

La logistique digitale en Belgique

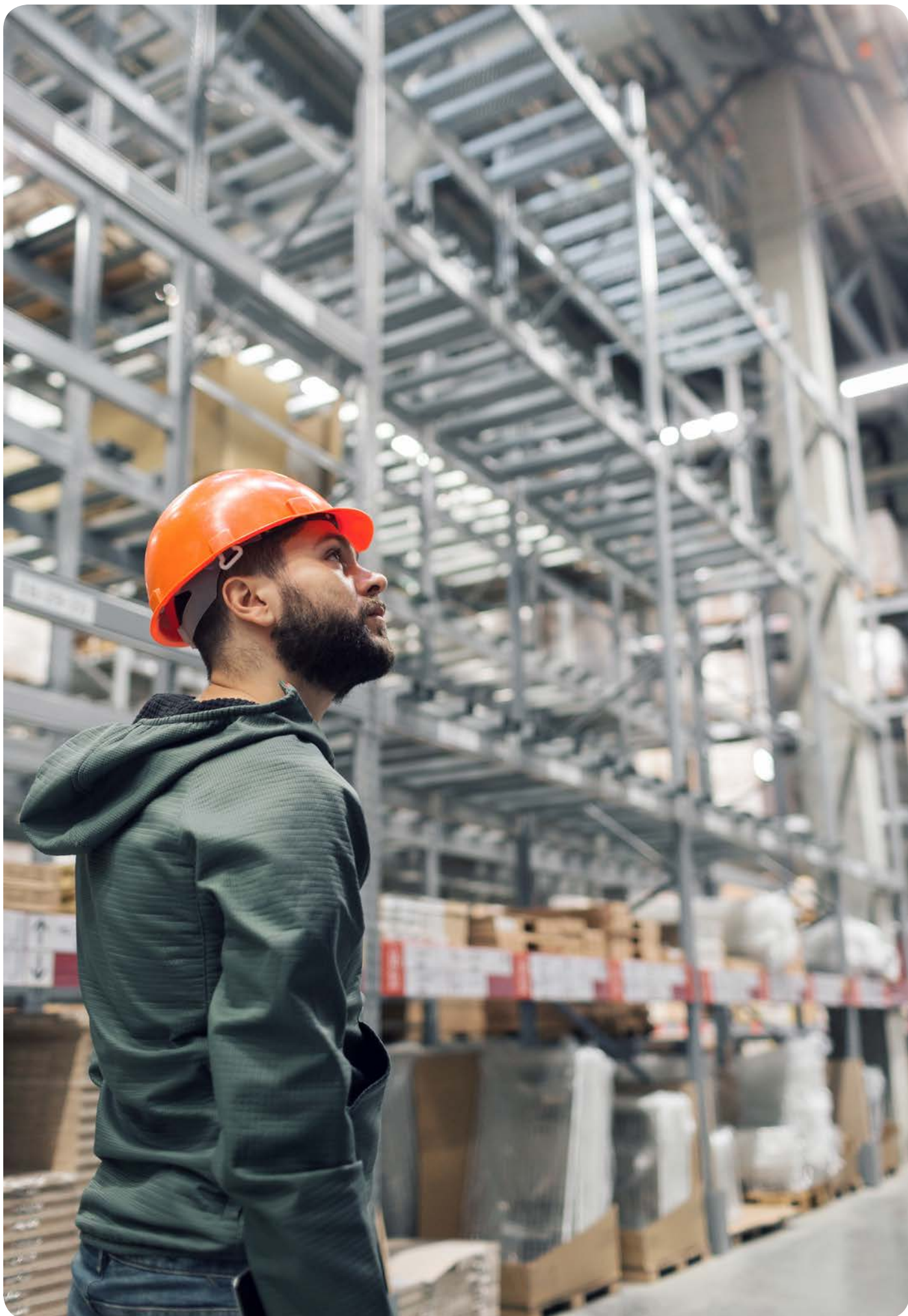
startups.be

Philippe Rangoni
Septembre 2018



Table des matières

Avant-propos	2
1. Démographie	3
a. Introduction	3
b. Écosystème belge de startups logistiques	5
c. Typologie des startups logistiques	5
d. Sous-industries	5
e. Principales startups belges de la logistique	7
2. Challenges	9
a. Challenges du secteur logistique	9
b. Challenges et opportunités des startups logistiques	10
3. Internationalisation	13
4. Levées de fonds	16
5. Technologies	19
6. Employés	21
7. Interviews des stakeholders	24
Steven Polmans, Head of Cargo & Logistics – Brussels Airport Company	24
Erik Lamoral, CIO – H.Essers	27
Joost Uwents, CEO – WDP	29
Erwin Verstraelen, CIO – Port d'Anvers	32
Geert De Wilde, Managing Director – Gosselin Logistics	34
Marc Scheerlinck, Business Development Director – Logit One	34
8. Interviews de startups	36
Jorik Rombouts, CEO – Rombit	36
Bart Vannieuwenhuysse, associé et co-fondateur – TRI-VIZOR	38
Kristoff Van Rattinche, CEO – Sensolus	41
Alex Lisitzky, CTO et co-fondateur – Supply Stack	43
Steven De Troyer, Investment Director – Fortino Capital	43
Daniel Lievens, CEO – NxtPort	46
Paul Havelange, CEO – Ubidata	48



Avant-propos

ING et startups.be sont fiers de collaborer à nouveau pour la réalisation d'une étude approfondie d'un écosystème : celui des startups dans le secteur logistique. Une nouvelle occasion pour ING de confirmer tout l'intérêt qu'elle porte au secteur du transport et de la logistique.

L'importance du secteur logistique en Belgique n'est plus à démontrer. Comme l'a souligné l'étude réalisée par la Banque Nationale de Belgique en 2017¹, ce secteur représente 3,3 % de l'emploi en Belgique et 2,9 % du PIB. Ces chiffres, déjà impressionnants, s'élèvent même à 7,6 % du PIB et 8 % de l'emploi si on y inclut les effets indirects et les activités annexes.

Cette différence est un indicateur de la diversité du secteur. En effet, il n'y a pas un secteur logistique, mais une grande variété d'activités et de services logistiques : le transport d'un vaccin n'a pas grand-chose à voir avec celui d'une bobine d'acier.

Le but de cette étude est de montrer la créativité et le dynamisme de l'écosystème des startups logistiques. Elle met aussi en avant les défis qui attendent cet écosystème, et le secteur en général. Comme dans les autres secteurs traditionnels, la digitalisation pose des défis particuliers aux acteurs logistiques, mais leur offre aussi des opportunités qu'ils ne peuvent manquer sous peine de se voir distancer par les nouveaux venus, ou les acteurs plus agiles.

D'une part, les acteurs logistiques devront s'ouvrir à plus de coopération entre eux. La co-innovation, l'open innovation, le partage des données - toujours dans le respect de la nécessaire confidentialité des affaires, bien entendu - sont des mots clés pour les entreprises de demain. Ce n'est qu'à ces conditions que les entreprises logistiques pourront tirer profit de la digitalisation et offrir des services de qualité à leurs clients.

D'autre part, les sociétés de transport seront probablement soumises à des pressions très fortes dans les années à venir, à cause des changements technologiques apportés par la digitalisation, et principalement l'arrivée sur le marché des véhicules autonomes. Le risque principal qu'elles rencontreront, sera de devenir de simples « commodities² ». Pour affronter ce risque, elles devront se transformer et devenir des entreprises dans lesquelles l'IT et la gestion des données occupent une place centrale.

Nous sommes convaincus que cette étude et ses conclusions seront pertinentes pour les startups et les entreprises logistiques - petites, moyennes ou grandes - ainsi que pour les autorités publiques et les autres partenaires du secteur. Ce travail n'a été possible que grâce à la disponibilité des nombreux acteurs du secteur que nous avons sollicités. Nous leur en sommes très reconnaissants. Qu'ils soient ici remerciés d'avoir partagé leur connaissance et leur expérience.

Bram Debruyne

ING

Philippe Rangoni

Startups.be

¹ <https://www.nbb.be/doc/ts/publications/wp/wp325en.pdf>

² Nous entendons par là qu'elles ne se différencient plus par leurs produits et services des autres entreprises du secteur.



1 Démographie

a. Introduction

Cette étude sur l'écosystème belge des startups dans la logistique et le supply chain, réalisée conjointement par ING et Startups.be, repose essentiellement sur trois piliers :

- Une étude quantitative sur les données contenues dans la base de données de Startups.be (data.startups.be). Startups.be n'a pas pour ambition de présenter une base de données exhaustive, mais bien de proposer des données représentatives et une photo du secteur à l'instant ;
- Un questionnaire envoyé à tous les responsables des startups reprises dans la base de données.
- Une étude qualitative sur la base d'entretiens avec des startups et des acteurs majeurs du secteur.

Nous avons retenu 84 startups actives dans la logistique et le supply chain dans notre base de données. Nous avons exclu quelques acteurs qui ont été repris par des groupes industriels plus importants, dans la mesure où cela fausse nos données quantitatives.

Le questionnaire a été envoyé début juillet 2018 à 84 fondateurs et CEO de startups. Il a été complété dans son entièreté par 24 personnes, ce qui correspond à un taux de réponse de 28 %.

Les acteurs du secteur qui ont accepté d'être interviewés, et nous les en remercions vivement, sont :

- Thierry Moubax, VP Marketing, Product & Pricing Europe – bpost
- Patrick Leysen, fondateur de Parcify/VP Future Lab – bpost
- Steven Polmans, Head of Cargo & Logistics – Brussels Airport Company
- Joost Uwents, CEO – WDP
- Erwin Verstraelen, Chief Digital Information & Innovation Officer – Port of Antwerp
- Erik Lamoral, CIO – H. Essers
- Geert De Wilde, Managing Director – Gosselin
- François Deforche, Consumer Goods IT Director – Katoen Natie
- Bernard Piette, General Manager – Logistics in Wallonia
- Chris De Clerck, Conseiller Général a.i. – Administration des douanes
- Mark Geuens, IT, Data and Innovation Lead – Lineas
- Steven De Troyer, Investment Director – Fortino Capital
- Matthijs Luts, Supply Chain Director EMEA & India – Abbott
- Philip Degraef, Director – Febetra
- Piet Belet, Key Account manager – VIL

Ces entretiens ne sont pas tous repris dans leur intégralité dans l'étude, mais ils nous ont tous guidés lors de sa rédaction.

Les responsables de startups que nous avons interviewés sont :

- Paul Havelange, CEO – Ubidata
- Daniel Lievens, CEO – NxtPort
- Alex Lisitzky, Fondateur et Head of product – SupplyStack
- Kristoff Van Rattinche, CEO – Sensolus
- Marc Kegelaers, CEO – Unifly
- Jorik Rombouts, CEO – Rombit
- Bart Vannieuwenhuyse, Partner – TRI-VIZOR
- Christiaan Sluijs, CFO – T-Mining
- Mark Scheerlinck, Business Development Manager – Logit One

b. L'écosystème belge de startups logistiques

Comme nous l'avons déjà mentionné, notre base de données comporte 84 startups actives dans la logistique et le supply chain. Ces startups se répartissent sur toute la Belgique, bien que deux clusters prédominent : Bruxelles et Anvers.

Si l'importance de Bruxelles n'est pas spécifique à l'industrie logistique – la capitale étant par ailleurs la ville qui compte le plus grand nombre de startups – la taille de l'écosystème anversois s'explique, elle, par l'importance d'Anvers comme centre logistique et par la présence du port.



En Belgique, nous comptons peu de spin-offs universitaires actives dans le domaine de la logistique.

