaîne logistique globale doit permettre de produire et délivrer la marchandise dans un souci de respect de délai, des coûts et de la qualité en reliant entre eux les différents maillons de la chaîne d'approvisionnement à savoir : vendre, production, entrepôts, transporteurs et distributeurs (Lasnier, 2004).

L'e-procurement concerne la gestion des achats en ligne, à ce correspond l'automatisation et la formalisation de la gestion des achats et des approvisionnements d'une entreprise par le biais d'Internet (Lasnier, 2004). L'e-procurement se fait souvent via les places de marchés, c'est – à – les sites portails exclusivement réservés au commerce interentreprises et dont l'objectif est de faciliter la mise en relation acheteurs et vendeurs, l'objectif principal est l'économie de processus. L'e-procurement est actuellement l'un des meilleurs moyens d'accroître le bénéfice d'une entreprise. La mise en action de tous les outils de e-procurement peut entraîner une réduction des coûts d'achats de l'ordre de 10% à 20% (Lasnier, 2004).

Selon une étude menée par (Lasnier, 2004), l'e-sourcing a pour vocation d'optimiser l'amont de l'achat en standardisant et automatisant la recherche, la sélection et la négociation avec les fournisseurs. Il s'agit d'améliorer la qualité de l'information de l'acheteur professionnel et l'augmentation de sa productivité. Dans certains cas, la négociation finale peut prendre la forme d'une enchère inversée en ligne. L'économie générée tient principalement à la baisse des coûts d'acquisition. Grâce à l'e-sourcing, le fait de diminuer les coûts d'acquisition sur un cycle d'achat correspond à du temps gagné pour un autre cycle d'achat. Que l'on utilise ou non les nouvelles technologies, le processus reste le même. Néanmoins, l'utilisation des nouvelles technologies permet d'accélérer certains processus. Le début du cycle commence par la collecte des informations concernant l'achat à réaliser, ce qui amène au choix de la stratégie en fonction du type d'achat. Les solutions d'e-sourcing permettent de dégager une liste de fournisseurs motivés qui sont évalués en fonction de différents critères. Après l'optimisation du cahier des charges, viennent des négociations ou enchères. Une fois les fournisseurs sélectionnés, l'e-sourcing offre un gain de temps et une organisation indéniable. Le cycle se termine par la mise en place de l'achat : élaboration du contrat, mise en place d'indicateurs de performance (taux de service, taux de qualité, etc.) les fournisseurs retenus seront ensuite évalués régulièrement. L'utilisation du e-sourcing peut générer des réductions de 25 à 50% du coût de l'achat en fonction de l'activité de l'entreprise et des types de besoin, ainsi qu'une réduction de l'ordre de 50% du cycle de recherche du fournisseur (Lasnier, 2004).

(Hamri et al., 2022) la non-livraison, retards, erreurs de livraison par rapport aux commandes, problèmes de retour, etc. sont interprétés par le client comme un mauvais service. Par conséquent, la qualité des services logistiques et leurs conséquences est un nouveau sujet dans le commerce électronique B2C. Selon Patier (2002) dans le cadre du *B to B*, l'accessibilité n'est pas tout : les lieux de traitement logistique du fret et leur implantation dans la ville paraissent tout aussi déterminants. Bien entendu, en *B to C*, cette remarque garde toute sa

validité du fait du renforcement de la capillarité des flux : les sites de groupage/dégroupage sont absolument nécessaires et la pertinence de leur localisation est fondamentale. La disponibilité de terrains et/ou d'équipements déjà existants dans des zones situées entre l'hyper-centre de la ville et sa périphérie constitue alors un réel atout. Force est donc, de noter qu'après le mouvement de délocalisation en périphérie du grand commerce, mais également des infrastructures logistiques majeures (entrepôts de stockage, plates-formes d'éclatement...), nous assistons désormais à un mouvement inverse, certes lent, de repositionnement de points de vente et d'unités logistiques de taille plus modeste, ces dernières n'ayant en aucun cas vocation à stocker, mais bien, dans le cadre du *B to C*, à trier et à regrouper les commandes par internaute (Durand B, 2018). Le développement du *B2C* s'accompagne de profondes mutations, notamment, sur le plan logistique. Plus précisément, c'est l'organisation des livraisons en centres villes qui est touchée et qui repose, en d'autres termes, la question de la logistique urbaine. Le bouleversement est de taille, puisqu'il s'agit, en effet, de livrer l'internaute à son domicile, ou encore de lui permettre de récupérer ses commandes sur des points de retrait. Or, quand les villes connaissent déjà une congestion de leurs flux de biens et de personnes, on peut raisonnablement douter des chances de succès du *B2C*, si la logistique urbaine n'est pas davantage prise en compte (Raphaëlle et Durand, 2010).

