

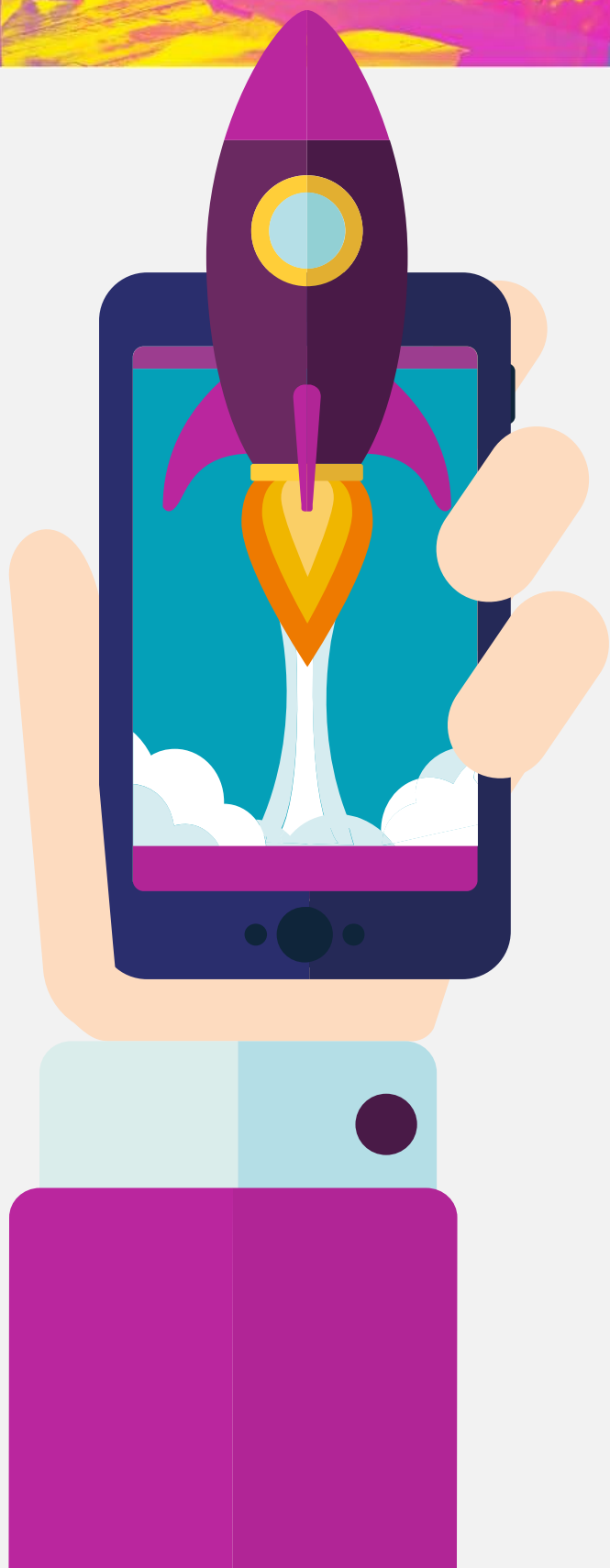


Start-up, e-commerce et innovation

Classement des 60 start-ups
françaises qui dynamisent
l'e-commerce



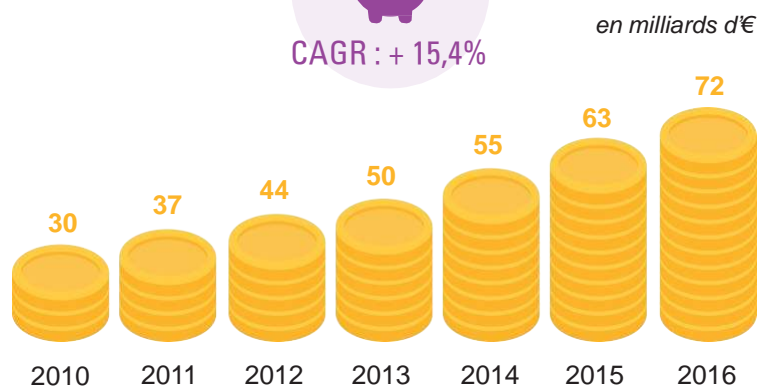
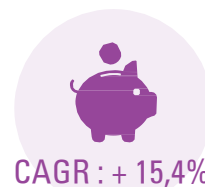
Juin 2017