Nombre de spin-offs	Université
2	Université Libre de Bruxelles
2	Vrije Universiteit Brussel
2	Katholieke Universiteit Leuven
1	Universiteit Gent
1	Universiteit Antwerpen
1	Université de Liège

c. Typologie des startups logistiques

La grande majorité des startups ont développé un service B2B. Etant donné la structure du secteur logistique, ce n'est pas surprenant. Les startups B2C sont essentiellement actives dans le peer-to-peer et le transport partagé (par exemple Hytchers)

Business Model	
B2B	72
B2B/B2C	4
B2C	8

d. Sous-industries

Logistique ou supply chain renvoient en fait à une grande variété de solutions. Nous avons tenté de classer les startups selon différents types de solutions ou services.

Une startup peut être active dans plusieurs sous-industries.

Cette catégorisation n'a pas la prétention d'être universelle et scientifique. Nous l'avons présentée aux différents stakeholders que nous avons interviewés. Il y a un large consensus autour de cette liste.

Sous-industries	Quantité dans le portefeuille
Logistics operational efficiency	35
Track & trace	24
Last-mile delivery	9
Parcel delivery	9
Transport management software	9
Collaborative logistics platform	8
Warehousing	7
Autonomous vehicle	6
Green logistics	5
Logistics by rail	3
Container logistics	3
Aerial logistics	3
Maritime logistics	2

Vous trouverez ci-dessous une explication de ce que l'on entend par ces termes, ainsi qu'un exemple par sous-industrie :

- Logistics operational efficiency : solution IT qui améliore l'efficacité opérationnelle des entreprises logistiques, y compris les plateformes qui favorisent l'échange des données
→ Ex : Logit One - <http://logit-one.com/>
- Track & trace : solution technique (souvent de l'IoT) qui consiste à contrôler la position et le statut d'un véhicule, d'un container ou même d'une marchandise
→ Ex : Sensolus - <https://www.sensolus.com/>
- Last-mile delivery : ce terme est utilisé pour décrire le transport de marchandise entre un hub logistique et la destination finale
→ Ex : Parcify - <http://parcify.com/>
- Parcel delivery : livraison de colis
→ Ex : Shiprr - <https://shiprr.be/>
- Transport Management software (TMS) : plateforme située entre l'ERP et le warehousing/la distribution ; il couvre aussi bien le procurement que le shipping et le planning
→ Ex : Supplystack - <https://www.supplystack.com/>
- Collaborative logistics platform : plateformes de transport collaborative en peer-to-peer ou shared economy
→ Ex : Hytchers - <https://www.hytchers.com/>
- Warehousing : solutions techniques qui améliorent ou facilitent la gestion d'espaces de stockage
→ Ex : Boxify - <https://fr.boxify.be/>
- Autonomous vehicle : solution technologique qui favorise le développement de véhicules autonomes
→ Ex : Ivex - <https://ivex.ai/>
- Green logistics : solution technologique qui facilite le transport écologiquement responsable
→ Ex : Sumy - <http://www.sumy.be/>
- Logistics by rail : solution technologique qui favorise le transport ferroviaire
→ Ex : Railnova - <https://www.railnova.eu/>
- Container logistics : solution technologique qui améliore le transport par container
→ Ex : Avantida - <https://www.avantida.com/>
- Aerial logistics : solution logistique qui améliore le transport par les airs, y compris par drone
→ Ex : Unifly - <https://www.unifly.aero/>
- Maritime logistics : solution technologique qui améliore le transport par bateau (maritime ou fluvial)
→ Ex : Seafar - <https://www.seafar.eu/>



e. Les principales startups belges de la logistique

Pour déterminer quelles sont les startups belges les plus marquantes dans le secteur logistique, nous avons combiné quatre critères, que nous avons pondérés comme suit :

CRITERE	PONDERATION
levée de fonds	7/19
nombre d'employés	5/19
actifs	5/19
revenus	2/19

La sélection de 20 top startups belges qui en résulte surpondère probablement la levée de fonds au détriment des revenus. C'est un choix assumé dans la mesure où l'essence qui fait tourner les startups ce sont les fonds levés, plus que les revenus. Les investissements financent la croissance qui permettra de générer des revenus après quelques années.

Ci-dessous la liste de ces startups, classées par ordre alphabétique.

AllThingsTalk (ATT)	aide les entreprises à développer leurs projets IoT
AMIA Systems	améliore le supply chain par l'optimisation du design des unités de production
Borderlinx	permet d'acheminer vers l'Europe un bien acheté aux USA
Bringme	solution intelligente pour automatiser les opérations logistiques personnelles et professionnelles
DCbrain BeNeLux	solution d'intelligence artificielle d'optimisation des flux
Dui Global	a pour ambition d'offrir aux entreprises une vision globale, automatique et en temps réel de leurs activités
Essensium	propose des solutions de positioning et de tracking
Hipperos	fournisseur de solutions innovantes pour les systèmes embarqués et temps-réel
Nallian	solution de partage de données pour favoriser la collaboration entre entreprises
PearlChain	solution de planning en temps réel
Phasya	offre une solution de détection de somnolence et de monitoring de chauffeurs
Railnova	permet la gestion de flotte de trains et la maintenance prédictive
Rombit	solution simple d'utilisation qui connecte les employés, les appareils et tous les actifs
Selinko	solution de traçabilité et d'anti-contrefaçon
Sensolus - stickNtrack	assure la traçabilité des actifs non-alimentés en énergie
SupplyStack	Transport Management software
Tein Technology	apporte de l'efficacité dans des environnements complexes et critiques
Ubidata	aide les entreprises de transport à tracer, analyser et optimiser leur flotte
Unifly	connecte les autorités et les pilotes pour intégrer en toute sécurité les drones dans l'espace aérien
Urbantz	solution dans le cloud pour les entreprises de livraison



2 Challenges

Le secteur logistique est une industrie importante en Belgique pour deux raisons essentielles : d'une part, sa position géographique centrale en Europe, qui fait le lien entre le Nord et le Sud, l'Est et l'Ouest ; d'autre part, la présence des ports d'Anvers et de Zeebrugge, ainsi que des aéroports de Bierseet et de Zaventem.

L'étude réalisée par la Banque Nationale de Belgique en 2017³ sur le secteur montre l'importance de l'industrie logistique, tant en nombre d'emplois créés (environ 130 000) qu'en nombre d'entreprises (plus de 8 000). Ces chiffres révèlent aussi la diversité et, nous y reviendrons, la fragmentation du secteur. Comme le dit Bernard Piette (General Manager, Logistics in Wallonia) : « Il n'y a pas un secteur logistique. On ne peut pas comparer le transport de vaccins et celui de bobines d'acier. Ce sont des métiers complètement différents. Il y a donc des secteurs logistiques. D'autre part, toutes les entreprises, quel que soit leur secteur d'activités, ont intégré la logistique dans leurs process. Il ressort des études que les entreprises consacrent entre 7 et 15 % de leurs ressources à la logistique. »

Un classement annuel de la Banque Mondiale⁴ situe la Belgique en troisième position des pays dans lesquels l'écosystème logistique est le plus performant.

Cependant, c'est un secteur encore assez traditionnel, confronté à un certain nombre de challenges. En voici les principaux, tels qu'ils nous ont été livrés au cours de nos nombreux entretiens avec différents stakeholders.

³ <https://www.nbb.be/doc/ts/publications/wp/wp325en.pdf>

⁴ Pour retrouver l'ensemble de l'étude : <https://pi.worldbank.org/>, pour le classement par pays : <https://pi.worldbank.org/international/global>, pour la scorecard de la Belgique : <https://pi.worldbank.org/international/scorecard/radar/254/C/BEL/2018#chartarea>



a. Challenges du secteur logistique

1. Manque de collaboration et d'échange de données en raison de la fragmentation du secteur

L'industrie logistique et supply chain est particulièrement fragmentée. Une multitude d'acteurs de taille très variable sont présents dans la chaîne. Les grands intégrateurs (DHL, Fedex, UPS) ne représentent à eux trois que 25% du volume d'affaires total de l'industrie logistique. Cela signifie que l'on est en présence d'énormément d'acteurs de petite ou moyenne taille. L'échange de données et d'informations, et la coopération entre tous ces acteurs est le challenge principal du secteur. Il s'agit donc moins d'un défi technologique (la technologie existe et un certain nombre d'initiatives sont apparues (voir Nxtport, BruCloud, Crosstrades, etc.)) que de la nécessité de mettre en commun les données d'entreprises concurrentes.

2. Mobilité et réduction de CO²

Un des enjeux reste la réduction du transport par camion. Le port de Rotterdam, par exemple, a imposé aux opérateurs logistiques du terminal Maasvlakte 2 que 65 % du transport vers et à partir du port ne se fasse pas par la route. Le port d'Anvers a comme objectif de doubler le transport par train à partir du port. Il s'agit aussi bien entendu d'optimiser le chargement des camions et/ou des containers afin que ceux-ci ne voyagent pas à vide.

3. Attirer les talents

Il ressort des entretiens que nous avons eus avec les stakeholders qu'un des challenges principaux que doivent affronter les entreprises du secteur est le recrutement de talents, à tous les niveaux de la chaîne logistique. Cela pousse les entreprises logistiques à se réinventer pour attirer ou conserver ces talents.

4. Rentabilité du secteur

Chaque développement d'une solution future doit tenir compte de sa rentabilité, d'autant plus dans un secteur très fragmenté comme celui de la logistique où les marges sont faibles.

Dans ce contexte, le consommateur est-il prêt à payer le juste prix pour de nouveaux modes de consommation ?

Témoignages

« Nous sommes une entreprise dans laquelle les assets (les trains) sont essentiels. Toute l'innovation digitale que nous mettons en œuvre est donc dirigée vers ces assets. »

Mark Geuens – Lineas

« L'enjeu environnemental est fondamental. Toutes les projections montrent que les volumes transportés vont augmenter dans les années à venir. La question est donc de savoir comment éviter que cette augmentation ne se déverse intégralement sur la route. Bien sûr, cela aura un coût pour les entreprises de transport car elles doivent imaginer des solutions d'optimisation. »

Bernard Piette – Logistics in Wallonia

« Le grand défi d'aujourd'hui, c'est la digitalisation. Et la solution, c'est justement la digitalisation. »

Geert De Wilde – Gosselin

« Notre plus grand défi, c'est la capacité inutilisée. Nos trains circulent souvent à vide au retour. Comment rendre cette capacité disponible sur le marché ? »

Mark Geuens – Lineas

« Les appareils médicaux qu'Abbott fournit aux hôpitaux doivent être opérationnels à 100 %. Pas question d'attendre qu'un appareil connaisse un problème pour réagir. Pour Abbott, la digitalisation est donc essentielle, à commencer par la maintenance prédictive. Le défi, c'est d'adapter toute la chaîne logistique à une telle exigence. »

Matthijs Luts – Abbott



b. Challenges et opportunités des startups logistiques

Notre enquête et nos entretiens avec les startups actives dans le secteur ont mis en lumière quatre challenges principaux :

1. Réduction de l'empreinte carbone

La question écologique reste un point crucial et un des enjeux majeurs du secteur. Le grand nombre de startups qui travaillent sur des solutions d'optimisation du transport, par exemple, démontre que cette préoccupation est centrale aussi dans l'écosystème des startups.

2. Approche traditionnelle et marges faibles

Le secteur, en raison notamment de sa fragmentation et des faibles marges qu'il pratique, travaille encore de manière très traditionnelle, par l'échange de documents papiers. Certains documents officiels doivent obligatoirement être produits sous format papier. Les faibles marges générées dans l'industrie logistique sont un frein aux investissements qui pourraient améliorer leurs processus de travail.

