

Wing, la startup qui soulage les e-commerçants de la logistique

Avec un chiffre d'affaires de plus de sept millions d'euros, une rentabilité atteinte après seulement trois ans d'existence, 200 clients actifs et une présence à Paris et à Marseille, Wing poursuit son développement et entend bien s'implanter dans d'autres villes françaises tout en prévoyant une ouverture à l'international.

Temps de lecture : minute

29 avril 2019

Wing, la jeune pousse qui vient de remporter le grand prix du Moovjee (le mouvement des jeunes entrepreneurs), a été fondée au début de l'année 2016 par Jean-Baptiste Maillant, Antoine Sentenac, Justin Brottes et Clément Kuhn, quatre entrepreneurs ayant aujourd'hui entre 25 et 32 ans. La startup propose une solution logistique aux e-commerçants. " *Jean-Baptiste et moi avons tous deux lancé des entreprises e-commerce pendant nos études, raconte Antoine Sentenac, directeur général de Wing, nous nous sommes rendus compte que la logistique était alors le principal frein à notre développement et que cela était également le cas pour la plupart des 200 000 PME françaises qui vendent sur internet* " C'est de ce constat qu'est née la startup, qui a pour objectif d'accompagner ces entreprises dans leur croissance en les soulageant de la partie logistique. " *En apportant une solution rapide et économique, nous ambitionnons de permettre aux petites marques de lutter à 'armes égales' avec les leaders du marché (Amazon, VeePee, etc.) et d'utiliser leur logistique comme un élément différenciant et à valeur ajoutée (expéditions le jour-même, livraison en 24 heures, emballage personnalisé, etc.)* ", explique le directeur général de Wing, qui ajoute proposer à ses clients des remises qu'ils ne pourraient obtenir en direct à cause de leurs faibles volumes individuels.



Collecter, emballer, livrer

La solution que propose la jeune pousse s'articule autour de trois pôles. Dans un premier temps, Wing collecte les produits. Cette phase est tout d'abord gérée de manière informatique en interne avant d'être sous-traitée à des professionnels de la course. " *Cela nous permet une grande agilité, d'utiliser des scooters, des voitures, des camionnettes et des poids lourds pour collecter les produits de nos clients en fonction de leur volume de commande. En moins de deux heures nous collectons dans les villes où nous opérons pour garantir un traitement express des commandes* ", explique Antoine Sentenac. Une fois le produit réceptionné, il faut le transformer en colis. C'est le moment de l'emballage, Wing conditionne chaque commande selon la solution qu'a choisie le client, avec de nombreuses options de personnalisation. Troisième et dernière étape : l'expédition. Pour livrer les produits vendus par ses clients partout dans le monde, la startup s'appuie sur les leaders du marché : Colissimo, Chronopost et UPS. Depuis peu, Wing propose, pour les cas où la livraison se fait dans la ville d'expédition, un service H+ qui permet au consommateur final de recevoir sa commande en seulement quelques heures.

L'année dernière, Wing a également développé une solution de " ship from store " adressée aux marques de retail qui subissent des ruptures de stock dans leurs entrepôts. " *Plutôt que de rater une vente en ligne parce que le produit n'est pas présent dans l'entrepôt, nous intervenons et allons le collecter dans une boutique qui le détient, avant de l'emballer et de le livrer*, explique le directeur général de la startup logistique. " *Ainsi, un produit présent dans une boutique parisienne est désormais disponible à la vente pour un new-yorkais* ", ajoute l'entrepreneur qui se félicite que sa solution ne transforme pour autant par les vendeurs des boutiques physiques en préparateur de commande : " *c'est nous qui gérons* ", assure-t-il.

L'entreprise se rémunère sur trois axes. La collecte et l'emballage des produits est vendue en moyenne au prix de deux euros par commande, le transport est également facturé ainsi que le suivi des colis qui est géré par la startup.

Une croissance forte, mais raisonnée

Le panel de solutions proposées par Wing trouve visiblement preneurs. La startup est passé de 500 000 euros de chiffre d'affaires en 2016, à plus de sept millions en 2018 et croit fermement pouvoir dépasser les 10 millions en 2019. " *Mais le CA n'est pas notre seul curseur, assure Antoine Sentenac, nous sommes surtout très fier d'avoir réussi à atteindre la rentabilité grâce à un modèle économique que nous jugeons sain et maîtrisé.* " L'idée de maîtrise est centrale pour les fondateurs de Wing. L'entreprise a levé deux millions d'euros à sa création, mais a assez rapidement changé de mode de fonctionnement et n'a pas levé les 8 millions d'euros qu'il était prévu de lever en 2018. " *Nous nous sommes rendus compte que nous n'avions pas réellement besoin de cet argent et nous avons surtout peur de perdre la maîtrise de notre développement et de nos choix* ", explique le CEO, Jean-Baptiste Maillant. Les quatre cofondateurs de la startup détiennent en effet encore plus de 70% de leur société et entendent bien rester dans cette configuration.

" *À l'inverse de nombreuses startups qui lèvent des millions et recrutent 100 personnes en six mois, nous misons sur les talents pour tenter de faire à 30 le travail de 50*, explique Antoine Sentenac qui dévoile toutefois avoir de nombreux projets pour les mois à venir et donc rechercher de nouveaux profils pour continuer leur développement. " *Nous devrions être 40 - 45 d'ici la fin d'année* ", prévoit-il. Au rayon de ces projets, l'ouverture de plusieurs villes : Lyon dans les prochaines semaines puis Bordeaux et Lille dans les six à neuf mois. Une expansion à l'international est également prévue au cours des 12 prochains mois. " *La force de notre modèle est qu'il se duplique très rapidement* ", explique le directeur général qui ne souhaite pas en dire plus pour ne pas révéler sa " *formule magique* ".

Article écrit par Antoine Garbay