

# note de

# VEILLE



avril 2016

Diffusée aux membres et partenaires d'AEC et de Digital Aquitaine, cette Note de veille mensuelle sur les mondes numériques vous délivre un diptyque actualités territoriales – tendances globales à déguster très frais.

## DELIVERYTECH : LA COURSE À LA LIVRAISON

100 millions de dollars levés pour **deliveroo**, 6 millions pour **take eat easy**, 1 million pour **foodcheri**. L'appétit des investisseurs dénote un réel intérêt pour cette fameuse tendance du « click and eat », de la livraison à la demande et plus largement de son optimisation. De fait, les questions autour de la logistique du premier et du dernier kilomètre sont au cœur des problématiques des acteurs du commerce. Souvent onéreuse et chronophage, solutionner la logistique se trouve être un réel enjeu. Mais qu'en est-il, quels sont les acteurs qui émergent et que proposent-ils ?

### la logique de l'instantanéité et de la proximité : la livraison à la demande

Aujourd'hui, le secteur pour lequel cela reste le plus visible est celui de l'alimentaire et plus particulièrement de la restauration. Ainsi l'année 2015 aura été marquée par la recrudescence, dans les rues des principales agglomérations françaises, de coursiers roulant sous les étendards **deliveroo**, **take eat easy** ou **foodora**. Ces derniers ne sont évidemment pas les seuls, **Jinn**, **Quiqup**, **Valk fleet**, **doordash**, **UberEats**, agissant eux aussi sur ce secteur à l'étranger. Le principe : se faire livrer les plats de ses restaurants favoris par un coursier à vélo en moins de 30 minutes, d'une simple commande sur son smartphone et ce pour moins de 3 euros.

Le succès est bien présent, en un an de présence en France **deliveroo** aurait livré plus d'un million de commandes.

Sur le secteur de la livraison de produits frais, l'américain **instacart** propose un service de livraison en moins de deux heures dédié à l'épicerie. Présent dans 12 des plus grandes villes américaines il risque d'être rapidement rejoint par de plus gros acteurs. En effet, que cela soit dans le but de diversifier leurs offres de produits ou d'améliorer leurs services, les géants que sont Google, avec **Google express**, Amazon avec **Fresh** ou plus localement **Cdiscount** se lancent également dans la livraison de produits frais.

La livraison de denrées alimentaires n'est évidemment pas l'unique opportunité de ces services de livraison à la demande. Des acteurs comme la Fnac, Darty, Cdiscount ou encore La Redoute s'allient eux aussi à des startups dans le but d'être en capacité de livrer leurs produits en un temps record (moins de 3h) avec notamment **ColisWeb** et **Deliver.ee**. La startup française concurrente **Stuart** complète l'offre en proposant également son service de coursier pour entreprise. Installée à Barcelone, elle a récemment levé 22 millions d'euros lors d'un tour de table, auquel La Poste aurait participé, marquant l'intérêt des acteurs historiques pour ce secteur. Ces différents services ont l'avantage d'être disponibles en tout temps, sont écologiques et offrent une assurance sur les colis ainsi qu'un réel suivi de livraison. Certains vont plus loin que la simple livraison, ainsi **Get**, startup française, permet aux

commerçants de créer une application en quelques minutes et de vendre leurs produits à leurs clients de proximité, avec la promesse de pouvoir les livrer dans l'heure 24/24, 7/7. Dans la même veine, mais plus spécialisés, les bordelais de **Goot** s'illustrent dans la livraison à domicile de vins issus d'une sélection de caves.

Conscients des enjeux, les géants du Web profitent de leur position pour proposer leurs services. C'est le cas notamment d'Uber qui lance **UberRush** à New-York, pour venir concurrencer les services de coursiers classiques. De son côté, Amazon a lancé à Seattle en septembre dernier **AmazonFlex**, un service calqué sur le modèle Uber pour optimiser la livraison de ses colis. Uniquement disponible pour les abonnés, le service n'est pas facturé dans le cas d'une livraison intervenant après plus de 2h.

Si la plupart de ces startups émergent et gagnent des places de marché, c'est qu'elles s'appuient sur un principe, celui d'« APIser » leurs services. De fait, elles les rendent facilement intégrables sur les sites ou applications, via une interface de programmation servant de façade pour les logiciels tiers désireux de les utiliser. L'intérêt est ici de vulgariser des services jusqu'alors de niche. Mais là n'est pas leur véritable force. En effet, l'innovation proposée est ici d'arriver à délivrer ce service sans coût de structure (ou presque). De fait, la plupart de ces entreprises n'ont ni véhicules, ni espace de stockage, ni salarié dédié au service, leur force se trouvant exclusivement dans leur capacité

à mettre des individus en relation entre eux, une personne qui commande, une autre qui livre. C'est d'ailleurs là que se situe une partie de leur business model, monétisant cette mise en relation auprès des commerçants et en se positionnant en tant qu'apporteur d'affaires. Leur avantage va ensuite se trouver dans l'algorithme qui permet de déterminer, en fonction de l'emplacement du consommateur et du point de vente, le coursier le plus à même de livrer rapidement.