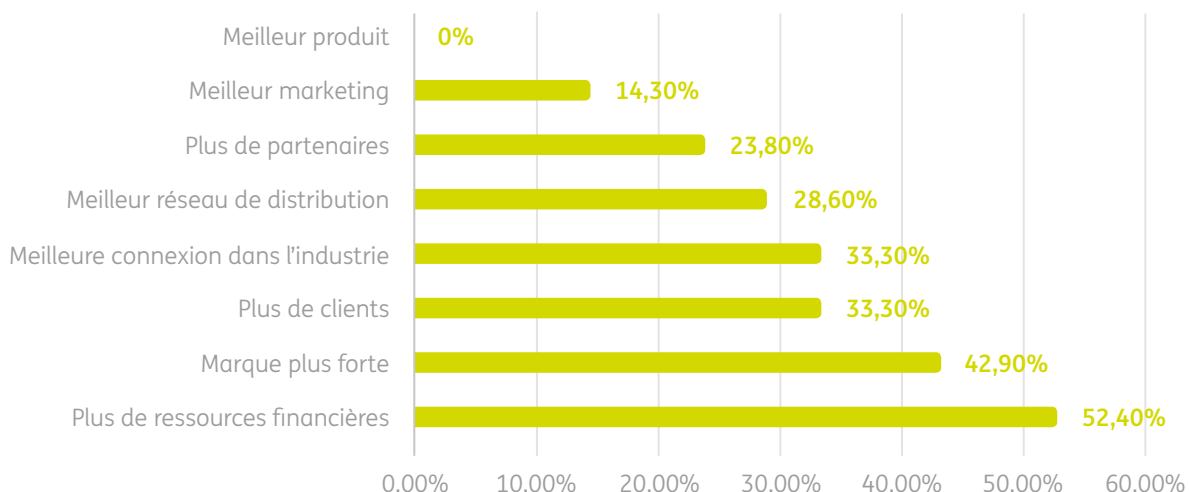
3. Concurrence des pays limitrophes

La concurrence vient principalement des Pays-Bas et de l'Allemagne, et concerne essentiellement l'e-commerce, en raison de problèmes réglementaires, notamment au niveau des charges qui pèsent sur le travail ou encore des règles du travail de nuit. La technologie ne peut rien dans ce domaine, le problème se situe au niveau politique.

4. Concurrence des grands groupes logistiques internationaux

Les startups souffrent de la concurrence des grands groupes sur leur propre segment de marché ou technologie. Tout en même temps, ces grands groupes constituent pour elles des clients potentiels.

Quels sont les plus grands atouts de vos concurrents ?



5. Défis typiques du monde des startups

Plus de 50 % des startups nous ont confié que le principal problème auquel elles sont confrontées sont les ressources financières et l'accès aux capitaux.

Les startups reprises dans notre étude ne craignent pas la concurrence sur le plan des produits, mais bien au niveau de la puissance financière (52%) ou de la force de la marque (42,9%)

Témoignages

« Les défis que nous rencontrons sont principalement commerciaux. Il faut atteindre un niveau d'interaction élevé avec le prospect pour qu'il comprenne les avantages de notre solution. C'est un produit sophistiqué pour lequel il est compliqué de trouver un message commercial simple. En revanche, nos clients nous restent fidèles. »

Paul Havelange – Ubidata

« La logistique n'est pas un secteur des plus innovants, les gens travaillent encore souvent sur papier, il y a encore beaucoup de saisie manuelle. À cet égard, notre marché est un peu difficile, dans la mesure où il s'est littéralement immobilisé pendant de nombreuses années. »

Christiaan Sluijs – T-Mining

« La fragmentation du marché est également un avantage, surtout pour le fournisseur de technologie. »

Kristoff Van Rattinhe - Sensolus

« Le principal défi, c'est qu'il y ait une offre de données suffisante. Les entreprises du secteur seront-elles assez ouvertes pour partager leurs données ? C'est la grande question. »

Daniel Lievens – NxtPort

« Il se peut aussi que des entreprises aux poches profondes, comme Airbus, proposent une solution similaire à la nôtre et nous rayent de la carte. »

Marc Kegelaers - Unifly



3 Internationalisation

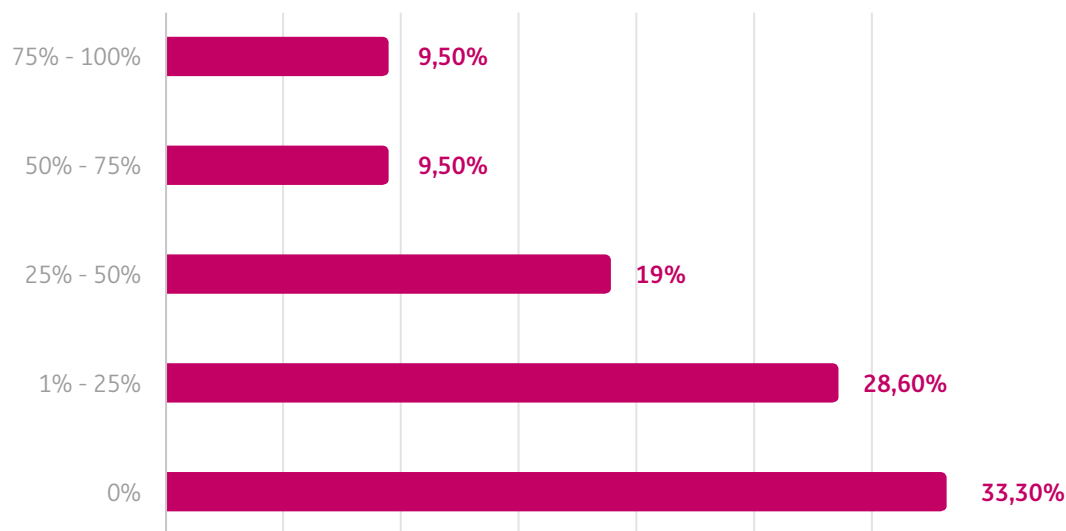
Lorsqu'on aborde la question de l'internationalisation des startups, il faut directement faire la différence entre deux éléments :

- Les revenus générés à l'étranger, ou en d'autres termes, le pourcentage de clients que les startups ont acquis à l'étranger.
- Les pays dans lesquels les startups sont actives, c'est-à-dire ceux où leurs services sont opérationnels.

En effet, la nature même des opérations logistiques implique qu'une startup belge soit amenée à opérer à l'étranger pour un client opérateur logistique belge.

Reportons-nous aux trois graphiques suivants.

Quel pourcentage de vos revenus est généré à l'étranger ?



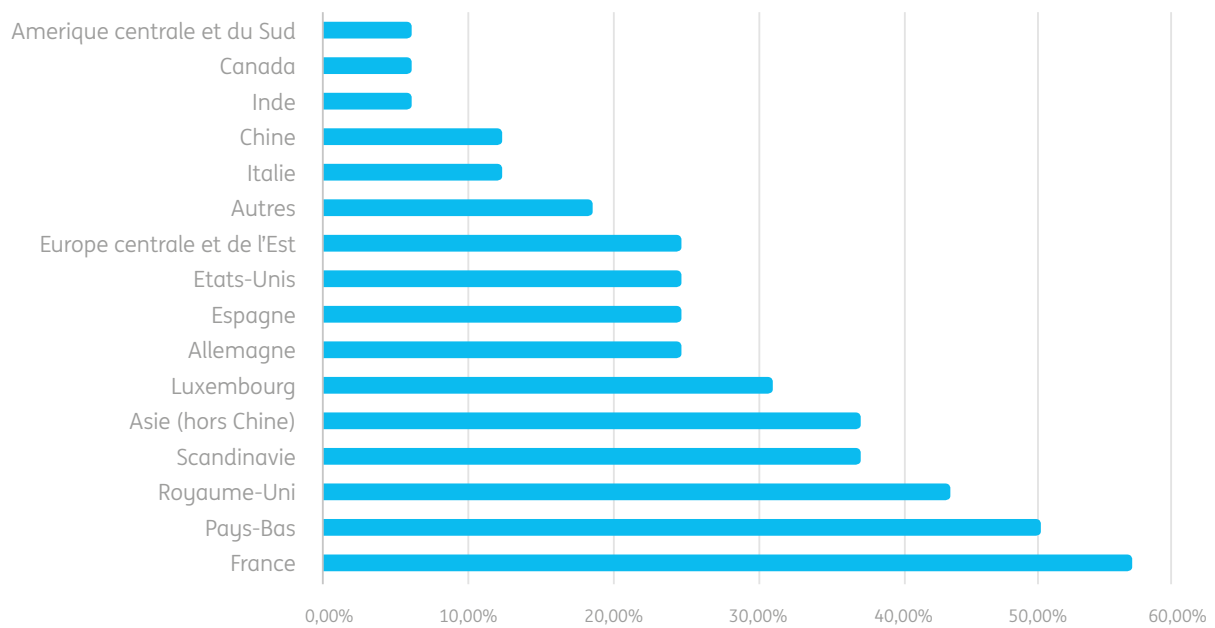
On remarque que deux tiers des startups belges génèrent des revenus à l'étranger. Cette réalité ne se limite pas au secteur logistique, on la retrouve dans les autres industries pour lesquelles Startups.be a pu conduire des études.

La plupart (81%) opère à l'étranger depuis la Belgique, sans ouvrir de filiale ou de bureau de représentation à l'étranger.

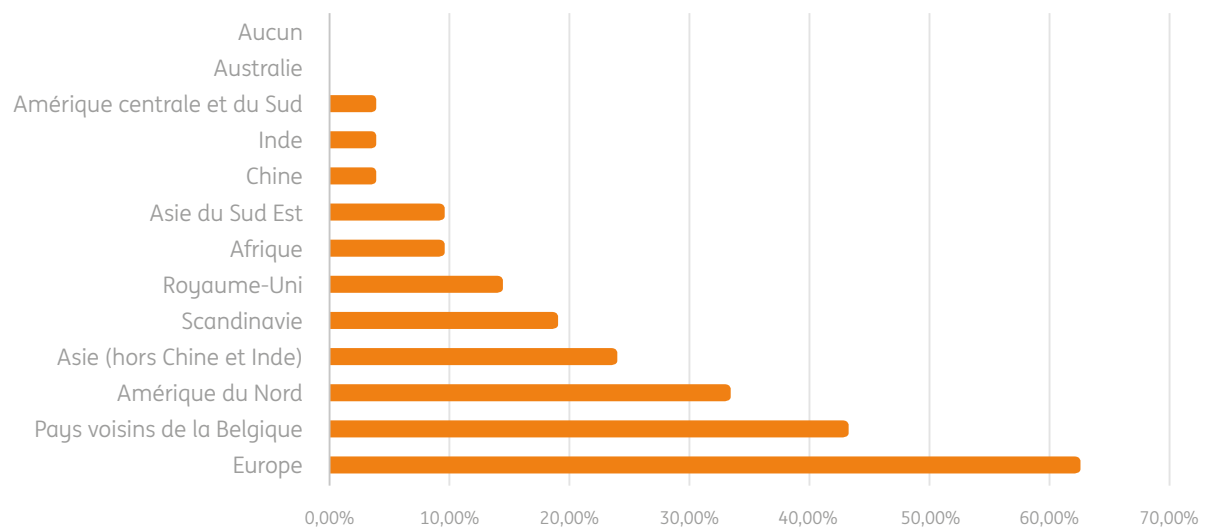
Le graphique suivant nous montre cependant que les activités à l'étranger se concentrent essentiellement en Europe, plus précisément dans les pays limitrophes.



Dans quels pays êtes-vous actifs ?



