



## Stratégie & marchés



ENTRETIEN

**JEREMY COHEN BOULAKIA**  
Président de Vir Transport (75)

**“Nous investissons 2 millions d’euros dans l’électrique”**

**Jeremy Cohen Boulakia** témoigne du développement et de la stratégie de son entreprise Vir Transport au sein d’un secteur très porteur, celui du e-commerce.

**Transport Info :** Comment présentez-vous la société que vous dirigez ?

**Jeremy Cohen Boulakia :** Nous sommes une entreprise familiale exclusivement spécialisée dans la livraison de produits lourds et encombrants aux particuliers. A ce jour, nous employons 675 salariés en CDI. Après avoir réalisé 50 millions d’euros de chiffre d’affaires en 2017, nous avons clôturé l’exercice précédent à 64 millions d’euros. Nous pré-

voyons un business plan à 72 millions de CA sur 2019. Cette progression est essentiellement tirée par la dynamique du e-commerce qui représente 85 % de nos livraisons. Ce secteur spécifique en constante évolution, n’est pas encore arrivé à maturité. Le potentiel de croissance de ce marché reste important.

**TI :** Le e-commerce implique-t-il une évolution de votre travail ?

**J CB :** Oui, car cela a nécessité de très lourds investissements dans l’informatique pour mettre en place de nouvelles solutions de TMS (Akanea) et de WMS afin de nous offrir d’autres fonctionnalités. Notre problématique réside dans la réduction de nos délais de livraison. Par conséquent, il s’agit de rendre nos outils digitaux plus collaboratifs avec nos donneurs d’ordre et nos consommateurs finaux. L’évolution de notre activité a également demandé l’implémentation d’un CRM pour améliorer l’expérience et le suivi de la relation client ainsi que de l’après-vente. Nous affinons la digitalisation de notre métier pour être capable de proposer des rendez-vous de livraisons sur des jours et des créneaux horaires beaucoup plus précis pour les consommateurs. Nous travaillons par ailleurs sur des partenariats avec différentes start-up pour proposer des services de livraison différenciants en zone urbaine dense. Rien n’est signé pour l’instant...

**TI :** Vous avez également repensé votre logistique ?

**J CB :** Ces investissements technologiques ont été accompagnés par un redimensionnement de nos structures via l’agrandissement et l’ouverture de nouvelles plateformes. Pour les plus significatives, nous avons inauguré un nouveau site de 5 000 m<sup>2</sup> dans le sud-est en mai 2018. Notre capacité de traitement à Lyon a été doublée à l’été 2018. Et en décembre 2018, nous avons triplé notre capacité de travail en Ile-de-France avec un site flamboyant neuf à Emerainville (77) en banlieue pari-

sienne. Outre les déménagements à Bordeaux et à Rennes, de nouvelles ouvertures à Niort et à Toulouse ont été effectuées. On peut dire que nous avons considérablement musclé nos infrastructures.

**TI :** Quelles sont les orientations stratégiques à venir ?

**J CB :** Cette année, les enjeux environnementaux nous amènent à investir dans nos premiers véhicules électriques sur Paris pour accompagner le

parfaitement en phase avec notre philosophie d’entreprise. Nous étions déjà avant-gardistes sur ce sujet puisque, depuis près de huit ans, nous disposons de 45 véhicules au GNV biométhane (Iveco, Mercedes Sprinter) qui tournent sur Paris et région parisienne. A présent, nous avons assez de recul pour dire que non seulement nous sommes opérationnels mais en plus, nous trouvons un modèle économique tout à fait pertinent.

**“Le marché du e-commerce n’est pas encore à maturité.”**

nouvel entrepôt Ikea de Gennevilliers (92). Nous allons donc commencer à livrer Paris intra-muros pour monter à 100% en électrique à horizon 2020. Nous avons acheté une flotte de 15 à 20 véhicules pour une première phase, des petits poids lourds de 5 tonnes, principalement des Iveco. Après avoir testé plusieurs solutions courant 2018, nous mettons en production notre première tournée électrique sur le dernier trimestre 2019. Cela représentera moins de 10% de notre flotte totale de 210 véhicules mais c’est un premier investissement conséquent de 2 millions d’euros. Cette technologie correspond aux attentes du marché pour les entrées urbaines comme Paris. Cette démarche s’avère

**TI :** Comment s’annonce la tendance de vos activités pour 2019 ?

**J CB :** Outre le renouvellement de notre partenariat majeur avec Ikea, courant 2018, nous avons rentré quelques grands comptes comme Made, Ubaldi et Amazon, nous permettant ainsi d’envisager l’année 2019 avec sérénité. Nous sommes confiants dans le marché sur lequel nous nous positionnons car nous restons convaincus que la consommation en ligne de produits lourds et volumineux n’en est qu’à ses débuts. Par conséquent, nous disposons d’une belle marge de progression. Nous visons clairement les 100 millions d’euros de chiffre d’affaires à horizon 2022.

PROPOS REcueillis PAR ARNAUD ILIÉ

