

LES ENJEUX  
ECOMMERCE

Sixième Édition  
**Start  
me  
up**   
Paris  
28/06



# Les start-ups et l'innovation

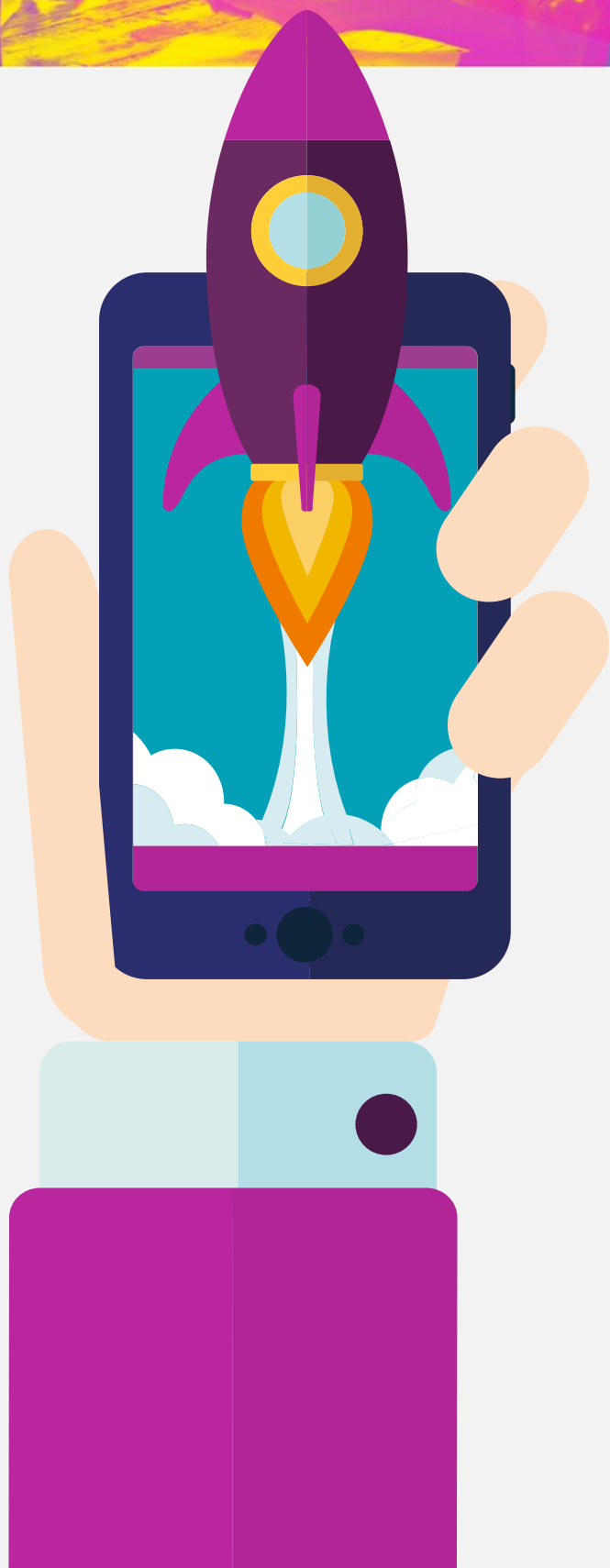
6<sup>e</sup> édition

**LES ENJEUX E-COMMERCE**

---

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE  
28/06 - PARIS

---



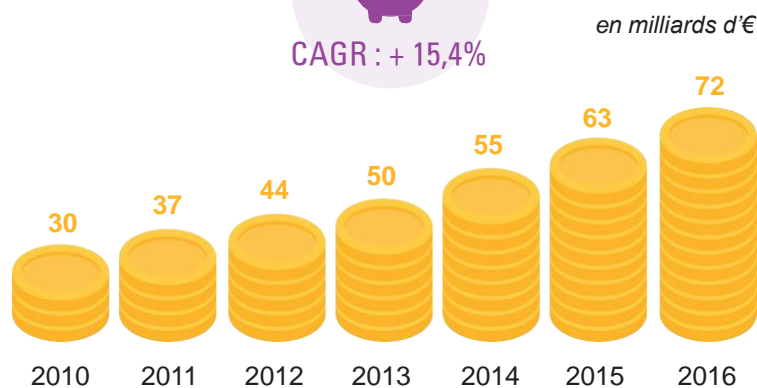
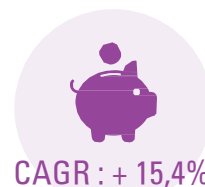
# Un secteur en plein boom