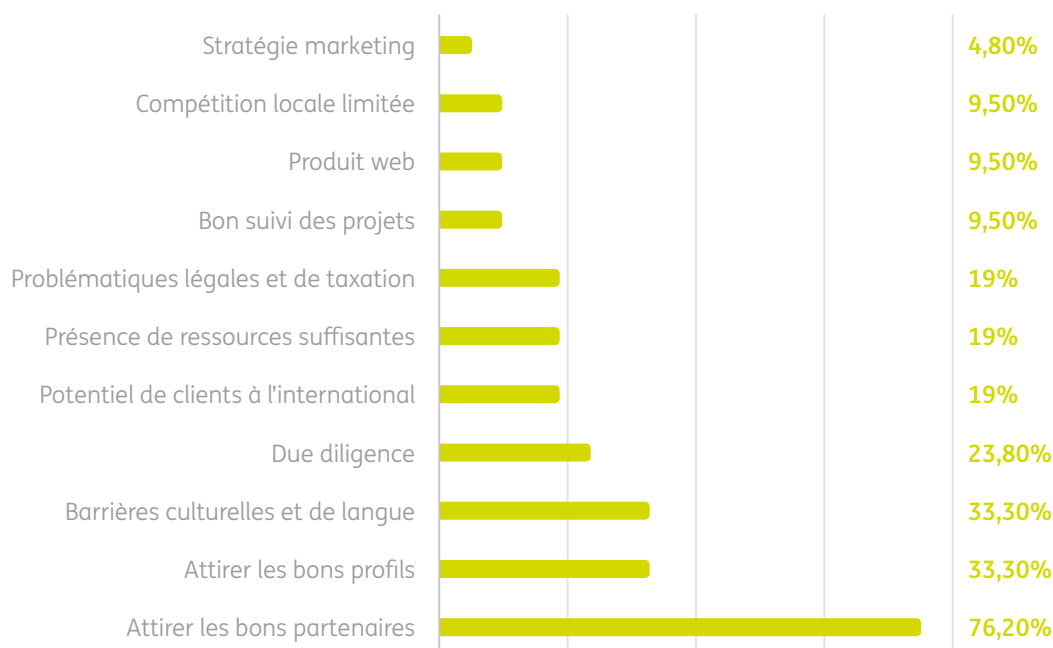
Dans quelle région/quel pays pensez-vous étendre vos activités dans les prochaines années ?



L'Europe, et plus particulièrement nos voisins, sont d'ailleurs les principales cibles lorsque les startups n'y sont pas déjà. Notons aussi que l'Amérique du Nord et l'Asie (hors Chine et Inde) sont d'importants terrains de jeux potentiels. Pour cette dernière, il est probable que des hubs logistiques tels que Singapour soient des points d'attraction importants pour nos startups.

De manière massive (plus de trois-quarts des répondants), les startups considèrent que le facteur le plus important dans la réussite d'une croissance à l'international est de nouer les bons partenariats.

Quels facteurs vous semblent importants dans votre croissance à l'international ?



Témoignages

« À partir d'une équipe locale, la croissance à l'international est la chose la plus difficile. Quel partenaire choisir pour accompagner cette croissance ? Comment accompagner ce partenaire ? Quels sont les profils qu'il faut engager ? »

Kristoff Van Rattinche – Sensolus

« Dès qu'on travaille à l'international, l'assistance 24/7 pose problème, en partie à cause des différents fuseaux horaires dans lesquels nous travaillons. Nous sommes actifs dans 42 pays, et nous essayons de tout gérer avec 12 personnes. »

Alex Lisitzky – Supply Stack

« En Belgique, on trouve facilement du personnel multilingue, on s'adapte facilement et on n'est pas menaçant. L'inconvénient - qui est en même temps un avantage - est que notre marché est très petit et qu'il faut penser immédiatement à l'international. »

Marc Kegelaers - Unifly

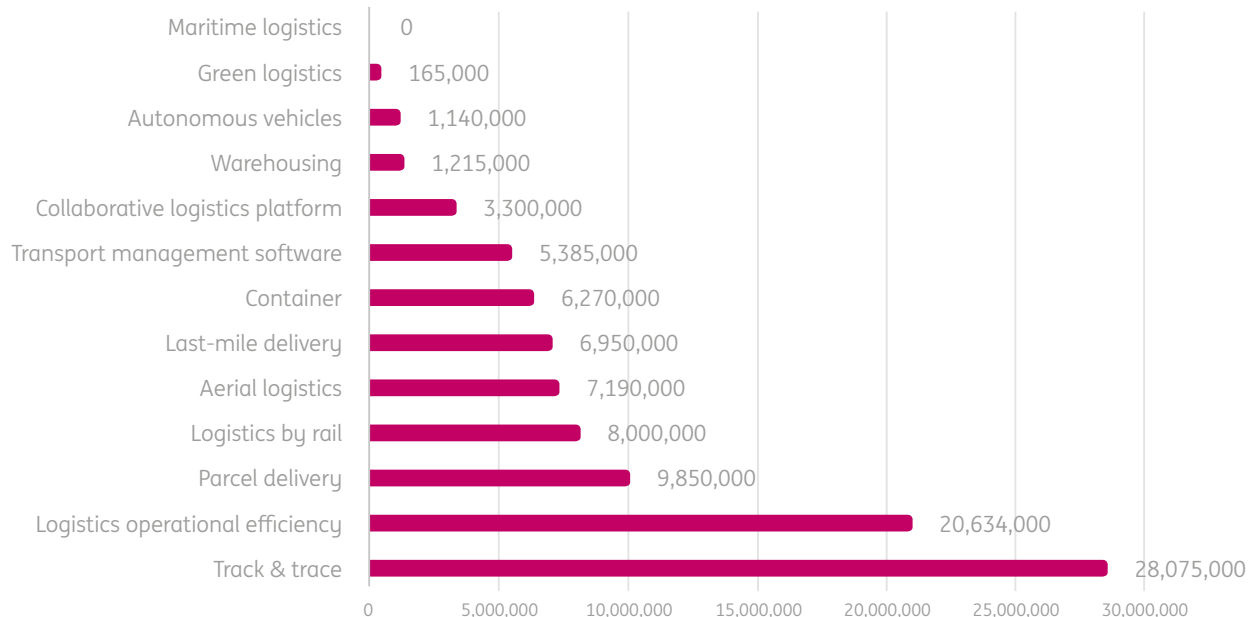


4 Levées de fonds

Au cours des 10 dernières années (2008 – 2018), 68 884 000 euros ont été investis dans 37 startups actives dans l'industrie logistique. Ce montant correspond aux investissements en capital effectués par des Venture Capitalists, des fonds d'investissement ou des Business Angels. Il ne tient pas compte des subsides et autres aides d'Etat, ainsi que des différentes formes de prêts bancaires ou subordonnés qui peuvent être accordés aux startups.

Dans le graphique ci-dessous, les investissements sont répartis par sous-industries. Le montant total excède 68 millions d'euros, parce que certaines startups se retrouvent dans plus d'une sous-industrie.

Investissement par sous-industrie

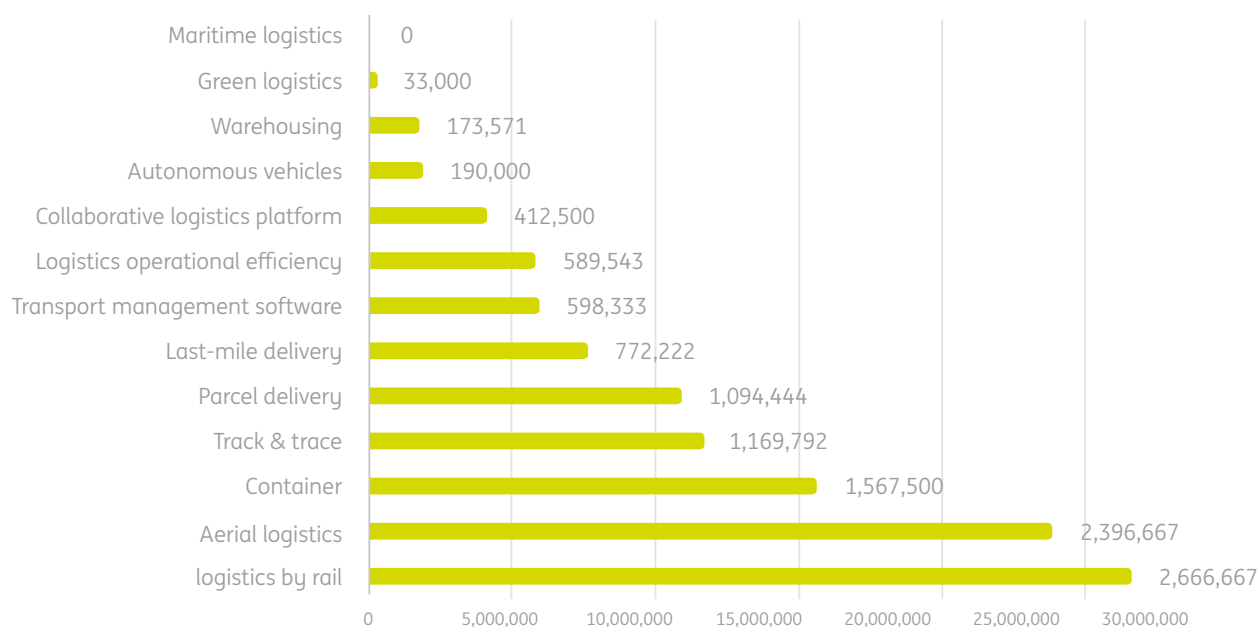


Sans surprise, sont les solutions les plus représentées qui attirent le plus de capital : le track & trace et la logistics operational efficiency.

Affinons la lecture, et exprimons les données en montant moyen (par startup) investi par sous-industrie.



Investissement moyen par sous-industrie

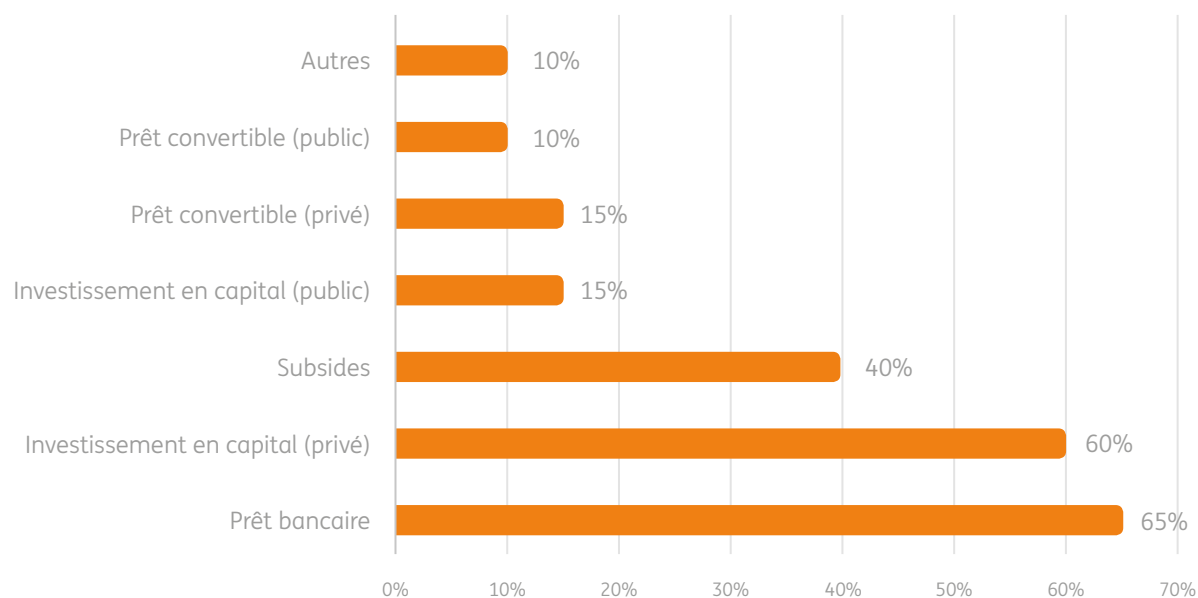


On constate qu'en termes d'investissements moyens, les secteurs ferroviaire et aérien prennent la tête du classement. Il est cependant important de noter que quelques investissements très importants effectués dans des startups de ces deux secteurs biaisent ce classement.