3. Méthode et matériels

Pour atteindre l'objectif fixé par notre article, nous avons dans un premier temps procédé à des recherches documentaires basées sur l'analyse des ouvrages, des rapports d'activités, des thèses de Doctorat, des articles scientifiques, des mémoires universitaires et l'exploration des sites Internet. Dans un second temps, nous avons mené des enquêtes de terrain à l'aide d'un questionnaire et d'un guide d'entretien. Le choix de la méthode mixte est justifié par le fait qu'elle nous apporte des informations à la fois quantitatives et qualitatives. Les questionnaires ont été élaborés et adressés à 80 personnes donc, 20 agents d'entreprises, 10 chargeurs, 20 prestataires logistiques, 10 conducteurs, 10 gents des sociétés de télécommunication et 10 utilisateurs du E-commerce. Le guide d'entretien nous a permis de faire des entretiens semi directs avec 3 dirigeants d'entreprises du E-commerce, 5 prestataires logistiques, 2 utilisateurs de E-commerce et 2 agents des télécommunications. L'exploration de terrain nous a permis d'obtenir des données que nous avons traitées avec les logiciels SPSS et stata.

4. Analyse et interprétation des résultats

L'analyse a été effectuée avec le logiciel stata en utilisant un modèle du type multilevel mixed effects model avec une régression linéaire. Le but est d'étudier si la régression est significative ou non. Pour ce faire, nous avons défini dans chaque étape, la variable dépendante (VD) et les variables indépendantes (VI). L'analyse a été effectuée en cinq étapes, mais nous avons retenu la troisième étape, pour laquelle, la régression est fortement significative. Les résultats de l'analyse sont indiqués en annexe 1. Cette analyse nous a permis de dégager des variables dépendantes et une variable indépendante.

Tableau : illustration des variables et leur significativité

Variable indépendante (VI)	Variables dépendantes (VD)	
<ul style="list-style-type: none"> - Suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques ; - Responsabilité vite située en cas de problèmes ; - Accélère les activités logistiques et commerciales ; - Renforce la confiance entre agents logisticiens et commerciaux ; - Meilleure satisfaction des clients. 	Impacts positifs	<ul style="list-style-type: none"> - Réduction du coût total grâce à la réduction des intermédiaires ; - Réduction du délai de livraison grâce aux entrepôts de proximité ; - Bonne gestion des stocks.
	Impacts négatifs	<ul style="list-style-type: none"> - Arnaque du client en cas de prépaiement ; - Déplacement inutile en cas de port dû ; - Interruption (en cas de coupure d'électricité ou de connexion) ; - Une forte concurrence ; - De faibles marges ; - Externalisation pouvant provoquer la perte de contrôle sur la qualité des services.
	Perspectives	<ul style="list-style-type: none"> - Développement des réseaux de télécommunications ; - Interconnexion entre entreprises et prestataires logistiques ; - Communication entre entreprises et les clients ; - Prévoir des alternatives en cas de coupure de courant ; - Développement de la bancarisation ; - Création de grands distributeurs d'E-commerce.