Un secteur en plein boom

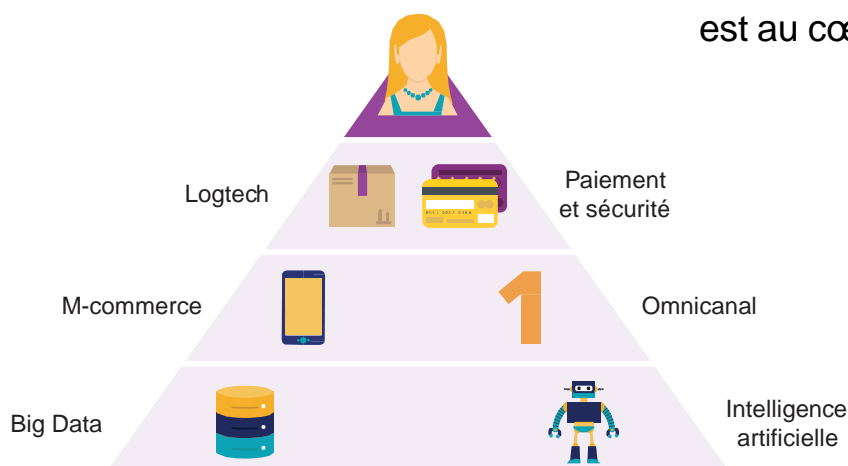
mené par l'innovation notamment autour de l'expérience client

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



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

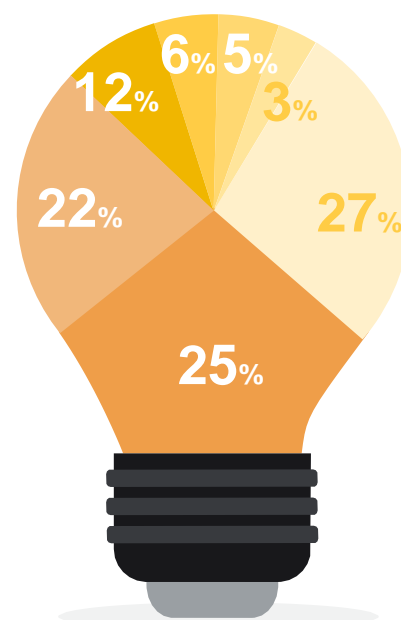
DES INNOVATIONS PLURISECTORIELLES AU SERVICE DE LA PERSONNALISATION DE L'EXPERIENCE CLIENT

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!

- Data & Analytics **27%**
- Paiement **3%**
- Omnicanal **5%**
- Digitalisation **6%**
- Logtech **12%**
- Plateforme / Market place **22%**
- Marketing & Communication **25%**



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

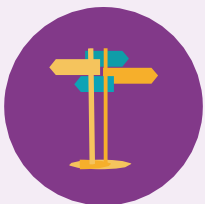


3 L'ouverture d'un incubateur / accélérateur / lab, pour aider les start-ups à rendre leur solution opérationnelle et commercialisable
Typiquement, les grands groupes donnent trois à neuf mois aux start-ups pour prouver que leur offre amène une réelle valeur ajoutée



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

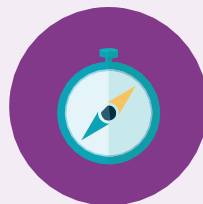
L'intégration des start-ups au sein des grands groupes est soumise à de nombreux enjeux



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



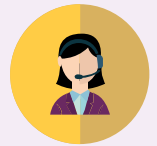
AdmoTV ✨
DataDome ✨
Dareboost ✨
Early Birds ✨
Heuritech ✨
ReachFive ✨
Target2sell ✨
Yuzu ✨
Affilae
Comète
Compellia
Daco.io
Dartagnan
Guesswork
Merchandising.io
Sirdata

Marketing / Communication



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

Plateforme / Market place



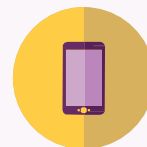
Braineet ✨
Wishibam ✨
Chall'angel
Chesk
CrossShopper
Disruptal
Dropy
Ease IoT
HelloCasa
Popsell
Share & Print
The Full Room
Wizaplace

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