

Marc Castelot, cofondateur d'A2dis, revendique une approche de la distribution urbaine différente sur le créneau des produits pondéreux et volumineux. Là où apparaissent des contraintes, le dirigeant devine des opportunités commerciales.

PAR BENOÎT BARBEDETTE

Marc Castelot

Un entrepreneur de la livraison



La moitié du temps, Marc Castelot est un opérationnel qui fait du commerce. L'autre moitié, il est un commercial qui a appris à dessiner des plans de livraison. Double casquette qui l'a amené à devenir le dirigeant d'une entreprise basée à Saint-Thibault-des-Vignes, non loin de Marne-la-Vallée. Ainsi, Marc Castelot est à la genèse — avec d'autres personnes — de la société A2dis portée sur les fonts baptismaux en 2012, nouvel opérateur sur le marché de la livraison à domicile en secteur urbain (et qui programme de réaliser 100 000 livraisons en 2013). Cet homme fait partie d'une génération d'entrepreneurs qui scrutent l'évolution du e-commerce et ce qu'elle engendre en termes de flux logistiques, dans les univers BtoB et le BtoC, et de « reverse logistique » (voir encadré). « Mais c'est surtout nos clients que nous écoutons, des grandes enseignes de distribution pour certains. C'est à eux et à leurs clients que nous devons des comptes ». Le propos est volontairement avantageux, propre aux créateurs d'entreprise focalisés sur la « qualité de service ». Mais, n'étant pas né de la dernière pluie, Marc Castelot sait de quoi il parle. « Les centres-villes étant ce qu'ils sont, nous devons travailler comme

des architectes et dessiner des plans de livraisons efficaces, adaptés à la réglementation et aux impératifs du client ». S'adapter, le mot est lâché. Il revendique sa « culture transport ». Son CV peut difficilement le contredire. Doublement attestataire de transport et en commission de transport, ce Haut-Normand de 46 ans (originaire de Dieppe) a passé 12 ans chez Dubois (qui a été racheté par le belge ABX en 2000), puis a connu pendant quelques mois la maison Norbert Dentressangle avant de recommencer, à partir de 1999, pour un long bail chez STG (35), spécialiste national du transport frigorifique. À la tête de la direction commerciale en Normandie, il se penche en particulier sur la problématique urbaine sur l'axe Paris-Bretagne. « L'expérience du transport frigorifique, avec ses exigences en matière d'hygiène et de délais, m'a beaucoup appris », reconnaît-il. À l'origine d'A2dis, il y a donc des clients (parmi lesquels Metro, Leclerc, Brandalley et Declik-Deco) et le constat d'une croissance (de 15 % à 20 %, dit-il) qui ne se dément pas. Le potentiel entrevu a favorisé la concrétisation du projet, avec le soutien de Denis Lefèvre, le président d'A2dis, de SED Logistique et Globe Express. D'autant que le nombre d'opérateurs spécialisés est limité sur ce créneau de la livraison à deux (avec installation et montage si nécessaire) : Mondial Relay (appartenant aux 3 Suisses) bien sûr, mais aussi SLS (du groupe Commagnac Industries) et le parisien VIR Transport. Pour exister sur ce marché des produits volumineux, pondéreux et sensibles, le jeune dirigeant met

en exergue quatre critères clés : les tarifs ; le délai ; le service et... les remontées d'informations (qui permettent le tracing du colis en temps réel). « Les caractéristiques de la livraison urbaine, on les connaît, fait savoir Marc Castelot. Les accès difficiles, le stationnement, le gabarit des véhicules, leurs motorisations... Oui, il y a des contraintes multiples dans les centres-villes, mais ça fait partie de notre marché. On peut en faire un avantage concurrentiel ». Pas question donc, pour lui, de « perdre son temps à se lamenter... ».