Le graphique laisse apparaître que le green logistics ne semble pas rencontrer la faveur des investisseurs. En fait, il faut modérer cette appréciation. En réalité, la plupart des startups développent des solutions en matière d'optimisation qui ont indirectement une influence positive sur la durabilité et la réduction de l'empreinte carbone.

Les chiffres ci-dessus concernent les investissements en capital. Les résultats de l'enquête montrent cependant que c'est loin d'être la seule source de financement. Les subsides, sous quelques formes que ce soit, et surtout le prêt bancaire, sont des sources de financement au moins aussi importants pour les startups.

Quelles sont vos sources de financement en dehors de l'investissement en capital ?



Témoignages

« Nxtport, avec sa structure d'actionnaire publique-privée, et la présence de très gros acteurs tels que Katoen Natie, présente un profil assez spécifique.

Le désavantage : nous pouvons difficilement vendre notre histoire à un VC ou à un fonds d'investissement classique.

L'avantage : nous avons facilement accès à des moyens financiers pour réaliser nos projets. »

Daniel Lievens – NxtPort

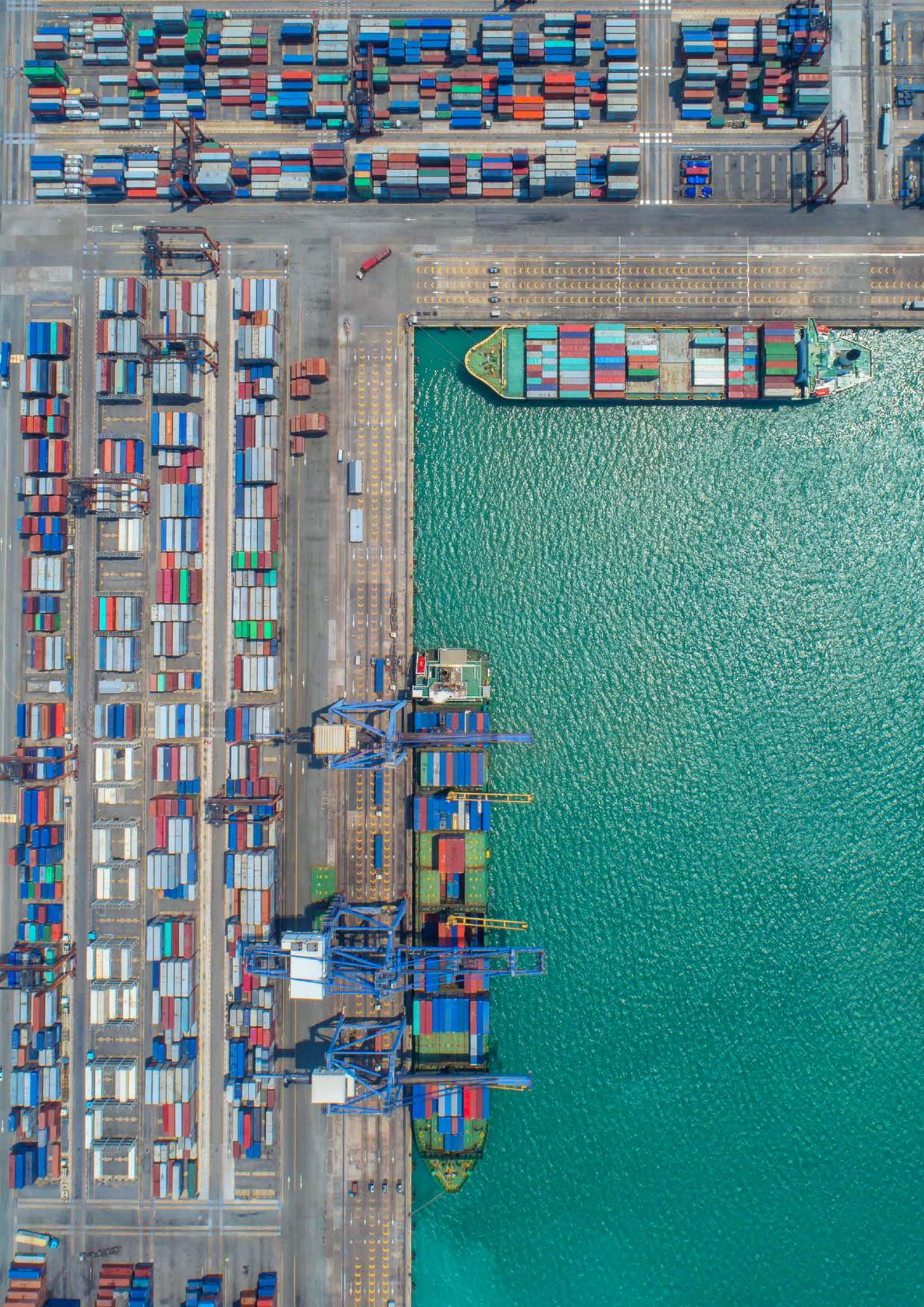
« Actuellement, notre plus grand défi est d'attirer de nouveaux capitaux et suffisamment de nouveaux clients. On compte 190 pays dans le monde, donc 190 gouvernements, auxquels s'ajoutent les villes et les municipalités, et enfin les entreprises privées. Pourquoi Amazon ne pourrait-elle pas devenir cliente d'Unifly ? »

Marc Kegelaers – Unifly

« Le Port d'Anvers est en train de constituer un fonds pour investir dans des startups logistiques qui travaillent dans la transition énergétique et digitale. Nous avons par ailleurs aussi investi dans NxtPort. Nous parlons à d'autres entreprises, que ce soit en seed ou en série A ou B.⁴ »

Erwin Verstraelen – Port d'Anvers

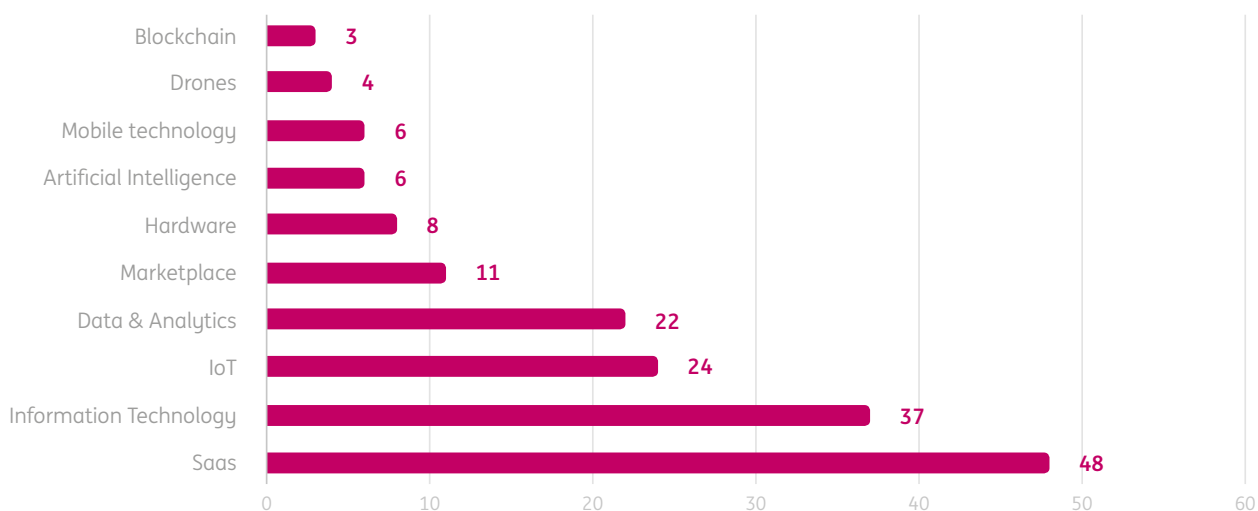
⁴ Seed, série A ou B sont des termes qui désignent des niveaux successifs de levées de fonds de plus en plus importantes.



5 Technologies

Sans surprise, les technologies les plus présentes dans la base de données de Startups.be sont SaaS et IoT. On remarquera que la blockchain et l'intelligence artificielle, qui bénéficient pour l'instant de toutes les attentions, ne sont pas encore très représentées dans cet échantillon.

Signalons encore que ce sont les startups elles-mêmes qui nous indiquent quelles sont les technologies qu'elles utilisent.



- Blockchain : technologie de stockage et de transmission d'informations ; transparente, sécurisée et fonctionnant sans organe central de contrôle ;
→ Ex : T-Mining - <https://t-mining.be/>
- Drones : aéronefs autonomes et/ou pilotés à distance ;
→ Ex : Unifly - <https://www.unifly.aero/>
- Mobile technology : logiciel qui tourne sur un appareil portable (téléphone ou tablette) ;
→ Ex : Shippr - <http://shippr.be>
- Artificial Intelligence : logiciel de traitement de données qui peut à la fois améliorer ses résultats en fonction de son expérience, et proposer des analyses prédictives ;
→ Ex : DC Brain - <https://www.dcbraint.com/>
- Hardware : production d'un outil ou d'une machine, le plus souvent connecté ;
→ Ex : Fit Things - <http://www.fitthings.be>
- Marketplace : place de marché, soit un site web qui permet de trouver des services ou solutions ;
→ Piggybee - <https://www.piggybee.com>
- Data & Analytics : traitement d'un grand ensemble de données ;
→ Ex : Proalliance - <https://www.proalliance.io/>
- IoT (Internet of Things) : objets connectés ;
→ Ex: Sensolus - <https://www.sensolus.com/>
- Information Technology : toute solution informatique ;
→ Ex : BrightEye - <http://www.brighteye.be>
- SaaS : un logiciel que l'on n'achète pas, mais dont on loue l'utilisation.
→ Ex : SupplyStack - <https://www.supplystack.com>

Témoignages

« Pour l'Administration des douanes, l'Intelligence Artificielle (IA) est la technologie de demain. L'essentiel du travail de la douane, c'est de l'analyse de risque : on ne peut pas tout contrôler, donc on ne contrôle que lorsqu'on a des doutes. L'IA sera évidemment une aide précieuse pour prédire quand et où on doit effectuer ces contrôles. »

Chris De Clerck – Administration des douanes

« Une technologie comme la blockchain ne va pas changer le monde dans les 3 ans. On a déjà connu dans le passé des technologies qui allaient tout bouleverser, on a vu ce que ça a donné. Mais à terme, cela va imprimer des changements profonds que l'on verra peut-être dans 10 ans. »

Erwin Verstaelen – Port d'Anvers

« Les véhicules autonomes vont arriver, c'est certain. La grande interrogation, c'est la législation qui va devoir accompagner cette évolution. »

Erik Lamoral – H.Essers

« Les camions autonomes nous posent un sérieux problème : comment fait-on pour les contrôler ? Concrètement, comment les douaniers arrêtent-ils un camion autonome sur la route ? En plus, s'il appartient à un opérateur étranger, nos moyens d'actions sont limités. »

