

## Comment Boost veut rendre la logistique du e-commerce plus éthique... que celle d'Amazon

La tâche semble ardue : révolutionner le secteur logistique du e-commerce en proposant un modèle éthique, responsable, respectueux des personnes. C'est l'ambition de la startup héraultaise Boost qui, face à la montée en puissance de ce mode de consommation en ligne, veut développer une façon plus vertueuse d'acheminer les marchandises. Explications.

Cécile Chaigneau  
23 Juin 2021, 16:53



La jeune entreprise Boost propose des prestations de logistique pour le e-commerce, éthiques et responsables. (Crédits : DR)

Ils s'attaquent à un gros morceau... L'année 2020 a sacrément accéléré le e-commerce et l'activité de logistique qui va avec. Or on sait l'empreinte environnementale du transports ou des emballages et sur-emballages, et les conditions de travail difficiles dans les entrepôts.

Boost est un logisticien e-commerce qui se définit comme « éthique et responsable » : il propose aux e-commerçants de gérer leur réception de marchandise, leur contrôle qualité, leur gestion de stock, leur préparation de commande et leur expédition, tout en veillant « à la réduction des externalités

*négligatives de la logistique e-commerce, en particulier la pénibilité des conditions de travail, la génération de déchet et les émissions carbone ».*

*« Le e-commerce explose, accéléré par la crise sanitaire, explique Anthony Lecossois, fondateur de Boost. Ce mode de consommation en ligne est entré dans les mœurs à tous les âges, dans toutes les classes sociales, etc. Mais il génère des externalités négatives sociales et environnementales. Nous voulons montrer qu'il est possible d'accompagner ce mode de consommation tout en réduisant ces externalités négatives et même en allant chercher des externalités positives. »*

## **Faire mieux sur le social et l'environnemental**

Concrètement, Boost veut agir d'abord sur les conditions de travail en entrepôts, souvent difficiles : *« Dans la logistique, on rend la tâche la plus facile de façon à ce que vous soyez remplaçable ! Nous proposons de travailler dans de bonnes conditions de travail, respectueuses des personnes, en changeant les mentalités dans le management. Nous voulons investir dans les personnes que nous recrutons, même si elles n'ont pas de qualification, et introduire de la polyvalence pour garder des salariés motivés ».*

*« Concernant les externalités environnementales, notre action porte sur le transport et les emballages, ajoute-t-il. Nous sommes sur du tout camion, sur de l'interurbain. Nous voulons voir comment faire du report modal sur du rail et du fluvial. Par exemple, le concept de la box par abonnement : on palettise et au lieu de mettre les box dans un camion, on peut faire du ferroviaire jusqu'à Paris et ensuite les distribuer à vélo ou triporteur. Pour le dernier km dans les villes, celui qui pollue le plus, on signera des contrats avec des compagnies de livraison à vélos ou triporteurs. Il faut créer de la demande, amorcer la pompe... Sur l'emballage, il faut savoir qu'on a atteint le milliard de colis envoyés en France en 2020, dans du carton ou sous plastique ! Nous accompagnons nos clients dans le choix des emballages pour qu'il soit recyclables, voire recyclés, ou compostables, et chaque fois que c'est possible, nous préconisons l'utilisation de colis réutilisables, des pochons qu'on replie et qu'on renvoie. »*

## **Un entrepôt à Sète**

Boost a été créée en novembre 2020 à Frontignan (34) et est accompagnée par le pôle Réalis (structure de la Région Occitanie, qui accompagne les projets relevant de l'économie sociale et solidaire) à Montpellier. L'entreprise est opérationnelle depuis mars 2021, grâce notamment à un entrepôt à Sète, où son fondateur a pisté le potentiel de la plateforme multimodale.

*« Nous sommes quatre aujourd'hui, et nous prévoyons de monter à une dizaine dans un an, déclare Anthony Lecossois. Nous venons d'être agréé entreprise d'insertion, à partir du 1er juillet, pour les préparateurs de commande qui arriveront en août. Nous projetons de réaliser un chiffre d'affaires de 1,2 million d'euros sur le 1er exercice, soit 15.000 commandes par mois d'ici la fin de l'année... Notre modèle économique prévoit de mettre notre marge sur la préparation de commande. »*

Boost vise tous les e-commerçants en quête de logistique, sauf ceux qui vendent de l'alimentaire frais et des produits dangereux. La jeune entreprise annonce déjà une vingtaine de clients, majoritairement dans le textile, les chaussures, les petits objets de la maison et la cosmétique, et « *géographiquement, plutôt de la région parisienne ou de l'étranger* », précise Anthony Lecossois. Parmi eux, il nomme les sites marchands Nitah.fr (textile), Jane-store.com (boissons), Ulule.com (textile), Lessoeursboa (maroquinerie) ou Poconido.com (chaussures enfants).

## **« *Tout est tiré vers le bas !* »**

Quid d'Amazon ?

*« Nous sommes en concurrence directe avec eux sur le segment logistique, répond le dirigeant. Un commerçant peut choisir de vendre sur la marketplace d'Amazon et choisir son logisticien. Ça commence à faire sens pour un e-commerçant à partir de 200 commandes par mois... Le problème en logistique, c'est qu'il n'y a pas d'alternative, tout est tiré vers le bas ! Il n'existe donc pas vraiment d'option pour faire de façon vertueuse. »*

Parce qu'il faut bien commencer quelque part et que la pression sociétale pourrait stimuler la volonté des commerçants de faire mieux, Boost est peut-être à l'avant-garde d'une autre façon de faire du commerce en ligne...

Anthony Lecossois l'assure : *« Beaucoup de nos clients veulent faire du e-commerce différemment... Aujourd'hui, on trouve des logisticiens qui font du social, surtout en Ile-de-France, et des logisticiens qui essaient d'être plus verts sur la consommation énergétique des entrepôts. Mais on ne trouve pas l'intersection des deux. On ne trouve pas non plus de logisticiens volontaristes sur le report modal car c'est plus compliqué et il faut des clients qui suivent. C'est pour ça que nous choisissons des clients qui ont les mêmes valeurs que nous et seront prêt à expérimenter ce type de transports ».*

Cécile Chaigneau