Source : enquêtes personnelles, 2024

VI = STREELDI+RESVITSI+ACACTILO+RCONFAGL+MSATISCL (1)

VDIMPOS = RCOTORED+RDLIVENT+BONGESST (2)

**VDIMPNEG=ARNACLIP+DEPINUPO+INTERRUP+FCONCURR+FAIBMARG+EXPRO
PER (3)**

**VDPERSP=DEVRESTE+IENTPRES+COMENTRE+PALTECOU+DEVBANCA+CREGR
ADI (4)**

La formule (1) indique que la variable indépendante en multi varié est constituée de cinq paramètres qui sont : le suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques (STREELDI) ; la responsabilité vite située en cas de problèmes (RESVITSI) ; l'accélération des activités logistiques et commerciales (ACACTILO) ; le renforcement de la confiance entre agents logisticiens et commerciaux (RCONFAGL) ; la meilleure satisfaction des clients (MSATISCL) (voir annexes 1, 2 et 3). La formule (2) permet d'analyser les impacts positifs qui sont fortement significatifs. Ces impacts concernent la réduction du coût total grâce à la réduction des intermédiaires (RCOTORED) ; la réduction du délai de livraison grâce aux entrepôts de proximité (RDLIVENT) et la bonne gestion des stocks (BONGESST) (voir annexe 1). L'analyse des impacts négatifs est consignée dans la formule (3), selon cette formule, l'arnaque du client en cas de prépaiement (ARNACLIP) ; le déplacement inutile en cas de port dû (DEPINUPO) ; l'interruption (en cas de coupure d'électricité ou de connexion) (INTERRUP) ; une forte concurrence (FCONCURR) ; les faibles marges (FAIBMARG) et l'externalisation pouvant provoquer la perte de contrôle sur la qualité des services (EXPROPER) sont les impacts négatifs les plus significatifs (voir annexe 2). La formule (4) précise les perspectives de développement de la E-logistique et du E-commerce B2B2C. Ces perspectives sont entre autres : le développement des réseaux de télécommunications (DEVRESTE) ; l'interconnexion entre entreprises et prestataires logistiques (IENTPRES) ; la communication entre entreprises et les clients (COMENTRE) ; la prévention des alternatives en cas de coupure de courant (PALTECOU) ; le développement de la bancarisation (DEVBANCA) ; la création de grands distributeurs d'E-commerce (CREGRADI) (voir annexe 3).

En analysant les annexes 1, 2 et 3 avec un intervalle de confiance estimé à 95%, on constate les trois situations suivantes :

- ✓ Une augmentation de 0,8% du suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques, de 1,76% de la meilleure satisfaction des clients et de 19,2% du renforcement de la confiance entre agents logisticiens et commerciaux permet d'accroître la performance de la E-logistique d'une unité et impact positivement le développement de celle-ci ;

- ✓ En augmentant de 0,62% le suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques, de 1,7% l'accélération des activités logistiques et commerciales, puis, en diminuant de 2,9% la meilleure satisfaction des clients, alors, la performance de la E-logistique s'améliore d'une unité et la relation entre la E-logistique et E-commerce se renforce et impact négativement le développement de ceux-ci ;
- ✓ Une amélioration de 0,88% du suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques, de 1,15% de l'accélération des activités logistiques et commerciales, puis, une diminution de 1,56% la meilleure satisfaction des clients augmente la performance de la E-logistique. Cette tendance influence les perspectives de développement de la E-logistique et du E-commerce au Mali.