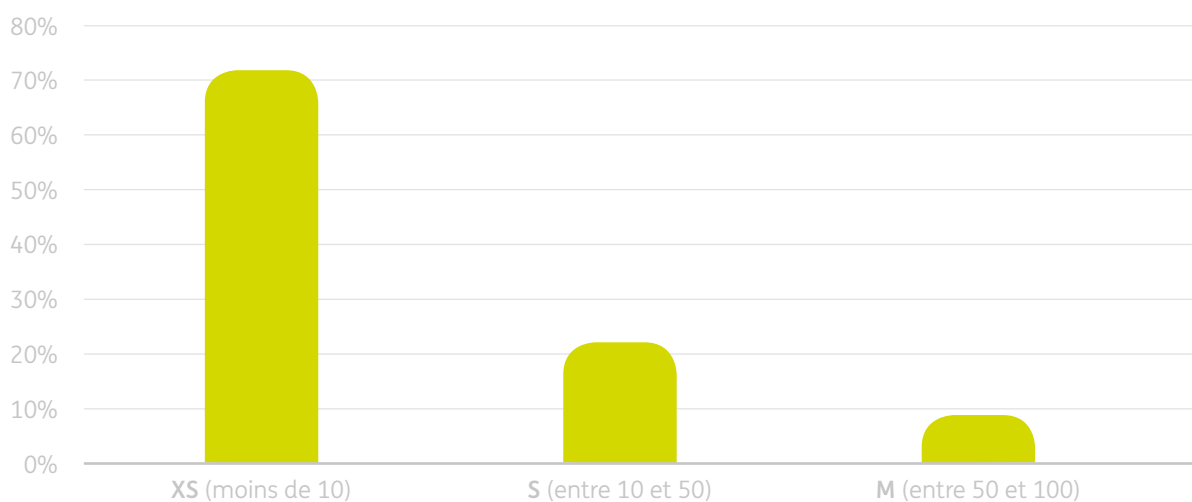
Chris De Clerck – Administration des douanes





6 Employés

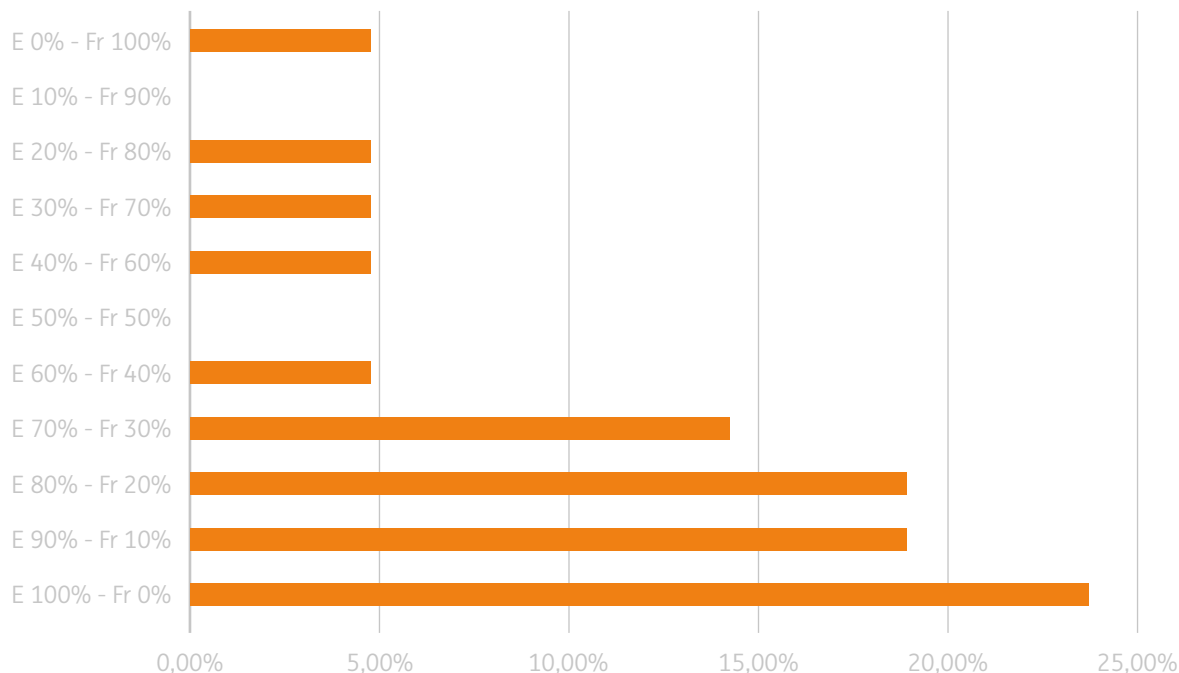
L'essentiel des startups sont de très petites entreprises avec moins de 10 travailleurs. Ces chiffres sont en ligne avec les autres écosystèmes de startups en Belgique.



Ces données nous ont été fournies en open data par la Sécurité sociale. Elles ne permettent donc pas d'évaluer le nombre de freelances occupés dans les entreprises concernées. Notre étude qualitative permet cependant de mieux approcher la réalité de l'emploi au sein des startups.

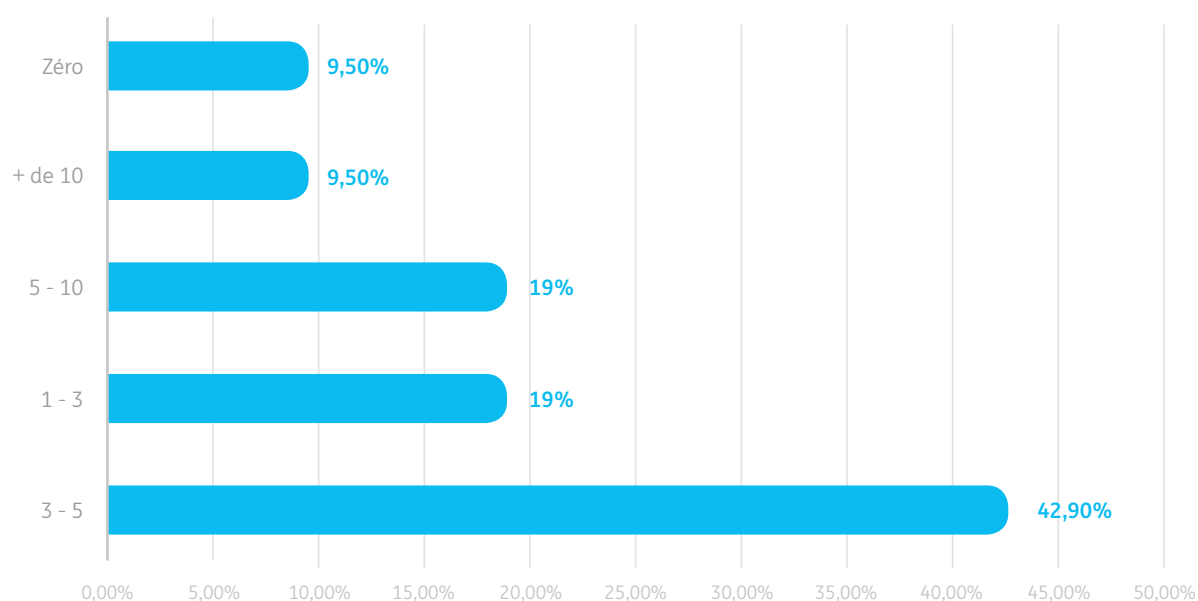
Nous avons interrogé les startups sur le ratio freelances/employés au sein de leurs équipes. Près de 80 % des startups utilisent des freelances, comme le montre le graphique ci-dessous. Ce n'est pas propre à l'industrie logistique, puisqu'il s'agit d'une des tendances lourdes du secteur des nouvelles technologies. Il est assez probable que nous assistions aussi à une véritable mutation du monde du travail.

Quel est le ratio freelances (Fr)/employés (E) dans votre équipe ?

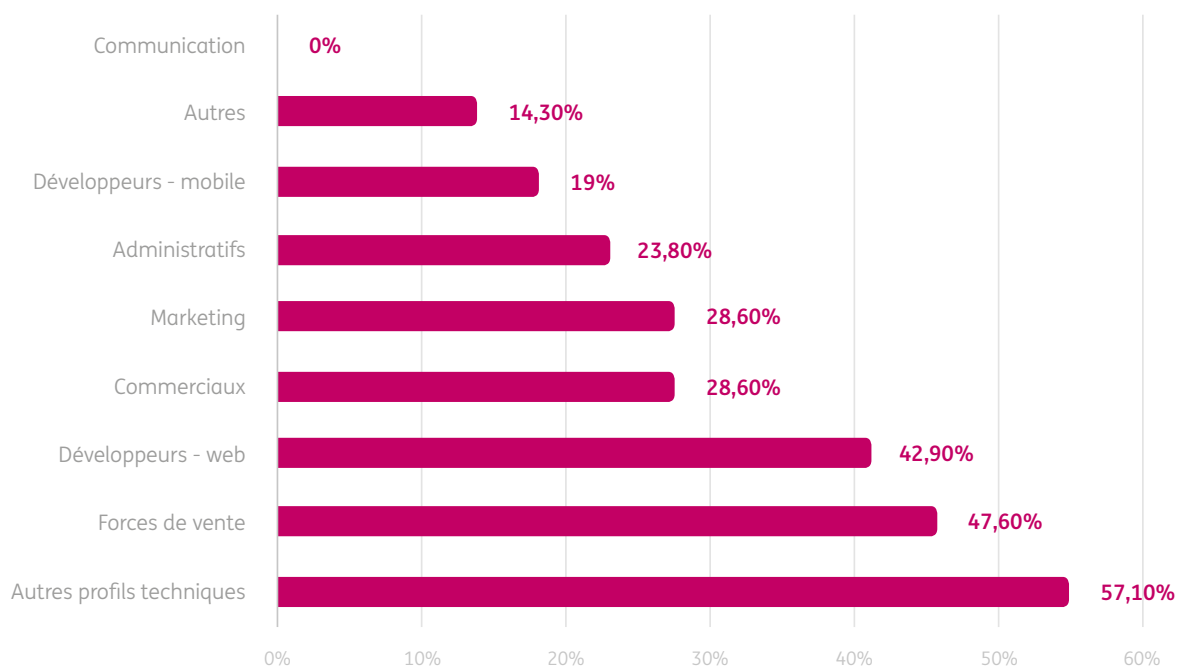


L'immense majorité des startups envisagent de recruter dans l'année qui vient. C'est le signe d'une bonne santé économique et d'un dynamisme certain.

Combien de personnes pensez-vous recruter dans les 12 prochains mois ?



Quels profils recherchez-vous ?



Les profils les plus recherchés se retrouvent dans la catégorie « forces de vente » et « techniques » de type développeurs et ingénieurs ou business consultants.

Témoignages

« La main d'œuvre disponible dans notre secteur est dramatiquement en baisse. Dans le port d'Anvers par exemple, le job d'expéditeur est de loin le plus demandé. Par conséquent, nous devons rendre le métier plus attrayant auprès des talents. C'est aussi pourquoi Gosselin Logistics se positionne aujourd'hui davantage comme une "customer service company", nos services dépassent la pure expédition. »

Geert De Wilde – Gosselin Logistics

« Notre défi, c'est de trouver les talents, dans tous les domaines et pour toutes nos activités. Le secteur logistique est très concurrentiel. Ne pas être efficace, c'est la certitude de perdre des emplois. »

Erik Lamoral – H.Essers

« Un des grands enjeux de notre secteur, c'est le développement de la compétence logistique au sein des PME industrielles. Les grands groupes ont tous leurs logisticiens, mais ce n'est pas le cas des PME, certainement en Wallonie. La conséquence, c'est qu'une multitude d'opérations logistiques ne sont ni optimisées, ni planifiées. »

Bernard Piette – Logistics in Wallonia



7 Interviews des stakeholders

Steven Polmans, Head of Cargo & Logistics Brussels Airport Company

Steven Polmans, Head of Cargo à Brussels Airport, nous reçoit dans ses bureaux situés au beau milieu de Brucargo. Autour de nous, des entrepôts et des camions à perte de vue, et les pistes de l'aéroport, bien entendu. Steven est à l'origine du projet BruCloud, la plateforme communautaire d'échange de données mise en place par BAC pour la communauté cargo.

