

Carnet de tendances 2026 : Woop décrypte le futur de la livraison et de la logistique

Pensé comme un outil d'éclairage et d'inspiration, le Carnet de tendances de la livraison 2026 signé Woop décrypte les grandes mutations à l'œuvre dans la logistique et le dernier kilomètre. Destiné aux acteurs du retail, du e-commerce, de la distribution et du BtoB, il offre **un panorama complet des transformations économiques, technologiques et réglementaires qui redéfinissent les standards du secteur.**

Le carnet se décline **en deux éditions complémentaires** : une **version Retail**, centrée sur les enjeux des enseignes grand public, et une **version BtoB**, intégrant des problématiques spécifiques aux flux professionnels et à la distribution entre entreprises. Réalisé **en collaboration avec des experts du secteur – Suppléo, EcoCO2, EOL, Scandit et Reversys** – il croise **analyses, retours d'expérience et regards de spécialistes** pour aider les décideurs à transformer leurs contraintes logistiques en leviers d'innovation, d'efficacité et de durabilité. Véritable boussole pour les années à venir, il éclaire les mutations d'un secteur en pleine redéfinition.

Créée à Lille en 2019, Woop s'impose aujourd'hui comme un acteur de référence de la livraison du dernier kilomètre. **Sa plateforme SaaS orchestre chaque mois plus de 3,5 millions de livraisons et collectes pour plus de 400 clients dans 20 pays européens, en s'appuyant sur un réseau de 600 partenaires de transport.** En unifiant tous les canaux de délivrance, Woop aide les enseignes omnicanales et les transporteurs à proposer des livraisons plus performantes, responsables et alignées sur les nouvelles attentes clients.

« À l'aube de 2026, la livraison du dernier kilomètre s'impose comme un axe stratégique au cœur des transformations économiques, environnementales et opérationnelles. Face à la volatilité des coûts, aux mutations réglementaires et à l'évolution rapide des attentes clients, notre secteur doit repenser ses modèles, miser sur l'intelligence collective et l'innovation technologique pour transformer les contraintes en leviers de valeur durable. L'enjeu n'est plus de s'adapter à la marge, mais de redéfinir en profondeur la logistique de demain, réconciliant performance, agilité et responsabilité. »

Paul Klebinder, Directeur général de Woop



1

Comment le contexte macro-économique va impacter la livraison ?

En 2026, la livraison évolue dans un environnement instable marqué par l'inflation, la hausse des coûts énergétiques, les taux d'intérêt élevés et les tensions géopolitiques. Les entreprises doivent composer avec une forte volatilité et des arbitrages budgétaires plus stricts. **La transformation s'oriente vers la digitalisation, l'automatisation et la recherche d'un ROI rapide.** La résilience devient un mot d'ordre : **diversification des partenaires, mutualisation des flux et usage accru des outils d'IA et de pilotage en temps réel** permettent de rester compétitif dans un contexte de crise et d'incertitude structurelle

2

ZFE & réglementation : ambitions climatiques face aux réalités du terrain

Les Zones à Faibles Émissions (ZFE) devaient révolutionner la logistique urbaine, mais leur mise en œuvre se heurte à la complexité du terrain. En 2025, nombre de collectivités ont suspendu ou assoupli leurs calendriers face à la grogne sociale, au manque d'alternatives technologiques et au coût du verdissement. Entre ambitions environnementales et contraintes économiques, la France avance à deux vitesses. Les entreprises réclament une trajectoire claire et stable pour investir sereinement dans des flottes décarbonées. Malgré ces défis, les ZFE demeurent un levier central de la transition vers une logistique urbaine bas carbone

3

Mutualisation des flux de livraison : quand les distributeurs reprennent le pouvoir

La mutualisation des livraisons, autrefois gérée par les transporteurs, est désormais pilotée par les enseignes elles-mêmes, grâce à la data et aux plateformes collaboratives. En regroupant les flux intra ou inter-marques, **les distributeurs réduisent jusqu'à 25 % de leurs kilomètres parcourus et optimisent leurs coûts logistiques.** Cette approche transforme la logistique en actif rentable tout en améliorant la satisfaction client et l'impact environnemental. En 2026, la mutualisation trans-sectorielle — entre retail, B2B et industrie — devient un marqueur d'agilité, de performance et de responsabilité collective.