4.1. Causes de la lenteur des activités d'e-logistique et e-commerce au Mali

Le développement des activités de la E-logistique et du E-commerce trainent à causes de plusieurs aspects dont nous pouvons citer : l'inexistence des réseaux Internet et téléphoniques dans certaines zones ; le manque de confiance entre entreprises et clients ; la mauvaise qualité de la connexion Internet ; la faiblesse des activités d'e-logistique et e-commerce et la non maîtrise des appareils électroniques. Nos enquêtes de terrain montrent que entre 70% et 80% des répondants confirment ces causes citées ci-dessus sont les plus pertinents. De même, les discours de A.T, M.O et D.D respectivement dirigeant d'entreprise du E-commerce, prestataire logistique et utilisateurs de E-commerce confirment nos hypothèses. Selon A.T, *« la E-Logistique et le E-commerce sont très développés ailleurs, mais, leur développement traîne à cause des multiples raisons. Elles ne sont pas toujours très développés au Mali, en raison de la non maîtrise des appareils électroniques, la mauvaise connexion et le manque de confiance entre entreprises et clients. Pourtant, la E-logistique assure la bonne gestion et le développement des entreprises sans faire de déplacement souvent inutiles. Elle assure les transactions rapides et permet aux clients de mieux faire leurs choix »*. Quant à M.O, il pense qu'il faut développer la E-logistique même si cela s'avère difficile. *« Ce que je pense de l'application de la E-logistique dans le commerce au Mali est que les gens n'ont pas confiance à la vente en ligne. Ils ne maîtrisent pas les appareils électroniques, la connexion Internet est souvent mauvaise et ne couvre pas tout le territoire. Ensuite, les gens ont peur de l'arnaque, à ceux-ci, il faut ajouter les coupures de courant sans lequel, les nouvelles technologies de l'information et des télécommunications ne pourront fonctionner »*. D.D met l'accent sur la connexion et les cas d'arnaque. Selon ce dernier : *La faillite des entreprises, la mauvaise connexion, la cherté de la connexion Internet, les cas d'arnaques, la livraison*

des marchandises qui ne respectent pas les attentes des clients, sont des obstacles au développement de la E-logistique et du E-commerce ».

4.2. Impacts d'e-logistique sur l'e-commerce B2B2C

4.2.1. Aspects positifs

Le développement de la E-logistique permet d'intensifier les activités du commerce électronique du type B2B2C. Cela favorise le développement des activités de la supply chain allant du producteur jusqu'au consommateur en passant par des entreprises intermédiaires et/ou des prestataires logistiques. Notre étude montre que plusieurs aspects impactent positivement le développement de la E-logistique, parmi lesquels, nous avons : la réduction du cout total grâce à la réduction des intermédiaires ; la réduction du délai de livraison grâce aux entrepôts de proximité et la bonne gestion des stocks pour plus de 70% de nos répondants. Entre 60% et 70% des personnes enquêtées pensent que l'accélération des activités logistiques et commerciales, le renforcement de la confiance entre agents logisticiens et commerciaux, l'utilisation en période de crise (cas COVID 19 et le suivi en temps réel ou différé des opérations logistiques sont des aspects positifs du développement de la E-logistique. A.T raconte *« Le développement de l'électronique et en particulier de la E-logistique permet de mieux accueillir les clients dans tous les zones pour l'entreprise, accélère les activités logistiques et commerciales, c'est une meilleure satisfaction des clients, permet aux clients de discuter directement avec l'entreprise sans faire recours aux intermédiaires. Elle assure la bonne gestion des stocks, permet le meilleur développement du commerce au Mali, en ligne pour gagner leur vie et permet également au Mali de recevoir des nouveaux produits en temps réel »*. L. K est un agent de télécommunication. Selon lui : *« Dans un premier temps, la E-logistique favorise l'interconnexion entre les entreprises. Elle est un moyen propre et efficace d'accéder plus rapidement au produit, et après une bonne analyse, il est peu probable d'être berné. Elle permet à l'entreprise d'être permanemment auprès de la clientèle, c'est un moyen rapide pour l'entreprise de faire la promotion de leur produit »*.

4.2.2. Aspects négatifs

Le développement du commerce électronique n'est pas sans corolaire. Si le développement de la E-logistique a beaucoup d'avantages pour le fonctionnement de celle – ci, des impacts négatifs ont été signalés. Certains aspects négatifs sont très significatifs et impactent négativement le déroulement des activités logistiques, commerciales de l'entreprise. L'arnaque du client en cas de prépaiement, le déplacement inutile en cas de port dû, les interruptions en cas de coupure d'électricité ou de connexion, l'externalisation pouvant

