

# Livraison à domicile: Les relais de croissance se multiplient

## • Jumia écrase la logistique e-commerce et food

## • La livraison administrative prend de l'ampleur

LES métiers du service personnalisé ont un avenir des plus prometteurs. Au 30 juin dernier, l'activité monétique s'est caractérisée par une forte progression de l'activité paiement. En effet, le paiement en ligne a maintenu une forte accélération durant cette période, avec une croissance de plus de 81,7% en nombre et plus de 52,3% en volume, selon le dernier rapport du Centre monétique interbancaire (CMI). Les Marocains consomment et achètent de plus en plus en ligne et optent de plus en plus pour la livraison. Parmi les raisons: les actifs sont pressés par le temps, ce qui ouvre la porte à la délégation des tâches chronophages. Conséquence: le secteur de la livraison affiche des chiffres de plus en plus croissants. Représentant environ 60 à

70% du e-commerce au Maroc, Jumia est le leader du marché de la livraison. Il est l'un des plus anciens opérateurs sur ce créneau, avec environ 5 ans de présence. Pour

### Magicourses

CHEZ Magicourses, 80% de la flotte appartient aux livreurs, ce qui réduit considérablement les frais d'entretien. Pour alléger les clients des frais d'entretien, l'entreprise fait de la location de moto sans livreur. Ce business représente environ 40% de son chiffre d'affaires. Son principal client est KFC. En 2016, Magicourses a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 1,5 million de DH, avec des prix de courses variant entre 30 et 40 DH, en fonction de la destination. □

optimiser son modèle économique, le site de vente en ligne sous-traite la livraison. La plateforme de vente en ligne fait appel à plusieurs entreprises de livraison dans 4 villes. A Casablanca et Marrakech, Magicourses met à sa disposition des livreurs avec motos et boîtiers de livraison adaptés. Le sous-traitant lui affecte 25 de ses 50 livreurs, pour des centaines de colis livrés par jour. Jumia se distingue sur le marché, en assurant un contact direct avec les livreurs via une application mobile. La plateforme a développé

en interne un logiciel dédié, qui permet de géolocaliser tous les livreurs disponibles, et recevoir les commandes directement via un smartphone. Son modèle est tellement hui-

lé qu'on ne s'aperçoit pas qu'il sous-traite cette prestation. Ce qui lui permet d'externaliser les frais d'entretien des motos, les charges du personnel... «Ce modèle nous permet d'ajuster la capacité en fonction de la demande, afin d'optimiser réellement les process de livraison», soutiennent Allal Marrakchi, directeur de Jumia Services, et Maria El Fassi, DG de Jumia Food.

Positionnée sur le même créneau que Jumia, LAD.ma revendique 30% de part de marché sur l'axe Casablanca-Rabat. L'en-

treprise est la seule à permettre le paiement en ligne de plats cuisinés et sandwiches, en plus du paiement à la livraison. LAD réalise un chiffre d'affaires variant entre 1 et 1,5 million de DH, avec une vingtaine de livreurs à Casablanca et une dizaine à Rabat. Elle assure entre 350 et 400 livraisons/jour pour une vingtaine de restaurants et compte étendre son réseau sur Marrakech et Tanger. Créée en août 2015, l'entreprise revendique une croissance d'environ 120% depuis son démarrage. Le gros des sociétés de livraison est basé à Casablanca (une cinquantaine). S'ensuit Rabat, avec une vingtaine, environ 5 à Marrakech, puis Tanger... Caractérisé par son turn-over élevé, le marché de la livraison est très atomisé. L'essentiel des prestations se fait par moto. Les plateformes de e-commerce sont celles qui rémunèrent le mieux, avec des salaires qui peuvent aller jusqu'à 3.500 DH. En plus de la livraison alimentaire et e-commerce, les livreurs étendent leurs prestations aux documents administratifs (liasses, dépôt de chèques, dossiers...). □