



# Repères

Pages coordonnées par Boris Mathieu

## SECTEUR : LA LOGISTIQUE INTERNET

### La véritable priorité du commerce électronique

Délais non tenus, manque de transparence, tarification dissuasive... S'ils ne veulent pas perdre leur clientèle, les sites d'e-commerce ont intérêt à gérer aux mieux leurs commandes et livraisons.

Considérés comme l'un des principaux freins au développement du commerce électronique, les contraintes et problèmes logistiques sur internet sont aujourd'hui nombreux : indisponibilité des produits proposés sur un site, allers et retours inutiles, impossibilité de suivre sa commande...

Toutefois, Luc de Murard, cofondateur de Cross Log, société de conseil et de pilotage en e-logistique, souligne que, contrairement aux idées reçues, « la rapidité et le prix de la livraison ne sont pas les critères prioritaires des cyberconsommateurs ». Pour lui, avant tout, le client désire « être informé sur l'avancement de sa commande grâce à un service de traçabilité ». Ce qui suppose de mettre en ligne une interface paramétrable avec les acteurs logistiques et de proposer un maximum d'informations sur les condi-

#### Ce qu'un client ne supporte pas

Priorités logistiques des consommateurs français (sur 100 %) :	
Ne pas savoir quel jour cela arrivera	40 %
Être obligé d'attendre chez soi pour être livré	24 %
Ne pas être informé des retards	22 %
Ne pas pouvoir être livré le lendemain	7 %
Ne pas être traité en priorité en cas d'erreur, de problème	5 %
Ne pas pouvoir facilement se faire livrer ailleurs	2 %

Source : Le rapport qualité/temps dans la performance de l'entreprise, F. Tiberghien, Insep

tions de livraison. Le consommateur attend ensuite la plus grande fiabilité, c'est-à-dire que les engagements de livraison soient tenus. Dès lors, la rapidité peut être présentée en service différenciant.

Pour Jean-François Thonin, fondateur du cabinet d'études et de conseil Datadriver, l'e-logistique comprend ainsi d'une part « le "back-office", c'est-à-dire tout ce que

#### Ce que la technologie peut apporter

Les directeurs logistiques américains, européens et asiatiques estiment que la technologie pourra améliorer leurs process logistiques dans les domaines suivants (plusieurs réponses possibles) :	
Tracking en temps réel	39 %
Horaires des transporteurs	25 %
Centralisation des données	22 %
Réduction des coûts de process	19 %
Notification des exceptions	14 %
Réservation électronique	8 %
Calcul précis du prix au débarquement	8 %
N'aide pas	6 %
Autres	14 %
Ne sait pas	8 %

Source : Forrester Research, 2000

le client ne perçoit pas à l'exception de la livraison - stockage, préparation des commandes et transport - et d'autre part le "front-office", qui consiste à promouvoir l'organisation mise en place, ou à apporter des services tels que le suivi des colis par le client final ou l'optimisation de la tarification des frais de port

(gratuité éventuelle) en fonction des objectifs de ventes. » Le back-office est d'autant plus compliqué à gérer que certains sites vendent ce qu'ils n'ont pas encore acheté pour limiter les frais d'entreposage, imposant parfois l'organisation d'une commande issue de plusieurs four-

nisseurs (ou cross-docking). Des infomédiaires comme Team On Line (bases de données, serveur d'application et plateforme EDI - échange de données informatisées - multiprotocole et multiacteur logistiques) ou Shipvision (lancée par Chronopost, IBM et La Poste) peuvent aussi proposer leur plateforme de flux physiques et d'informations entre les différents acteurs de la chaîne logistique.

Reste le dernier maillon, le « dernier kilomètre », dont la complexité est liée à la possible absence des destinataires et aux coûts de livraison. En plus de sociétés comme La Poste, qui propose des livraisons sur créneau horaire avec Chrono Eliko, de nouveaux intervenants (Alveol, Zendis, etc.) offrent désormais des points-relais à l'exemple de ceux développés par les vepécistes pour leur propre usage. ♦ **BM**

#### 4 start-up qui comptent dans l'e-logistique

##### Alveol (Fr)

DATE DE CRÉATION : avril 2000  
FONDATEURS : M. Pick-Lakshmanan, P. Laurin, A. Gonzva, OCC Strategy Consultants, Groupe Cofinance, P. Mustar  
NOMBRE DE SALARIÉS : 9  
FONDS LEVÉS : 1,5 M€  
FONDS RECHERCHÉS : pas pour l'instant  
CA PRÉV. 2001 : NC  
PARTENAIRES STRATÉGIQUES : pétroliers (stations d'essence), pressings, transports, vidéo clubs, etc.