mené par l'innovation notamment autour de l'expérience client

Depuis 2010, les ventes e-commerce ont été multipliées par 2,4

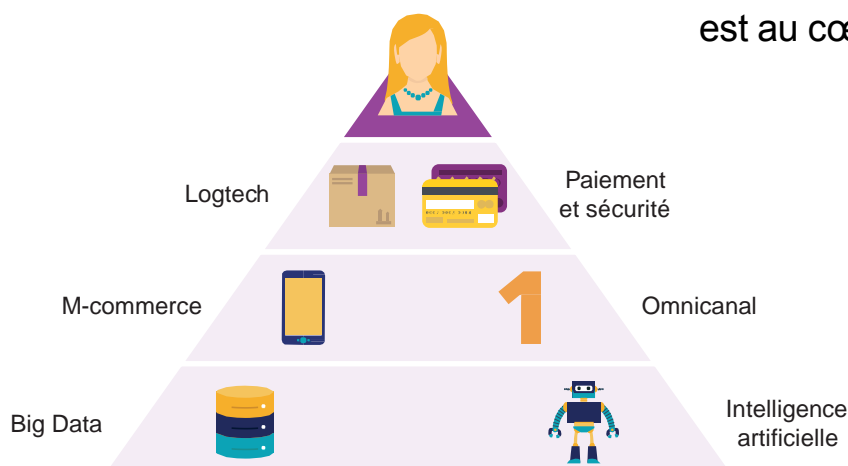


x2,4



Source : FEVAD

## Personnalisation



L'innovation autour de l'expérience client est au cœur de la dynamique de croissance

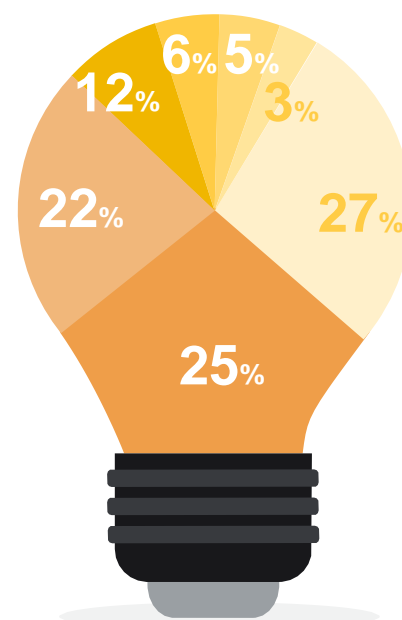
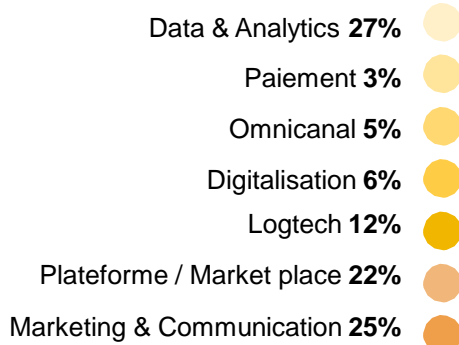
Les outils supports aux e-commerçants deviennent de plus en plus prédictifs

**DES INNOVATIONS PLURISECTORIELLES AU SERVICE DE LA PERSONNALISATION DE L'EXPERIENCE CLIENT**

Les **start-ups** sont essentielles à l'accélération de l'innovation

Avec les nouvelles formes d'exploitation de la data comme sous-jacents des développements récents

**60 CANDIDATURES RETENUES POUR LE CHALLENGE ST\*RT ME UP!**



# Des modèles d'accélération différenciés pour les grands groupes e-commerçants

Pour **accélérer l'innovation et intégrer les start-ups**, les grands groupes e-commerçants ont développé plusieurs solutions

