

Kardinal lève 2 millions d'euros pour optimiser le dernier kilomètre de livraison

Avec sa solution d'optimisation des tournées grâce à des algorithmes prédictifs et au machine learning, Kardinal vient de lever deux millions d'euros.

Temps de lecture : minute

7 novembre 2019

Le dernier kilomètre de livraison est stratégique pour les transporteurs. Créneaux horaires, délais de livraison, planification des tournées, aléas du terrain... Plus le livreur se rapproche du destinataire, plus la livraison devient délicate. Le dernier kilomètre est aujourd'hui la partie la plus coûteuse de la distribution (20% du coût total de la chaîne logistique), émet 25% des gaz à effet de serre et occupe 30% de la voirie.

C'est là qu'intervient Kardinal (anciennement Citodi), une solution d'optimisation des tournées des transporteurs. La startup française vient de lever deux millions d'euros auprès du fonds Serena Capital et d'entrepreneurs tels Bertrand Diard (Talend), Christophe Chausson, Aurélien de Meaux et Antoine Le Conte (Cheerz), David Binks, Pascal Boris ou encore Bruno Scherrer.

“On ne veut pas robotiser les chauffeurs”

“L'optimisation de tournée existe depuis plus de 60 ans et fonctionne toujours de la même façon,

avec un plan de tournée établi à l'avance. Ça ne marche pas, ça ne prend pas en compte les événements en temps réel qui sont difficiles à anticiper”, constate Jonathan Bouaziz, CEO de Kardinal.

Selon lui, cette optimisation ne prend pas non plus en compte “le savoir dans la tête du superviseur ou de l’agent d’exploitation”.

“On ne veut pas robotiser les chauffeurs, on veut être un assistant, une solution qui accompagne”, assure-t-il à Maddyness. L’optimisation des tournées par Kardinal repose sur trois étapes. Une première phase consiste avant les opérations à anticiper le nombre de ressources (camions, chauffeurs, etc.) et les plans de tournée grâce à des algorithmes prédictifs.

Dans un deuxième temps, la solution analyse les parcours en temps réel. Les superviseurs et chauffeurs peuvent interagir avec elle et ajouter des informations, des imprévus sur la tournée : client absent, retard, véhicule en panne, etc. La troisième étape est l’analyse, grâce au machine learning, de ce qui a été fait au lieu de ce qui aurait pu ou dû être fait. Les conclusions sont ensuite réinjectées dans la phase prédictive.

Une forte croissance de l’équipe à venir

Avec sa technologie, Kardinal veut aider les entreprises de transport et les agents itinérants des field services (par exemple, votre plombier) à gagner en productivité et en qualité de service. Basculant d’un produit plus spécifique pour ses anciens clients à une solution plus standardisée, l’entreprise ne communique pour le moment pas ses objectifs chiffrés.

Cette première levée de fonds devrait désormais leur permettre de mettre l'accent sur le recrutement. L'équipe, constituée de 12 personnes, envisage ainsi d'embaucher 10 nouveaux salariés dans les 12 prochains mois. Le but est notamment de recruter des ingénieurs spécialisés en recherche opérationnelle. L'entreprise veut aussi accélérer sur le volet field services, au-delà de l'aide à la livraison de colis.

Article écrit par Liv Audigane