Se définissant comme un « opérateur de services de proximité pour la vente à distance », Alveol développe et anime un réseau de points relais permettant aux clients des vepécistes ou des e-commerçants de régler leurs achats et de récupérer leurs colis près de chez eux, mais aussi de retourner facilement les marchandises qu'ils ne souhaitent pas conserver. Les services Alveol seront proposés dès l'automne dans des petits commerces ou des lieux publics (transports, parkings, etc.). La start-up compte se démarquer de son concurrent Zendis (Hachette Distribution Services) par sa neutralité économique et son indépendance capitalistique. Mais aussi des points relais La Redoute, dont l'éventuelle ouverture auprès de marchands hors de sa maison mère Pinault-Printemps-Redoute a été très commentée ces derniers mois.

##### NetTrans (Fr)

DATE DE CRÉATION : juin 1998  
FONDATEUR : P. Laronze  
NOMBRE DE SALARIÉS : 25  
FONDS LEVÉS : 7,5 M€  
FONDS RECHERCHÉS : NC (en cours)  
CA PRÉV. 2001 : > 900 000 €  
PARTENAIRES STRATÉGIQUES : FNTR (fédération professionnelle), Euler-Sfac, transporteurs (Géodis, Giraud, etc.), Ibazard Pro, etc.

Ce portail professionnel s'organise autour de quatre pôles : l'information, la communication (référencement d'entreprises dans Cargo Hub et des services d'agence web pour transporteurs), les services de place de marché (demande de cotation, possibilité de matching entre une Bourse de fret et les capacités de transport avec Road Cargo, extranets personnalisables pour chargeurs, etc.), enfin les services d'e-procurement à travers des sites verticaux (ressources humaines avec Job Transport, Bourse de véhicules industriels, énergie, immobilier, etc.). Les services Cargo Hub, Road Cargo et Job Transport représentent l'essentiel des activités de NetTrans, qui souhaite prolonger son expansion internationale en Italie et au Portugal (après l'Espagne), développer de nouveaux services et assurer sa croissance externe.

##### Cross Log (Fr)

DATE DE CRÉATION : juin 2000  
FONDATEURS : F. Bornet, L. de Murard  
NOMBRE DE SALARIÉS : 4  
FONDS LEVÉS : aucun  
FONDS RECHERCHÉS : 800 000 € à 1,5 M€  
CA PRÉV. 2001 : > 460 000 €  
PARTENAIRES STRATÉGIQUES : aucun

Traite exclusivement de solutions back-office et de schémas logistiques dans le domaine du commerce électronique, Cross Log propose trois types de services : le conseil en e-logistique (définitions et évaluations des services adaptés, mise en place du back-office...), mais surtout le pilotage des activités logistiques (recherche et intégration des moyens logistiques, puis pilotage supply chain/approvisionnement, pilotage supply chain/exécution logistique, pilotage transport, etc.) et des missions de coaching, voire des journées d'animation. Cross Log compte notamment parmi ses clients le site de la foire Surcuf, Chapitre.com, Mistergooddeal.com, MPO... La start-up continue par ailleurs le développement de son système d'information par la mise en place d'un EDI (échange de données informatisées) transport permettant d'effectuer le tracking (le suivi en temps réel) des colis.

##### Kireli (Fr)

DATE DE CRÉATION : en création  
FONDATEURS : J.-F. Feuillet, E. Quéré  
NOMBRE DE SALARIÉS : 4  
FONDS LEVÉS : aucun  
FONDS RECHERCHÉS (AMORÇAGE) : 300 000 €  
CA PRÉV. 2001-2002 : 680 000 €  
PARTENAIRES STRATÉGIQUES : Jonction (bureau d'études), WMI (agence web), Keyrus (SSI)

Accompagnée par la pépinière d'entreprises montpelliéraine Cap Alpha, Kireli aide les entreprises à optimiser leur service logistique. La start-up s'adresse aussi bien aux dot-com qu'aux PME-PMI souhaitant développer une activité marchande sur internet. Sur le terrain, Kireli aide ses clients à formaliser l'organisation logistique : définition du cahier des charges, choix des prestataires, organisation des flux physiques et d'informations de la chaîne logistique, négociation commerciale. Sur le réseau, Kireli développe une plateforme de services logistiques destinés à gérer les flux d'informations liés à la logistique, à sécuriser et à fluidifier les informations circulant entre les différents acteurs de la chaîne logistique du commerce électronique (cybermarchand, client final, fournisseurs, transporteurs, prestataires logistiques, etc.).