Face à ce déferlement d'idées, certains acteurs européens historiques, dont les pertes sur le secteur de la livraison pourraient avoisiner les 3 à 20%, réagissent. La Poste a ainsi lancé une expérimentation de livraison le **soir**, afin de proposer un service au plus près des besoins clients et permet désormais l'envoi de colis depuis son **domicile**. Ces initiatives soulignent la bonne prise en compte des évolutions sectorielles.

## Vers une optimisation de la logistique

Si la rapidité de la livraison est au centre des préoccupations, son optimisation l'est également, notamment au niveau du premier et du dernier kilomètre.

Situé en amont de la livraison, **Cu-byn** se charge de venir collecter les produits chez les commerçants, les emballe et les expédie, une manière pour ces derniers d'externaliser une logistique souvent chronophage. Tournés vers les îles, les bordelais d'**ileeco** s'occupent de centraliser les colis à destination des DOM TOM et de les reconditionner pour en limiter les frais de transport.

D'autres acteurs se positionnent en complément des sociétés de coursiers, venant proposer du service additionnel aux entreprises. C'est le cas de **Delivery cube**, qui propose un logiciel de suivi GPS des livreurs en temps réel, permettant de mieux

répartir les commandes entre chauffeurs occupés et inoccupés. De son côté, **FlipKart**, site e-commerce généraliste Indien a choisi de prendre des parts dans la startup **MapMyIndia**, solution de cartographie et de navigation sur mobile. Installée à Bordeaux, la société **MapoTempo**, propose des solutions de planifications et d'optimisation des tournées. Dans un autre registre et à une autre échelle, **co-transport** ou **trouvetontransport** agissent pour optimiser le chargement des camions et ainsi limiter l'impact des voyages à cargaison réduite et permettre le transport d'objets encombrants.

Enfin, positionnées en fin de chaîne, des initiatives émergent dans certains villages girondins. Souhaitant trouver une solution à l'accès aux commerces de proximité à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, l'instauration de casiers connectés permet aux clients de commander en ligne et de venir réceptionner leurs produits en limitant le défi logistique induit par une livraison personnalisée, ainsi que les coûts qui y sont liés.

## Le CrowdShipping et solutions alternatives.

Ayant connu un essor phénoménal durant ces dernières années, l'économie dite collaborative n'a pas épargné le secteur de la livraison et a, notamment, entrepris de démocratiser le crowdshipping, solution de transport de marchandises entre particuliers. C'est par exemple le cas de **Cocolis**, un service de livraison entre particuliers, s'inscrivant dans cette tendance aux côtés de **expediezentrevous**, **woover**, **dacopack**, **transportentrepaticuliers**, ou encore **colisvoiturage**. La startup **Drivoo** quant à elle a choisi d'adresser le secteur du transport inter-urbain. Ces dernières pourraient être rapidement concurrencées par d'autres acteurs européens tels que l'Allemand **Nimber** ou le Finlandais **Pig-**

**gyBaggy** permettant de mutualiser les trajets pour faire ses courses.

Les solutions de livraison n'interviennent pas seulement au niveau local, mais également au niveau international. **Globshop** propose ainsi de mettre en relation les voyageurs souhaitant rentabiliser l'espace de leurs valises et des personnes désireuses d'acheter des produits indisponibles en France afin de se les faire livrer.

Inspiré des projets similaires initiés et testés en Australie par le laboratoire Google X en 2014, Amazon (encore), qui s'est offert une flotte d'avions afin de se libérer du frêt aérien, s'interroge également sur l'intérêt de livrer ses colis par drones, avec le projet Wing qui pourrait voir le jour à horizon 2017. Un prototype a été dévoilé, le Prime Air, permettant le transport de colis de 2.3kg, soit 86% des colis livrés aujourd'hui. Le groupe La Poste lui a également emboité le pas tout comme le géant chinois Alibaba, qui aurait déjà commencé des expérimentations. Face à ces géants, le Rwanda ferait la course en tête en proposant le premier réseau mondial de livraison de produits médicaux par drone grâce à la startup **Zipline**.



Vous pouvez nous suggérer des thèmes que vous souhaiteriez voir traités dans une prochaine Note (ou Dossier) de Veille

Thèmes et rédaction // AEC  
www.aecom.org  
@agenceAEC  
Contact : veille@aecom.org

Thèmes et diffusion // Digital Aquitaine  
www.digital-aquitaine.com  
@DigitAqui  
Contact : communication@digital-aquitaine.com

*Cette Note de Veille est adressée aux seuls destinataires de ce message.*

*Toute publication, utilisation ou diffusion doit être autorisée préalablement par l'agence AEC et le pôle DIGITAL AQUITAINE.*