

Boxy étend son réseau de supérettes autonomes à toute la France

Fondée en 2019, la startup Boxy vient de lever 25 millions d'euros pour sortir de l'Île-de-France et ouvrir 1 000 magasins dans l'Hexagone d'ici à 2025.

Temps de lecture : minute

17 février 2022

Si, avec la tendance du quick commerce, les offres se multiplient dans les centres urbains pour permettre aux habitants de se faire livrer leurs courses en 15 minutes, ce n'est pas la même histoire quand on sort de la ville. En effet, dans les zones périurbaines et rurales, il est même difficile de trouver des commerces de proximité et la seule solution pour faire ses courses réside souvent dans la nécessité de se rendre en voiture dans le supermarché ou centre commercial le plus proche. C'est là que Boxy intervient.

Créée en 2019, la startup - anciennement nommée Storelift - a développé un modèle de supérette autonome, conçue à partir de containers maritimes recyclés, pour s'installer dans ces zones où l'offre locale est insuffisante. " *Nos formats de magasins peuvent se multiplier à l'infini et à moindre coût*, explique à Maddyness Tom Hayat, co-fondateur de Boxy. *Nos containers peuvent être installés partout.* "

250 références alimentaires

Si, au début de leur aventure entrepreneuriale, Tom Hayat et David Gabai proposaient une offre B2B, et avaient déjà fait un test de leur produit

avec Intermarché, ils ont finalement décidé de proposer directement leur service aux consommateurs. " *Nous voulons être maîtres de l'expérience client, choisir les produits que l'on met en vente et maîtriser toute la chaîne de valeur* ", précise l'entrepreneur. La startup dispose d'un entrepôt à Ivry-sur-Seine (Val-de-Marne), qui concentre 250 références alimentaires, pour permettre aux livreurs - salariés en CDI - d'assurer un réassort quotidien des différentes adresses.



À lire aussi

Les DNVB cherchent à avoir pignon sur rue pour élargir leur clientèle

En août 2020, le premier magasin autonome Boxy voyait le jour sur le port de Gennevilliers, dans les Hauts-de-Seine. Depuis, l'entreprise a déployé 21 autres supérettes-containers disséminées en Île-de-France, et ne compte pas s'arrêter là. " *Une première levée de fonds, en 2020, nous a permis de nous installer rapidement en Île-de-France, mais avec notre nouveau tour de table, nous allons passer à l'échelle* ", affirme Tom Hayat. En effet, la startup vient de lever 25 millions d'euros en série A auprès de Serena et de ses investisseurs historiques, CapHorn et LocalGlobe.

L'ambition ? S'étendre à toute la France. " *En parallèle de la consolidation de notre réseau en région parisienne, nous recrutons des commerciaux pour trouver de nouveaux emplacements en région* ", explique le co-fondateur. La startup est d'ailleurs déjà sur le point d'installer deux containers autour de Lille (Nord) et de Lyon (Rhône), et anticipe l'existence d'un réseau de 60 supérettes pour la fin 2022. D'ici à 2025, David Gabai et Tom Hayat espèrent avoir fait fleurir 1 000 de leurs magasins Boxy sur le territoire français.

Des " magasins Lego " répliquables

Avec cette levée de fonds, la startup compte également muscler son produit et ses algorithmes en doublant son équipe - 50 personnes actuellement -, pour offrir la meilleure expérience possible au client. " *Nos algorithmes pour réapprovisionner nos antennes sont très fiables, et les clients peuvent voir en amont sur leur application ce qui est disponible ou pas. Le parcours client est ultra-simple : ce dernier télécharge l'app, scanne un QR code à l'entrée, fait son shopping 24/7 et reçoit sa note sans avoir à passer par une caisse physique, mais il faut continuellement améliorer le produit.* "

Les deux co-fondateurs admettent s'être inspirés des magasins Amazon Go, pas encore présentes dans l'Hexagone, pour construire ce qu'ils aiment à appeler leurs " *magasins Lego : 15 mètres carré, qu'il suffit de brancher et de réapprovisionner pour faire fonctionner* ". Leur rêve ? Pouvoir entendre des clients dire " *Je passe chez Boxy* ", en faisant entrer leur service dans le langage courant, à la manière d'un Uber, d'un Lydia ou d'un Blablacar, qui ont déjà réussi ce pari. Et, à terme, exporter leur offre dans d'autres marchés européens, " *là où les habitudes de consommation sont assez similaires qu'en France* ".



À lire aussi
Industriels et supermarchés s'essaient à la blockchain pour améliorer la traçabilité des produits

Article écrit par Heloïse Pons