4

Livraison augmentée : quand la réalité prend le pouvoir sur la performance

La réalité augmentée s'impose comme un levier majeur d'efficacité dans la livraison du dernier kilomètre. **En optimisant le tri, le chargement et la distribution, elle réduit les erreurs et accélère les opérations.** Les livreurs visualisent en temps réel les colis, priorités ou anomalies directement sur leur smartphone. Des outils comme MatrixScan de Scandit permettent un gain de productivité et de fiabilité considérable. **D'ici 2028, le marché de la réalité augmentée en logistique devrait croître de plus de 24 % par an,** devenant un standard du secteur pour améliorer à la fois la performance opérationnelle et l'expérience collaborateur

5

Hubs urbains : du fantasme à la réalité ?

Après des années d'expérimentations, les hubs urbains deviennent une réalité incontournable. **L'essor du e-commerce et la pression foncière ont accéléré la création de micro-entrepôts, hôtels logistiques et plateformes mutualisées en centre-ville.** Cependant, le modèle reste fragile : manque de foncier, coûts élevés et complexité réglementaire freinent encore leur déploiement. Les acteurs du secteur misent sur la modularité, la digitalisation et la coopération public-privé pour stabiliser ces infrastructures. En 2026, la professionnalisation des hubs urbains s'affirme, mais leur **équilibre économique reste à consolider**

6

BtoC : La priorisation à l'optimisation des coûts sur la reverse (version retail)

L'explosion du e-commerce a propulsé la reverse logistics au rang d'enjeu stratégique. Chaque retour coûte entre 15 et 20 €, poussant les enseignes à en faire un levier d'efficacité plutôt qu'un centre de coûts. Digitalisation, automatisation et traçabilité deviennent les piliers d'une gestion optimisée, avec des portails de retour en selfcare, des remboursements automatisés et un suivi en temps réel. Selon Reversys, la rationalisation des flux permet jusqu'à +15 % de productivité et -90 % de temps administratif. Les retours sont désormais traités selon leur valeur : remise en état pour les produits à forte marge, réintégration immédiate pour le textile, mutualisation pour les flux magasins-entrepôts. L'intelligence artificielle détecte les fraudes et accélère la remise en stock. En 2026, la reverse logistics devient un pilier de performance, au service à la fois de la rentabilité, de la fidélisation et de la durabilité.

7

BtoB : de nouvelles promesses en gestion des flux retours (version BtoB)

La gestion des retours émerge comme un pilier stratégique du BtoB. Simplicité, rapidité et traçabilité s'imposent comme des attentes incontournables, notamment dans des secteurs comme le bâtiment, l'automobile ou le paramédical. La digitalisation permet d'automatiser le suivi, d'améliorer la visibilité et de réduire les pertes. L'omnicanalité — avec des comptoirs, dépôts ou points de collecte intégrés — devient un levier d'optimisation. En 2026, la reverse logistics n'est plus un simple service après-vente, mais un indicateur clé de fidélité et un avantage compétitif majeur pour les entreprises.

8

Expérience de livraison : vers un fonctionnement retail du BtoB (version BtoB)

Les clients professionnels attendent désormais les mêmes standards que dans le BtoC : suivi en temps réel, créneaux horaires, personnalisation et réactivité. Cette "retailisation" du BtoB transforme profondément la logistique : digitalisation des parcours, portails clients interactifs, intégration des systèmes et flexibilité des modes de livraison deviennent la norme. Si la complexité et les volumes du BtoB rendent cette mutation exigeante, elle représente une opportunité de fidélisation et de création de valeur. La satisfaction client devient le principal indicateur de performance logistique.

A propos de Woop

Créée à Lille en 2019, Woop propose une solution globale et modulaire pour digitaliser et optimiser toute la chaîne de valeur de la livraison du dernier kilomètre. Grâce à sa plateforme SaaS/mobile et à son écosystème de plus de 600 partenaires de transport, Woop accompagne les marques omnicanales, comme Leroy Merlin, Supermarchés Match, Castorama ou Electro Dépôt, et les industriels à rendre leurs livraisons plus performantes et responsables. Représentée par 130 collaborateurs répartis sur 4 bureaux à Lille, Bordeaux, Pau et Madrid, l'entreprise s'établit comme leader européen des Delivery Management Systems. Elle est la seule entreprise française à avoir été reconnue deux fois de suite par Gartner sur son marché. <https://www.woopit.fr/>