Le frigo américain de 130 kg

Dans cette activité de service appuyée sur des process industriels, le bon sens et l'expérience demeurent des valeurs sûres. « L'objectif est de limiter les passages à quai et ruptures de charges », insiste-t-il. A2dis a donc été lancé avec ce produit d'appel : la livraison à deux. Un parti pris que Marc Castelot défend avec conviction. « Être opérationnel, c'est amener de l'intelligence dans le montage de projets techniques et dans un délai court ». Ce pourrait être une profession de foi. En habit de directeur général, il a choisi de sortir des sentiers battus en visant des produits fragiles, hors normes, pas ou peu conditionnés, sensibles... que les grands réseaux de messagerie, davantage formatés pour les petits colis, peinent à « digérer ». Des exemples ? Le « frigo » américain de 130 kg ou l'oblong présentoir cher aux parfumeries, voilà le genre d'objet que Marc Castelot évoque pour imaginer les aléas de la logistique urbaine (en double version BtoC et

MARC CASTELOT EN 4 DATES

- **2002** : Attestation de capacité de transport.
- **2009** : Attestation de capacité de commissionnaire.
- **2010** : Démarrage et formalisation du projet A2dis avec SED Logistique et Globe Express.
- **Avril 2012** : Création d'A2dis, présidée par Denis Lefèvre.

BtoB). Tourner un problème en solution : le propos sonne juste à l'oreille de notre homme. Qu'il traite des volumineux, des encombrants, des fragiles..., l'opérateur doit savoir relever le défi. Même en centre-ville et jusqu'au 6^e étage sans ascenseur, s'il le faut. « Quand on sait traiter ce genre de produits, on peut aussi faire des livraisons plus classiques, comme les produits de certaines épiceries bio dans Paris, livrées dans des sas, ou des textiles de marque », précise-t-il. Les livraisons chez le particulier nécessitent des prises de rendez-vous impératives. « Les messages préalables, par sms, mail ou téléphone, sont là pour garantir la présence du destinataire dans un créneau de deux heures. Nous sommes évidemment vigilants sur ce point car, vu les volumes en jeu, on ne peut pas se permettre un taux d'échec important ». Le taux de litige reste un indicateur clé, de même que celui des délais. Comme tout chef d'entreprise, il est devenu un adepte des tableaux de bord.

Dans sa mission et son plan de route, Marc Castelot peut compter sur l'appui de SED Logistique et Globe Express, contributeurs d'A2dis. La première (avec 600 personnes) est spécialisée dans la commission de transport et le e-commerce ; la seconde (55 M€ de revenus) se développe dans la course et le transport urgent. Marc Castelot fait la jonction. « Les deux entreprises ont mis leurs atouts en commun, c'est-à-dire des moyens, un savoir-faire et un plan de transport garantissant une couverture toute France », précise-t-il. Soit un effectif de 300 personnes, en très grande majorité salariées de SED Logistique et Globe Express, travaillant pour les couleurs d'A2dis, et un parc roulant de véhicules de 20 m³ (surbaissés avec ou sans hayon), pouvant accueillir 10 à 15 produits. Pas de véhicules électriques ou hybrides ? « Non, nous n'avons pas de demandes en ce sens... Mais si un client nous le réclame, on saura s'adapter », rétorque-t-il. S'adapter, encore et toujours ! Une flexibilité que Marc Castelot revendique comme une marque de fabrique. ■

RECYCLAGE DES MEUBLES

Nouvelle « reverse logistique » en vue. Depuis le 1^{er} mai 2013, les meubles neufs mis sur le marché, qui sont vendus en ligne ou en magasins, sont soumis à une éco-participation. C'est la SAS Eco-mobilier, créée en 2011 par 12 distributeurs et 12 fabricants français, qui gère la nouvelle filière, après avoir reçu

l'agrément du ministère de l'Écologie, le 26 décembre 2012. Des solutions de collectes et de recyclage vont progressivement être installées dans l'Hexagone, où sont recensées plus de 1,7 million de tonnes de meubles usagés (objectif : recycler 45 % des mobiliers en fin de vie en 2015, contre 23 % en 2012).

Un réseau de points de collecte va également être déployé dans les prochaines années, annonce Eco-mobilier, afin d'offrir des solutions de collecte de proximité. La loi prévoit que le montant de l'éco-participation apparaisse dans le prix du produit, qui doit refléter le coût de la collecte et du traitement des déchets.

« ÊTRE OPÉRATIONNEL, C'EST AMENER DE L'INTELLIGENCE DANS LE MONTAGE DE PROJETS TECHNIQUES ET DANS UN DÉLAI COURT ».