



# CANDIDAT

## FORUM DES ROIS DE LA SUPPLY CHAIN 2013

### DOSSIER 4

#### SOCIETE UTILISATRICE

Nom de la société :	LA TOURNÉE
Secteur d'activité	Livraison à pied de produits de commerce de proximité à domicile en milieu urbain.
Chiffre d'affaires annuel	Non significatif à ce jour (phase pilote).
Effectif	7 administrateurs – 6 salariés
Nom et fonction du représentant	
N° de téléphone	
e-mail	

#### SOCIETE PARTENAIRE

Nom du partenaire	DIAGMA
Nom du représentant	
N° de téléphone	
e-mail	

#### PROJET réalisé depuis 2010

1. Problématique	<p>► Comment (re)créer du lien social et de proximité en milieu urbain par un service innovant de livraison à domicile, en croisant infrastructures logistique durable et numérique ?</p>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p><b>LA TOURNEE, UNE LOGISTIQUE URBAINE AU SERVICE DU RESEAU SOCIAL DE PROXIMITE</b></p> <p>&gt; LA TOURNEE est une infrastructure de livraison urbaine à bas coût, adaptée aux grands centres urbains.</p> <p>&gt; Projet d'un groupe d'entrepreneurs spécialisés en Logistique et en Nouvelles Technologies, réunis au sein de l'ALUD (Association pour une Logistique Urbaine Durable) désireux de répondre à des enjeux majeurs de société par l'innovation.</p> <p>&gt; Création d'une activité de service à la personne : LA TOURNEE.</p> <p>&gt; Mise en place d'une infrastructure logistique de commis-livreurs équipés d'un chariot et d'un <i>smartphone</i>.</p> <p>&gt; Mise en place d'une infrastructure numérique permettant la géolocalisation des livreurs, la transaction avec le commerçant, la validation et le paiement à la livraison, via l'application mobile développée spécifiquement par Atos pour le service LA TOURNEE.</p> <p>&gt; Mise en place d'une identité visuelle forte par l'agence de publicité internationale OGILVY pour maximiser la reconnaissance dans le quartier.</p>
3. Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Livrer au meilleur coût et développer une « logistique de quartier » écologique et de proximité.</li> <li>► Procurer plus d'autonomie aux personnes en mobilité réduite (PMR).</li> <li>► Réinsérer dans le monde du travail des personnes au RSA.</li> <li>► Faire vivre la ville (dynamiser la vie de quartier/créer du lien social, de la proximité entre les habitants...).</li> <li>► Offrir des services répondant aux besoins des actifs urbains.</li> </ul>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<p>&gt; LA TOURNEE offre un service de livraison à bas coût pour les petits colis, entre 2 et 2,5€ par colis ; et grâce à une logistique innovante, en flux continu, sans entrepôt de stockage.</p> <p>0. En amont, les clients passent leurs commandes par téléphone ou chez le commerçant.</p> <p>1. Comme un bus de livraison, il y a des tournées à heures fixes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les livreurs collectent les colis chez les commerçants 2 fois/jour, à heure fixe, le matin et le soir.</li> <li>• Par tournée, chaque jour, c'est toujours le même livreur qui, dans une aire géographique donnée, collecte les mêmes marchands.</li> </ul> <p>2. Une fois collectés, les colis sont échangés puis livrés, sans passer par un</p>

	<p>centre de stockage :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les livreurs s'échangent les colis dans la rue, à un point d'échange fixe ; ils livrent sur un créneau de 2 heures, après l'échange des colis.</li> <li>• C'est toujours le même livreur qui livre une zone donnée d'un quartier.</li> </ul> <p><b>3. Le service est réalisé de manière fiable sans véhicule :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chaque livreur est équipé d'un chariot, non motorisé, garé dans la rue, et d'un <i>smartphone du marché</i> (pas de terminal spécifique).</li> <li>• Une application mobile dédiée permet de suivre et de sécuriser les livraisons : en temps réel ; validation en 2 temps (enlèvement des colis chez le commerçant, puis remise au client).</li> </ul>
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	> <b>1. Zone d'expérimentation</b> depuis octobre 2011: France ; Paris ; 2 arrondissements (XIXème – XXème)   <b>2. Cibles</b> : Personnes en Mobilité Réduite (PMR) ; Commerçants de quartier ; actifs urbains...
6. Date de mise en œuvre	> <b>Octobre 2011</b>
7. Durée de la mise en place	> <b>Phase 1: 2010 – 2012   Phase 2 (déploiement) : 2013 – 2018.</b>
8. Nombre d'utilisateurs	<b>500 personnes livrées   60 commerçants adhérents   2 logisticiens</b>
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	<p>&gt; Les <b>difficultés rencontrées</b> : <b>1.</b> Ecart entre l'adhésion au projet et ses modalités d'application pour la population des commerçants   <b>2.</b> Créer un effet d'entraînement plus important du concept auprès des enseignes de grande distribution de produits alimentaires   <b>3.</b> Latence relative des effets sur l'acte d'achat, auprès des cibles.</p> <p>&gt; Les <b>réponses apportées</b> : <b>1.</b> Conduite du changement <i>via</i> une évangelisation pédagogique des techniques de vente à distance de proximité   <b>2.</b> Campagne récurrente de communication à 2 niveaux : géomarketing, marketing direct, prescription (commerçants).</p>
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	<p><b>1. Création d'un lien social.</b></p> <p>&gt; <b>1.</b> Utilité du service avérée pour les PMR et les seniors : 15% des clients   <b>2.</b> Adhésion spontanée des commerçants du quartier au service, considéré comme dynamisant et sûr pour la vie de quartier – ex : 12 pharmacies sur 15 du quartier   <b>3.</b> Mise en place d'un <i>social business</i> viable et reconnu.</p> <p><b>2. Création d'emplois.</b></p> <p>&gt; <b>1.</b> Insertion professionnelle durable : 4 postes occupés   <b>2.</b> Recrutement de personnes au RSA.</p> <p><b>3. Succès du concept auprès de partenaires économiques, politiques et administratifs de 1<sup>ère</sup> importance.</b></p> <p>&gt; Mairie de Paris ; Groupe La Poste ; Casino ; Axa Assistance ; Atos ; Orange ; Ogilvy ; Fondation MACIF ...</p> <p><b>4. Succès de l'exploitation en année 1</b></p> <p>&gt; <b>1.</b> 60 commerçants adhérents   <b>2.</b> 90 colis/semaine   <b>3.</b> 500 clients dont 15% de PMR   <b>4.</b> 39% (nombre de livraisons) pour les PMR.</p>
11. R.O.I. estimé	> Equilibre économique dans 5 ans.
12. Perspectives d'évolution	> Déploiement dans 4 arrondissements de Paris en 2013.
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	> <b>Service basé sur un modèle économique mélangeant utilité sociale, rentabilité économique, impératif écologique et technologies numériques au sein du territoire urbain.</b>
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Non significatif.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ?	Oui. Pas d'utilisation de véhicule polluant. Recyclage des emballages isothermes. Contribution à la réduction de l'engorgement du trafic urbain.