Où en êtes-vous dans la digitalisation de vos activités ?

D'une manière générale, je dirais que la digitalisation dans le secteur de la logistique est encore devant nous. Ça commence, mais c'est récent. Nous sommes à l'aube de grands changements dans ce secteur.

Le transport aérien représente 0,5 % de la logistique mondiale. Mais la valeur des biens que nous transportons équivaut à 35 % de la valeur totale des biens transportés.

Cela signifie que lorsque les biens sont chers ou qu'ils doivent être livrés rapidement, le transport aérien est souvent la meilleure solution.

Plus que tout autre moyen de transport, nous sommes dans une chaîne logistique très fragmentée. C'est la raison pour laquelle des entreprises telles que FedEx ou DHL Express ont réussi à prendre une telle part de marché, parce qu'ils sont capables de présenter une chaîne intégrée d'un bout à l'autre.

De plus, le transport aérien n'a pas de concurrence sur son segment. Si la livraison doit être rapide, il n'y a pas d'autres choix que le transport aérien. Il n'y a donc pas de pression extérieure pour travailler de manière plus performante.

Mais chacun sait que tout a toujours une fin. On voit arriver des acteurs comme Alibaba ou Amazon, et là, on se dit qu'on doit bouger. Le seul paramètre sur lequel on peut avoir de l'impact, c'est l'intégration de tous les maillons de la chaîne. En d'autres mots, il faut intégrer virtuellement et partager les données entre les acteurs.

Nous avons donc regardé comment créer une plateforme qui va non seulement digitaliser les process dans notre communauté locale, pour dégager des bénéfices opérationnels pour nos stakeholders, mais aussi générer de nouvelles applications grâce au partage des données. C'est BruCloud.

Quelles solutions apporte votre plateforme ?

Prenons un exemple très simple : les temps d'attente. Il faut s'imaginer deux types d'acteurs en présence : les manutentionnaires, qui chargent et déchargent les avions, et les expéditeurs. Les expéditeurs, à un moment de pointe comme le vendredi soir, se bousculent pour décharger leurs marchandises. Il existe déjà des systèmes de réservation, mais les expéditeurs ne veulent pas utiliser 4 ou 5 systèmes différents. Nous avons donc créé un système de réservation unique qui rassemble les données de tous les manutentionnaires et des expéditeurs de manière à pouvoir régler et suivre les livraisons via un seul système.

Autre exemple : nous travaillons beaucoup avec les transporteurs spécialisés dans le pharmaceutique. Nous avons donc rassemblé les données des clients pharma et créé un tableau de bord très simple qui permet à chacun de mieux suivre leurs opérations et de repérer les erreurs. Il en est ressorti que 90 % des erreurs étaient les mêmes pour toutes les entreprises. **Le fait d'avoir mutualisé les données a permis de dégager des modèles (patterns) et d'améliorer la qualité des services pour tous.**

Le plus important pour nous, c'était de construire une plateforme qui permette de partager les données au sein de notre communauté, et qui rende des services opérationnels

concrets : quand nous sommes allés voir les transporteurs en leur disant que nous allions diminuer de moitié les heures d'attente de leurs camions, ils ont immédiatement accepté, bien entendu.

Etes-vous confrontés à des problèmes de "legacy system" dans vos projets de digitalisation ?

Nous essayons toujours de développer nos applications indépendamment des legacy systems. Nous sommes principalement intéressés par les données que nous voulons intégrer dans notre plateforme. Si nous butons sur les legacy systems, nous entamons directement les discussions au niveau du groupe. Pour la plupart de nos clients, qui sont des multinationales, ces aspects ne sont même pas traités en Belgique.

Quel est l'impact de la régulation ?

Vous connaissez la formule : « L'Amérique innove, la Chine copie et l'Europe régule ». La régulation en Europe ne rend pas les choses faciles. Plus spécifiquement, en Belgique, la complexité institutionnelle des différents niveaux de pouvoir donne une image d'instabilité de la régulation qui ne favorise pas l'investissement et l'innovation.

Etes-vous prêts à faire du Corporate Venturing, et à éventuellement prendre le contrôle d'une startup ?

C'est possible. Une petite entreprise de développement de software ayant mis au point un logiciel qui pourrait s'intégrer dans notre plateforme est à la recherche de fonds. Nous sommes en discussion avec elle.

Nous nous demandons également si notre plateforme BruCloud ne devrait pas être filialisée. Cela lui donnerait plus de liberté, mais aussi plus d'opportunités et de moyens. Nous y réfléchissons.

Quelles sont vos initiatives dans la blockchain ?

Nous allons lancer une application Blockchain qui va gérer le transfert de documents entre les manutentionnaires et les expéditeurs. C'est la première application blockchain au monde dans le secteur du cargo aérien.

Voyez-vous des initiatives intéressantes à l'étranger ?

Pas vraiment. Nos projets reçoivent des marques d'intérêt de collègues du monde entier. Tout le monde y pense, mais les réflexions ne sont pas encore abouties. La complexité de ce que nous avons réalisé dans notre communauté ne doit pas être sous-estimée. Comme je l'ai dit, nous sommes les premiers à lancer une application blockchain, alors que d'autres initiatives ailleurs dans le monde en sont encore à la phase conceptuelle.

Beaucoup de grandes entreprises travaillent sur des projets plus ou moins similaires, à une différence près, et elle est fondamentale : ces entreprises cherchent essentiellement à fidéliser leurs clients. Aucune d'elles ne s'est fixé le même objectif que le nôtre : partager les données et agir pour plus de transparence dans l'ensemble de la communauté.

A man with short brown hair and a light beard, wearing a dark grey sweater over a white collared shirt, stands with his arms crossed. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a plain, light-colored wall with a red circular shape on the left side.

« Nous sommes les premiers à lancer une application blockchain dans le secteur aérien, alors que les autres sont encore en phase de réflexion. »

Erik Lamoral, CIO – H.Essers

Erik Lamoral, CIO d'H.Essers, un des plus gros logisticiens de Belgique et acteur majeur en Europe, nous reçoit près de Genk, au siège de la compagnie. Pour y arriver, nous roulons pendant plusieurs kilomètres le long des entrepôts d'H.Essers. Cela donne une idée de la taille de l'entreprise.

Où en êtes-vous dans la digitalisation de vos activités ?

Une grande partie de nos activités sont digitalisées. Aujourd'hui, on ne peut plus proposer des services papiers aux clients. **Aussi bien dans nos activités de transport que de warehousing, l'IT est au cœur de nos opérations.** Mais nous ne sommes qu'un maillon de la chaîne logistique. Cela signifie que l'intégration de nos services dans les systèmes de nos clients est elle aussi au cœur de nos activités depuis des années.

Pour vous donner une idée, nous publions une version majeure de notre software toutes les six semaines.

L'ensemble de notre informatique a été développée en interne. Bien entendu, nous avons recours aux services de tiers pour des développements spécifiques, mais nous gardons la main sur l'ensemble. Notre département IT compte plus de 100 personnes.

Travaillez-vous avec des startups ?

Oui, nous travaillons sur des projets spécifiques, par exemple un projet d'inventaire de stock qui utilise la technologie de la vision.

On rencontre aussi bien des startups qui ont développé un produit pour répondre aux attentes des clients que des startups qui sont parties de leurs compétences technologiques. Malheureusement, bien souvent les produits sont tellement simplifiés qu'ils ne sont pas à la hauteur de la complexité de nos problématiques. Ce ne sont donc que des solutions à une partie du problème.

Pour nos deux activités principales, transport et warehousing, je vois un très grand potentiel au niveau technologique, mais les solutions directement utilisables sont encore limitées. La plupart tourne autour de l'IoT et du track & trace.

Quels sont les grands défis dans votre métier ?

Pour nos clients, le plus grand défi est très clairement la visibilité du supply chain au sens large. Concrètement, cela signifie que nos clients sont en demande d'une vision holistique de tout ce qui se passe dans la chaîne logistique.

Seriez-vous prêts à vous inscrire dans une plateforme synchromodale ?

Nous sommes nous-mêmes fortement impliqués dans ce type de solutions. Dans le monde du transport, il y a de gros acteurs et un grand nombre de petits acteurs. C'est une de spécificités de ce secteur. Il faudrait donc que tous ces acteurs partagent leurs données. C'est bien la question : tout le monde est-il prêt à cette transparence ?

Nous souhaitons être à la tête de ce type de plateforme. Nous fournissons d'ailleurs un service à nos clients, que

nous appelons Lead Logistics Provider, qui consiste à prendre en charge la marchandise pour le compte du client et à gérer toute la chaîne jusqu'à la livraison finale.

Quelles sont les technologies qui auront le plus d'impact dans les années à venir, selon vous ?

Je pense d'abord à l'intelligence artificielle, parce que celle-ci va nous permettre d'approcher la complexité de notre métier d'une autre manière.

L'IoT existe déjà depuis des années, il existe des solutions de track & trace depuis longtemps. Elles ont beaucoup d'avantages, mais aussi quelques inconvénients : couverture, roaming, autonomie, etc. La couverture nationale de Sigfox et Lora est satisfaisante, mais à l'international ce n'est pas encore au point. Or H.Essers est présent partout, en Europe de l'Est, etc.

On suit pour l'instant les véhicules, mais si on veut tracer les biens, il va aussi falloir que le prix de ces senseurs baisse.

Les véhicules autonomes vont arriver, c'est certain. Mais la grande question est de savoir quelle législation accompagnera cette évolution.

Enfin la blockchain est intéressante, mais elle apporte autant de questions que de réponses. Selon moi, de nombreuses solutions apportées par la blockchain peuvent aussi être trouvées sans y avoir recours. Dans d'autres cas, comme l'échange de documents, les autorités publiques joueront un grand rôle. Comment ? Grande question, là encore. Cela devra se faire dans un contexte international.

Voyez-vous des solutions à la fragmentation de la chaîne logistique ? On dit que pour transporter une marchandise au-delà des océans d'un point A à sa destination, il faut compter 200 interactions et 30 intervenants.

Je ne crois pas que la technologie soit le problème. La technologie peut fortement soutenir la simplification, à condition que l'ensemble de la chaîne soit alignée. C'est à ce niveau-là que se situe le défi : la coordination des différents stakeholders. Il y a un vrai besoin que le politique s'implique pour créer un cadre acceptable.

Quel sera l'impact de la digitalisation sur l'emploi ?

La digitalisation pourrait nous faire gagner en efficacité sur les tâches administratives. En termes d'emploi, ce sera certainement compensé par la croissance. Nous sommes une société encore en croissance, et notre défi, c'est de trouver les talents, dans tous les domaines et pour toutes nos activités.

Le secteur logistique est très concurrentiel. L'efficacité, c'est la garantie de la préservation de l'emploi et de la croissance.

« Nos clients sont en demande d'une vision holistique de la chaîne logistique. »



Joost Uwents, CEO - WDP

Nous sommes accueillis par Joost Uwents, CEO de WDP, une entreprise établie à la périphérie de Bruxelles, leader au Benelux dans le développement et la location de projets de warehouse clés sur porte. WDP gère près de 4 millions de m² dans le Benelux, en France et en Roumanie pour des clients tels que DHL, Greenyard, Carrefour, etc.

Comment voyez-vous la digitalisation dans votre secteur, et plus particulièrement chez WDP ?