provoquer la perte de contrôle sur la qualité des services et la baisse de la performance du prestataire entraînant la chute de la notoriété de l'entreprise sont autant d'inconvénients de la E-logistique et le E-commerce pour l'entreprise et les clients. Ces impacts ont été signalés par nos enquêtés pour plus de 60%. Les discours de G.M et S.D., tous agents commerciaux témoignent. Selon G.M, « *Les impacts peuvent être : le manque de confiance entre eux ainsi que les arnaques, l'exemple du jeune entrepreneur du non de Adama avec son entreprise "OPEN-AID" en est un exemple illustratif des cas d'arnaque, mécontentement des clients souvent dû à une image très jolie et des surprises à la réception du produit* ». S.D. témoigne : « *la E-logistique n'est pas trop appréciée par certains prestataires mal intentionnés, du coup, sa mise en application devient difficile. Le défaut de qualité, les erreurs de planification, la sous-capacité de production, les dommages matériels, les problèmes de sourcing des fournisseurs, l'accueil technique, la rupture du flux logistique font partie des risques, les plus fréquents et à l'impact opérationnel le plus fort* ».

4.3. Perspectives de développement d'e-logistique et e-commerce au Mali

Des dispositions peuvent être prises pour favoriser le développement de la E-logistique et du E-commerce au Mali. Selon nos recherches, la création de grands distributeurs d'E-commerce, la communication entre les entreprises et les clients, l'interconnexion entre les entreprises et les prestataires logistiques sont des perspectives très significatives. Entre 70% et 80% des personnes enquêtées approuvent ces perspectives. Entre 50% et 60% des enquêtées pensent qu'il faut mettre l'accent sur trois points, à savoir : le développement des réseaux de télécommunications, la prévention des alternatives en cas de coupure de courant et le développement de la bancarisation. Selon A.T.C, dirigeant d'entreprise, « *IL faut bien organiser les membres et mettre à la disposition des clients, des informations très satisfaisantes et fiables, puis, créer une sorte de confiance entre les entreprises et les clients. Ceux ou celles qui utilisent les réseaux sociaux pour des mauvaises intentions doivent être sanctionnées par la loi. IL faut dire la vérité aux clients pour qu'ils puissent faire confiance aux l'entreprises et ses autres partenaires. Nos Etats doivent se focaliser sur nos propres ressources et surtout, respecter les mesures prises et les lois en vigueur. Une certaine vigilance, la prise de conscience, puis, la mise de la connexion à la disposition du grand public (moins cher) peuvent être envisagés pour développer la E-logistique et le E-commerce.* A.D.H, prestataire logistique raconte : « *L'Etat doit vraiment prendre au sérieux le commerce concernant l'importation et la baisse des prix des matières premières et il doit aussi revoir la fiscalité surtout. Ce dernier pourra faire en sorte que les clients croient davantage à l'entreprise, qui, à son tour, pourra réduire les coûts. On peut instaurer des séances de*

sensibilisation à travers le porte à porte des clients. Nous devons mettre en place des réseaux de communication stable, avoir une solution aux coupures du courant, apprendre à bien maîtriser les appareils électroniques et les langues internationales. Etablir une automatisation collaborative en entrepôt à la livraison « réussie du premier coup » sur le lieu défini par le client, les activités du premier et du dernier kilomètre ont un profond impact sur les performances et l'efficacité ».

5. Discussion

Les résultats de notre étude ont montré que la part du E-commerce ne cesse d'accroître dans la ville de Bamako, la E-logistique rassure les clients et sécurise l'activité des entreprises bamakoises. De même, nos résultats ont indiqué que la E-logistique réduit considérablement le prix de vente au consommateur final et accorde des gains de temps important. Selon une étude menée par (Guesmia, 2018) aborde dans le même que de nombreux sites du e-commerce mettent en avant leur offre logistique au même titre que leur offre de produits. D'abord, puisque il s'agit d'achats immatériels, le client n'a pas de contrat physique avec le vendeur, donc, le client se fait une idée sur la qualité de service seulement à travers la qualité de livraison (respect des délais, intégrité des produits et prix de prestation), donc, la logistique mise en place est essentielle en termes de fidélisation. Une étude de (Hamri et al., 2022) a montré que la logistique est au cœur des activités e-commerce réussies et, de fait, le seul contact spécifique entre un marchand web et ses clients. Cela signifie que derrière la virtualisation de l'acceptation des commandes, la qualité de la réception des marchandises est aussi importante que le contact en magasin.