*Solutions présentées par degré de recours des e-commerçants (du plus fréquent au moins fréquent)*



**1 Le partenariat avec une start-up**, pouvant aller d'une pure relation fournisseur-client à un partenariat plus poussé (e.g. développement d'une offre commune)  
Avec une équipe d'accompagnement dédiée pour s'assurer d'une intégration réussie



**2 L'investissement dans une start-up**, stratégique pour acquérir une solution ou une technologie représentant un véritable avantage concurrentiel  
L'investissement est d'abord le rôle des venture-capitalists, les grands groupes de l'e-commerce sont de plus en plus sélectifs

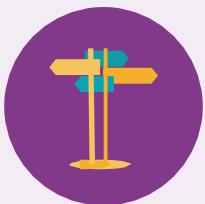


**3 L'ouverture d'un incubateur / accélérateur / lab**, pour aider les start-ups à rendre leur solution opérationnelle et commercialisable  
Typiquement, les grands groupes donnent trois à neuf mois aux start-ups pour prouver que leur offre amène une réelle valeur ajoutée



**4 Des équipes internes en mode start-up** avec pour objectif de résoudre des challenges précis dans des délais prédéfinis  
La mise en place de plusieurs équipes internes en mode start-ups est l'un des moteurs de la croissance exponentielle des géants américains de la technologie

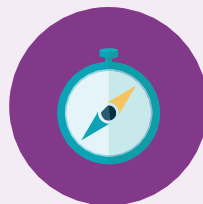
L'intégration des start-ups au sein des grands groupes est soumise à de nombreux enjeux



Ecarts entre les modes de fonctionnement des start-ups rapides et agiles et ceux des grands groupes rigides et procéduriers



Disposition des grands groupes à accompagner les start-ups dans leur quotidien opérationnel et à surmonter leurs faiblesses



Résistance naturelle des grands groupes au risque liée à la disruption, préférence pour des solutions matures aux résultats prouvés

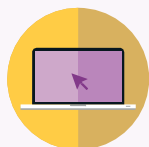


Capacité des start-ups à saisir la complexité et les variables multiples propres aux grands groupes

# Les 60 start-ups françaises qui dynamisent l'e-commerce



## Digitalisation



Grand Shooting ✨  
Platform.sh ✨  
Exsens  
Ooshot

## Paiement



Oyst ✨  
Tiller Systems

## Data & Analytics



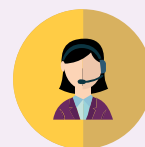
AdmoTV ✨  
DataDome ✨  
Dareboost ✨  
Early Birds ✨  
Heuritech ✨  
ReachFive ✨  
Target2sell ✨  
Yuzu ✨  
Affilae  
Comète  
Compellia  
Daco.io  
Dartagnan  
Guesswork  
Merchandising.io  
Sirdata

## Marketing / Communication



Botfuel ✨  
Teeps ✨  
Tokywoky ✨  
Canard Influencers  
Carts Guru  
Clickndress  
Eatsy  
Howtank  
Hubware  
MilesBooster  
Playbots  
Same Size  
Teester  
Uplike  
Vizir.co

## Plateforme / Market place



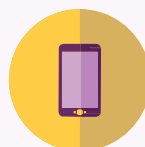
Braineet ✨  
Wishibam ✨  
Chall'angel  
Chesk  
CrossShopper  
Disruptal  
Dropy  
Ease IoT  
HelloCasa  
Popsell  
Share & Print  
The Fulll Room  
Wizaplace

## Logtech



Deliver.ee ✨  
Fretlink ✨  
Wing ✨  
InPost France  
Reversys  
Shipup  
Shopopop

## Omnicanal



Wynd ✨  
Find&Order  
Fundy

Start-ups du Top 20



**Marc Lolivier**  
Président, FEVAD  
Tel: + 33 01 42 56 38 86  
mlolivier@fevad.com



**Emmanuel Hembert**  
Associé Spécialiste Distribution, KPMG  
Tel: + 33 06 09 52 21 34  
emmanuelhembert@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2017 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Création & Réalisation : Oliver – Juin 2017