

Boks lève 1,2 million d'euros pour faciliter la réception de colis

La jeune startup toulousaine Boks, qui a développé un casier connecté de réception de colis pour particulier, vient de lever 1,2 million d'euros. Grâce à ce premier tour de table, elle souhaite renforcer sa place sur le marché pour prendre les devants sur la concurrence.

Temps de lecture : minute

30 mars 2020

Avec pas moins d'1,7 milliard de transactions réalisées, l'e-commerce français a connu une croissance de son volume de 15% en 2019 selon la Fevad. Malgré (ou grâce à) la crise actuelle, la tendance du numérique et de la vente à distance ne devrait pas s'arrêter en si bon chemin, bien au contraire. De plus en plus d'enseignes devront ainsi passer à la vente en ligne dans les prochains jours si elles veulent survivre au confinement général. Ce qui pose l'inévitable question de l'acheminement des colis.

Si la question ne se pose actuellement pas, en temps normal les horaires des relais colis et des bureaux de poste coïncident avec ceux de sortie de bureau. Résultat, aller les récupérer relève parfois du parcours du combattant. "80% des Français-es souhaitent recevoir leur colis à leur domicile et cette impossibilité engendre une grande frustration", estime Olivier de Rodellec, co-fondateur de la startup Boks avec Adrien Oksman. C'est la raison pour laquelle les deux entrepreneurs ont décidé de lancer des casiers connectés de réception de colis. Un dispositif, qui, en ces temps de protection individuelle accrue à l'égard du virus, permet aussi de sécuriser les livraisons.

Une boîte à colis connectée

En lançant Boks en 2017, Adrien Oksman et Olivier de Rodellec avaient une idée en tête, rendre *“la réception de colis aussi simple que celle du courrier”* . C’est en tout cas le but de la boîte à colis connectée qu’ils ont imaginé. Destinée aux particuliers, elle permet de réceptionner un colis en toute sécurité même en cas d’absence.

Le principe est simple. *“Juste avant d’accéder au paiement, il suffit d’ouvrir l’application Boks et de demander la génération d’un code unique qui sera associé à l’étiquette de livraison”* , explique Olivier de Rodellec. Une fois devant la boîte aux lettres, le transporteur sera informé qu’il doit saisir le code pour déposer le colis dans la boîte. Le destinataire sera ensuite prévenu de la livraison du colis par l’entreprise de transport. Pour le récupérer, il lui suffira de s’approcher avec son téléphone, l’ouverture sera déclenchée grâce au bluetooth. *“Il suffira alors de sortir son colis et d’indiquer le nombre restant dans la boîte”* . Les Boks sont, en effet, collectifs et peuvent donc contenir plusieurs paquets. Pour assurer la sécurité des biens et éviter tout acte malveillant, les données d’ouverture et de fermeture de la boîte sont toutes enregistrées dans le cloud de Boks.

Les Boks possèdent également une fonctionnalité de messagerie. *“Un peu comme WhatsApp, il est possible de proposer à un voisin qui est en congés de récupérer son colis chez soi pour désencombrer la boîte”* .



À lire aussi

#Ecommerce : Pourquoi l'abonnement est-il l'avenir de la consommation ?

Un produit aux multiples usages

En étant basée sur la génération d'un code, la solution est ouverte à de nombreux usages. *"Il est possible d'envoyer un code à son neveu pour qu'il puisse déposer un livre ou à un commerçant de proximité comme un cordonnier par exemple"*, explique Olivier de Rodellec qui croit que ce système a un rôle à jouer pour *"fluidifier la consommation du commerce de proximité"*. Une solution qui pourrait, en effet, s'avérer utile pour faciliter les achats auprès des artisans locaux. À terme, les associés imaginent également la possibilité d'utiliser une Boks pour effectuer un retour. Mais cette dernière fonctionnalité nécessite la création *"d'une interface particulière pour les transporteurs"*, d'où la mise en attente du projet pour le moment.

Les Boks ne nécessitent pas de travaux particuliers et peuvent être installées en intérieur comme en extérieur. *“Elles sont facilement déployables car tout fonctionne par bluetooth. Elles fonctionnent grâce à une pile industrielle qui a une durée de vie de deux ans et sont donc très économes en énergie”*, explique Olivier de Rodellec. La tranquillité de l’esprit coûtera 2 à 4 euros par mois à chaque locataire ou propriétaire pour une installation commune dans un immeuble. *“Nous avons voulu rendre le prix accessible au plus grand nombre”*, poursuit-il. Le produit s’adresse autant aux particuliers qu’aux promoteurs, aux foncières ou aux bailleurs sociaux. *“Ces derniers ont compris l’importance de proposer un tel service à leurs clients”*, souligne Olivier de Rodellec. Apparemment, les investisseurs également...

Devenir leader du secteur

Malgré le contexte, la jeune pousse de trois ans vient de lever 1,2 million d’euros auprès de business angels comme Jonathan Benhamou et Clément Buyse (PeopleDoc), Clément Alteresco (Morning Coworking), Notus Technologies mais aussi de professionnels de l’immobilier ainsi que Bpifrance (à travers une opération non dilutive). *“Nous avons bénéficié d’un bon timing, les opérations se sont finalisées durant la première quinzaine de mars”*, reconnaît Olivier de Rodellec, relativement serein. Selon lui, le secteur est porteur, les investisseurs le savent. Il reconnaît pourtant que la crise modifie ses plans, imaginés sur les 24 prochains mois, et qu’il *“faudra rester prudent”*. Mais l’entrepreneur et son associé voient déjà plus loin que la période de tension économique que nous vivons.

Avec cette levée, ils souhaitent renforcer leur produit et la partie commerciale de l’entreprise. *“Il y a un gros enjeu d’évangélisation, une partie de la levée sera consacrée au marketing”*, confie Olivier de Rodellec. L’objectif est simple : devenir leader du marché français, jusqu’ici peu concurrencé. Après les crises économiques de 2008 et

sanitaire liée au SRAS, Alibaba a explosé en se lançant dans l'e-commerce. Celle du Covid-19 poussera sans nul doute d'autres sociétés à suivre ce pas, renforçant encore une fois le secteur de la livraison à domicile.

Article écrit par Anne Taffin