



Un positionnement, ...

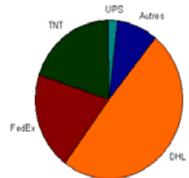
Les 4 grands du courrier express : leurs niches et leurs rapprochements

UPS est caractéristique des sociétés fordistes par son organisation rigide et terrestre. Il va néanmoins devoir s'investir dans la filière aérienne en 1982 afin de s'internationaliser et résister à son principal concurrent : FedEx.

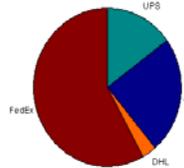
Federal Express (ou FedEx) s'est développé à partir de 1973 en garantissant la livraison de documents légers en 24h par le transport aérien de nuit et se démarque d'UPS par sa flexibilité et son internationalisation. Mais alors qu'UPS s'ouvre au transport aérien, FedEx doit se créer un réseau de transport terrestre, en 1997 afin de concurrencer ... UPS.

TNT est né en Australie en 1947 à partir d'une petite compagnie de transport routier. La société s'est développée en France en 1989 avec le traitement de documents de faible poids, grande valeur et urgents livrés par avion. En 1998, DHL et Deutsche Post World Net s'allient afin de concurrencer UPS, FedEx et TNT sur terre.

Aujourd'hui, ces sociétés présentent toutes la même offre et occupent la même niche, alors qu'elles étaient clairement différenciées à leur création.



Répartition du marché du courrier express (Europe, 1992)



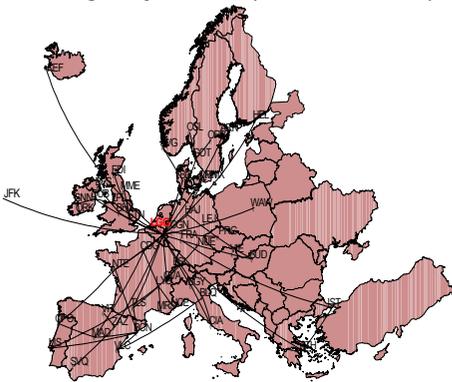
Répartition du marché du courrier express (Monde, 1992)

... une organisation ...

Principe d'organisation: le concept « hub and spokes »

Ce concept est assez simple et utilisé par toutes les sociétés de courrier express. Il s'agit de concentrer la plupart de ses vols en un point, d'y décharger les envois, de les trier et de les recharger sur les vols retours.

L'avantage majeur est de pouvoir connecter plus facilement et rapidement les villes entre elles.

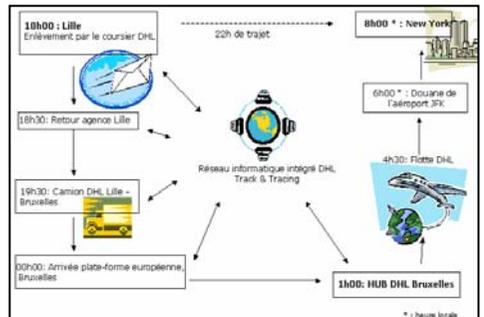


Organisation « hub et Spokes » du réseau TNT centré sur Liège

Conditions pour que le « hub » soit des plus rentable:

- Ouvert 7/7 et 24h/24h
- Localisé centralement par rapport au marché
- Raccordé à un réseau routier étendu
- Facilités de distributions
- Temps de transit rapide

Ceci explique le choix fait par DHL d'installer son « hub » européen à Bruxelles-National, celui-ci remplissant les conditions requises.

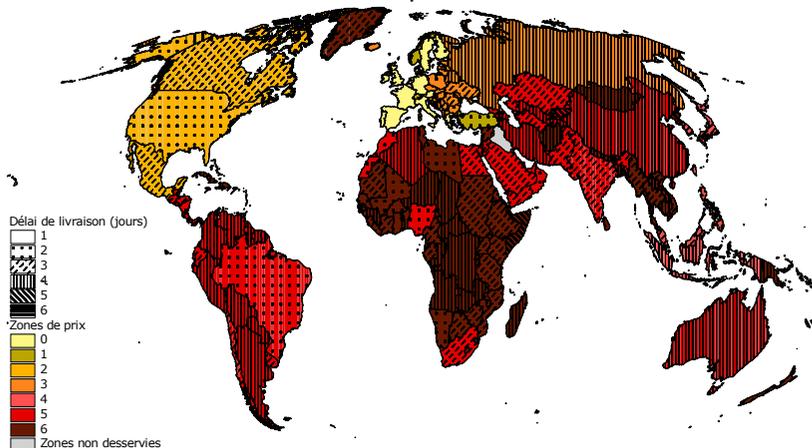


Le trajet d'un colis pris en charge par DHL au départ de Lille et à destination de New York

... et une présence mondiale.

+ loïn = + cher ?

L'exemple DHL



Exemples :

- prix de la livraison Europe de l'Est > Etats-Unis !
- temps de livraison Roumanie > New York !

Causes possibles : différences commerciales, douanière, logistiques, politiques, ...

On ne peut donc pas parler d'une augmentation du prix avec la distance. L'espace économique n'est pas isotrope et le rapport prix/distance est donc variable.