

## Impact Livraison

### Propositions de contenus et messages-clé de sensibilisation

[LinkedIn](#)

[X \(ex-Twitter\)](#)


[Infolettre](#)


[Messages-clé sur la livraison](#)

[Données-clé sur la livraison](#)

Un Kit de diffusion est disponible sur Notion. [Cliquez ici](#) pour le découvrir !

### LinkedIn

 L'[@ADEME](#) lance un outil pédagogique pour évaluer l'impact carbone des livraisons de colis !

Le simulateur permet de comparer le poids carbone des achats en ligne en fonction du produit commandé et du mode de livraison choisi 

Livraison à domicile, en point relais ou en Click & Collect : aucune option n'est systématiquement meilleure. Toutefois, il est possible de réduire l'impact des commandes en ligne en impact en faisant des choix éclairés !

Découvrez Impact Livraison et les bons ordres de grandeur :

 [https://impactco2.fr/outils/livraison?mtm\\_campaign=partage](https://impactco2.fr/outils/livraison?mtm_campaign=partage)

**#ADEME #ImpactCO2 #ImpactLivraison #Ecommerce #Livraison #RSE #CO2**

### X (ex-Twitter)

Connaissez-vous l'impact carbone des livraisons de colis ? 

[J'ai/Nous avons] découvert le nouveau simulateur développé par Impact CO2

([@ADEME](#)) 

L'essayer c'est l'adopter 

[https://impactco2.fr/outils/livraison?mtm\\_campaign=partage](https://impactco2.fr/outils/livraison?mtm_campaign=partage)

## Infolettre

### #Environnement

Chaque année, 1 milliard de colis sont livrés en France, soit environ 1 million de tonnes de CO<sub>2</sub>. Livraison à domicile, point relais, Click & Collect : comparez l'impact carbone des différents modes d'achat grâce au nouveau simulateur de l'ADEME !

[Découvrir l'impact carbone des livraisons](#) 

### Messages-clé sur la livraison

L'empreinte carbone exprime le poids de la logistique liée à un achat, de la commande à la livraison. La quantité d'émissions de CO<sub>2</sub> calculée prend en compte le mode d'achat et les spécificités de livraison.

Livraison à domicile, en point relais ou en Click & Collect : **aucune option n'est systématiquement meilleure**. Toutefois, il est possible de réduire l'impact des commandes en ligne en impact en faisant des choix éclairés !

- Le **mode de livraison** influence l'impact carbone d'une commande en ligne. Toutes choses égales par ailleurs, lorsqu'on cherche à comparer les différentes options de livraison, on constate que les impacts progressent en fonction :
  - du **moyen de transport utilisé pour l'acheminement du colis** (aérien, maritime, ferroviaire ou routier) et de leur degré d'optimisation ;
  - de la nécessité d'ajouter ou non un emballage de transport ;
  - du **mode de déplacement du consommateur** (livraison dite du "dernier kilomètre" jusqu'à la destination finale).
- L'impact final dépend surtout du **dernier kilomètre** : si le consommateur récupère son colis en voiture individuelle, l'impact peut être aussi élevé qu'une livraison à domicile. Les transports en commun, le vélo ou la marche sont donc à privilégier dans la mesure du possible.

- L'achat **en ligne peut sembler avantageux** : moins de déplacements en magasin, mutualisation des livraisons, etc. Toutefois, cela génère aussi d'autres **impacts "rebond"** : plus d'emballages (plastique, carton, en quantité plus ou moins importante selon le volume de l'article...), des trajets logistiques en plus ainsi que la gestion des retours.
- Le e-commerce et les retours gratuits nous incitent à acheter toujours plus. Pour **lutter contre la surconsommation**, il s'agit de se poser cinq questions (méthode B.I.S.O.U.) : "Ai-je vraiment **Besoin** de ce produit ? **Immédiatement** ? N'en ai-je pas déjà un **Semblable** ? Quelle est l'**Origine** du produit ? Est-il vraiment **Utile** ?"

## Données-clé sur la livraison

- Chaque année, **1 milliard de colis sont livrés en France**, soit environ 1 million de tonnes de CO<sub>2</sub>.
- **1/3 des retraits de colis** seraient réalisés en voiture, dans le cadre d'un trajet spécifique (le plus souvent, voiture thermique avec 1 seul passager).
- **50% du volume des colis** est du vide non optimisé, en moyenne.

Source : <https://infos.ademe.fr/article-magazine/limpact-environnemental-du-commerce-en-ligne/>