Par ailleurs, selon les recherches effectuées par l'international Data Coporation (IDC) établie aux Etats-Unis estiment que le commerce électronique interentreprises au niveau mondial, notamment, entre grossistes et distributeurs, représentait 12 400 milliards de dollars américains à la fin 2012. S'il continue de se développer à un rythme aussi rapide, le commerce électronique interentreprises, entreprises et consommateurs finals représentait 5% du total des transactions interentreprises et des ventes au détail en 2017.

6. Conclusion

L'objectif de cet article était d'analyser les impacts de l'E-logistique sur les relations commerciales du type B2B2C des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. Pour y parvenir, d'abord, nous avons mis en lumière la revue des écrits sur l'E-logistique et la E-commerce. Ensuite, nous avons porté notre réflexion sur la méthodologie basée sur

l'approche mixte. Les résultats de notre étude ont montré que la part du E-commerce ne cesse d'accroître dans la ville de Bamako. La E-logistique rassure les clients et sécurise l'activité des entreprises bamakoises.

Plusieurs facteurs ont expliqué les impacts d'e-logistique sur l'e-commerce B2B2C dans la ville de Bamako. Il s'agit entre autres, des aspects positifs : la réduction du coût total grâce à la réduction des intermédiaires ; la réduction du délai de livraison grâce aux entrepôts de proximité et la bonne gestion des stocks pour plus de 70% de nos répondants. Quant aux aspects négatifs, ils sont très significatifs et impactent négativement le déroulement des activités logistiques, commerciales de l'entreprise. L'arnaque du client en cas de prépaiement, le déplacement inutile en cas de port dû, les interruptions en cas de coupure d'électricité ou de connexion, l'externalisation pouvant provoquée la perte de contrôle sur la qualité des services et la baisse de la performance du prestataire entraînant la chute de la notoriété de l'entreprise.

L'étude a permis de formuler des recommandations qui vont à l'endroit des professionnels du secteur de l'E-logistique, à savoir : le développement des réseaux de télécommunications, la prévention des alternatives en cas de coupure de courant, le développement de la bancarisation, etc.

Les principales limites de la recherche demeurent la non analyse des équipements de E-logistique dans le District de Bamako. L'étude a permis de cerner les impacts, de l'E-logistique sur les relations commerciales du type B2B2C des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako

En termes de perspective, il s'agira pour nous d'orienter notre réflexion sur les coûts de l'E-logistique dans le District de Bamako, en vue de cerner leurs contributions sur le plan économique.

REFERENCES

1. Abrighach S et al., (2011). La e-logistique et e-commerce, Université Abdelmalek Essaadi, Tanger.
2. Durand B, (2010). E-commerce et logistique : quand le développement durable s'en mele, Revue française de gestion industrielle, p 1-32.
3. Gratadour J R, (2001). La logistique du commerce électronique, Lavoisier réseaux 2001/2 no 106 pages 135 à 147.
4. Guesmia E, (2018). Logistique et e-commerce, étude de cas Amazon, mémoire universitaire, université AbdelmamidBenbadis-Mostaganem.

5. Hamri M et al., (2022). La logistique et le e-commerce entre performance et défi en Afrique : Cas du Maroc, IJFAEM, volume 4, no 1, p 46-52.
6. Lasnier, G., (2004). Gestion des approvisionnements et des stocks dans la chaîne logistique, Paris, éditions Hermes Science.
7. Patier, D., (2002), La logistique dans la ville, Paris, éditions Celse.
8. Raphaëlle D et, Durand B, (2010). E-Commerce et logistique urbaine : la consigne automatique, une alternative d'avenir ? 9e Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique (RIRL), Aug 2010, Montréal, Canada. fihal-00839568ff.
9. Rémi M et al., (2009). L'e-logistique : Particularités et enjeu stratégique, pdfcoffee.com search download, Consulté le 17 novembre 2023.