Notre business est encore assez traditionnel. Pas de vraie disruption à l'horizon. WDP a décidé de ne pas l'attendre, et de prendre le parti de la digitalisation : d'abord la partie facile, c'est-à-dire dans tout ce qui est administratif, financier, tout l'aspect back office. **Si nous sommes passés d'1 milliard à 3 milliards d'assets, c'est entre autres grâce à tout notre travail de digitalisation.**

Ensuite, nous travaillons au développement d'une app, MyWDP, pour communiquer directement avec nos clients. Le client y retrouve son contrat, ses factures, le détail de ses factures de consommation, mais il peut aussi poser directement des questions. On y a introduit un système de ticketing qui assure le suivi de la gestion des problèmes.

Enfin, nous utilisons aussi le marketing digital pour communiquer vers nos prospects.

Nous sommes actuellement en phase de développement d'un nouveau système de monitoring de la consommation énergétique. Ce système est développé en collaboration avec une startup, Nanogrid. Le but, c'est que pour la fin de l'année, nous soyons en mesure de connaître précisément la consommation énergétique de nos clients dans l'ensemble du portefeuille pour nous permettre de déployer de nouveaux services. Dans la phase 2, il s'agira par exemple d'optimiser la consommation de nos clients, de leur permettre de réduire leurs factures, et aussi d'utiliser plus d'énergie verte générée par les panneaux solaires que nous installons sur nos immeubles. Cela va aussi impliquer une réduction de l'empreinte carbone, aussi bien pour WDP que pour nos clients.

Jusqu'à présent je n'ai parlé que de nos projets de digitalisation, en tant que Warehouse managers. Dans le reste de la chaîne logistique, il y a encore beaucoup de choses qui doivent changer. Un premier grand changement, très positif pour notre secteur, a déjà eu lieu : la logistique, qui était une « commodity » est devenue aujourd'hui un « game changer ». **Il y a dix ans, la logistique et le stock était de la responsabilité du CFO qui y collait quelques KPI financiers. Aujourd'hui, la supply chain fait vraiment la différence pour les entreprises. Les KPI ne sont plus financiers, mais concernent la satisfaction du client, la rapidité de livraison, etc...**

Dans toute la chaîne logistique, la partie transport est encore très inefficace. Par exemple, on estime que 40 % des camions roulent sans être chargés à plein. Autre exemple : le « Last Mile Delivery », la livraison au client final, n'est absolument pas rentable.

Le client est habitué à recevoir une gratification immédiate, de l'impulsion d'achat à la livraison chez lui. Aujourd'hui, la livraison à domicile est souvent gratuite. Or, objectivement, elle a un coût. Dans moins de 10 ans, le client devra accepter de payer pour ce service.

Est-ce qu'on vous demande aussi souvent de prendre en charge les aménagements et l'automatisation des entrepôts ?

De plus en plus, les clients nous demandent de prendre cela en compte. **Nous voyons beaucoup de projets dans lesquels les investissements sont à 50/50 : 50% pour le bâtiment, 50% pour les coûts d'aménagement.** Les modes de consommation ont changé. Un exemple tiré du secteur alimentaire : auparavant, on achetait un sac de 5 kilos de pomme, aujourd'hui on veut les choisir à la pièce. Le process logistique est complètement différent. Le stockage a dû s'adapter à ces nouveaux besoins, et cela demande des investissements d'aménagement beaucoup plus lourds. C'est la raison pour laquelle nous recevons de plus en plus de demandes de prise en compte de l'aménagement des bâtiments aussi bien que des bâtiments eux-mêmes.

Tous les aspects sécurité et accès au bâtiment restent de la responsabilité du client. Chaque client a ses propres standards de sécurité et ses propres process, surtout les grands clients internationaux. Nous les aidons, évidemment, mais ce sont eux qui s'en occupent.

Etes-vous impliqués dans ce qu'on appelle l'Urban Logistic, la création de hubs logistiques spécifiques pour servir les grandes villes ?

Nous parlons plutôt « d'agglologistique ». Il n'y a pas de grandes villes dans le Benelux, pas comme Londres ou Paris. La population du bassin parisien par exemple est équivalente à toute la Belgique. Nous avons chez nous des agglomérations. Il y a un hub dans le Randstad en Hollande sur l'axe La Haye - Utrecht - Rotterdam - Amsterdam. Nos clients peuvent livrer leurs clients finaux dans ces différentes villes à partir de là. Il n'est pas nécessaire d'établir un hub à Bruxelles ou à Anvers pour servir ces villes. On peut très bien les servir toutes les deux à partir d'un hub à Londerzeel par exemple.

Mis à part cela, il y a bien entendu de l'urban logistic. Nous avons réalisé des centres pour bpost à proximité des villes par exemple. Ce sont plutôt des systèmes hybrides : le rez-de-chaussée est consacré au stockage, tandis qu'aux étages on retrouve des logements ou des kots d'étudiants.

Travaillez-vous avec des startups pour le développement de nouvelles technologies ?

Nous avons demandé à EY de nous présenter des startups qui pourraient être intéressantes. Nous restons également et surtout attentifs sur le terrain, au plus proche de nos clients. **Nous sommes même prêts à entrer dans le capital d'une startup, si cela a de la valeur ajoutée pour elle et pour nous. Nous sommes ouverts.**

Ça reste compliqué de choisir la bonne technologie et la bonne startup. Dans notre projet sur l'energy monitoring, nous avons essayé deux ou trois startups avant de finalement opter pour Nanogrid. Je dirais qu'il ne faut pas faire trop compliqué. Il faut que cela reste opérationnel. Et puis ce qui était bien il y a trois ans ne l'est peut-être plus aujourd'hui. Par contre, ce qui était très cher à développer il y a trois ans est aujourd'hui tout à fait abordable.

Voyez-vous des différences entre la Belgique et les pays voisins ?


En Hollande, il y a eu beaucoup plus d'investissements dans la logistique et les technologies ces dernières années. Les nouveaux projets d'e-commerce se sont tous installés en Hollande ou en Allemagne. On cite toujours le coût du travail, mais ce n'est pas uniquement cela. La qualité des infrastructures, aussi bien virtuelles que matérielles, l'organisation du transport, la multimodalité, tous ces avantages sont décisifs. Mais au-delà de cela, on retrouve aussi les sociétés IT qui vont gérer ces sites d'e-commerce, des studios photo spécialisés pour tirer des pack-shots des produits vendus sur ces sites, etc. C'est tout un écosystème qui est en place.

En guise de conclusion, quelles sont les grandes tendances que vous voyez dans le warehousing ?

Nous surveillons l'apparition de camions électriques autonomes. Cela pourrait avoir un impact important sur la localisation de nos entrepôts. Aujourd'hui, celle-ci est en partie conditionnée par le transport et la mobilité, mais avec des camions électriques autonomes qui roulent la nuit par exemple, la localisation de nos entrepôts serait bien moins importante.

L'impression 3D pourrait aussi avoir un impact, parce que selon moi, cette technologie rapprocherait à nouveau la production de l'entreposage. On pourrait imaginer des entrepôts de WDP avec des espaces réservés pour les imprimantes 3D.



A close-up portrait of a middle-aged man with dark hair, smiling broadly. He is wearing a grey suit jacket, a light blue patterned shirt, and a blue tie. The background is a soft-focus outdoor setting with greenery.

*« La logistique,
qui était une
« commodity » est
devenue aujourd'hui
un “game changer.” »*





**« Nous sommes
en train de
créer un fonds
d'investissement
pour accompagner
la transition digitale
et énergétique. »**

Erwin Verstraelen, CIO - Port d'Anvers

Erwin Verstraelen, Chief Digital and Innovation Officer du Port d'Anvers, l'entreprise qui gère le deuxième plus grand port d'Europe, nous reçoit dans le magnifique bâtiment futuriste conçu par Zaha Hadid, une proue de navire de verre et d'acier qui surplombe l'ancien siège social, comme pour indiquer que l'innovation et le futur se construisent toujours sur des bases solides.

Quels sont les objectifs stratégiques du Port d'Anvers, et quels sont les moyens digitaux mis en œuvre pour les atteindre ?

Le Port d'Anvers a développé récemment une stratégie sur trois ans. Cette stratégie a défini 5 objectifs :

1. Une croissance soutenable, c'est-à-dire veiller à ce que le port connaisse une croissance interne mais aussi externe grâce aux partenariats avec d'autres acteurs.
2. La mobilité, aussi bien des personnes que des marchandises. Il y a 60 000 employés qui fréquentent le site chaque jour. Pour l'instant, plus de 90 % le font en voiture. Un changement de modalité est donc plus que souhaitable. Nous investissons donc pour favoriser les différents types de transport en commun : bus, vélos ou navettes maritimes. Ensuite, le transport de marchandises, qui est notre cœur de métier. 53 % des marchandises qui transitent par le port passent par la route, 38 % par péniches et 6 % par les chemins de fer. Notre plan stratégique vise à amener ce dernier à 12 %. Nous comptons aussi atteindre les 40 % de transport par péniches. Une augmentation de 2 %, cela semble peu, mais vu les problèmes de congestion que nous connaissons, ce sera déjà pas mal. **Nous parions sur une meilleure coordination et planification des différents acteurs, principalement sur le plan de la gestion des containers.**
3. La transition, terme qui recouvre plusieurs aspects : la transition énergétique, évidemment, le développement de l'économie circulaire et la mise en place d'un écosystème digital. Ce dernier va nous permettre de rendre plus efficace la supply chain dans et autour du port.
4. La sécurité et la sûreté. Il s'agit ici de renforcer la culture de sécurité et de sûreté, mais il s'agit aussi et surtout de « business continuity et disaster recovery ». Ce dernier aspect a pour but un redémarrage rapide des opérations après un accident. La cybersécurité fait partie de ce plan.
5. **L'efficacité opérationnelle : nous voulons travailler de manière beaucoup plus transversale, et pour cela, nous devons optimiser nos processus.**

Ces cinq objectifs stratégiques recouvrent 15 programmes stratégiques et 70 projets. Il faut bien comprendre ces objectifs dans le cadre de notre rôle d'autorité portuaire. Classiquement, l'autorité portuaire couvre quatre rôles : celui de propriétaire terrien, celui d'opérateur, celui de régulateur et enfin celui de « community builder ». La transformation digitale concentre l'attention sur ce dernier rôle. C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre les diverses initiatives auxquelles nous participons : Nxtport (www.nxtport.eu), l'accélérateur de startups PortXL (<https://portxl.org/be/>), l'organisation d'hackatons (www.chainporthack.com) et l'écosystème IoT The Beacon (www.thebeacon.eu).

Que signifie pour vous la digitalisation dans le contexte portuaire ?

Il y a deux manières d'aborder la question.

1. Inside-out : en tant qu'autorité portuaire, que pouvons-nous faire pour digitaliser les processus entre les différents acteurs logistiques présents et mieux assurer le lien entre eux ? **L'impact de la digitalisation est le plus fort lorsqu'elle est appliquée de manière transversale, quand les besoins de tout le monde sont pris en compte.** Un exemple concret : le partage en temps opportun du « next mode of transport » d'un container peut faciliter la gestion de celui-ci à un

opérateur portuaire. Cette information existe, mais elle n'est pas partagée parce que son propriétaire n'en voit pas l'utilité. Ce qui apparaît, c'est que de nombreux processus logistiques auraient avantage à mieux partager les données. C'est aussi la tâche d'une plateforme comme Nxtport qui connecte de manière digitale les différents acteurs dans et autour du port.

2. Outside-in : pouvons-nous apprendre de ce qui se passe autour de nous ? L'innovation digitale est d'autant plus forte si vous laissez d'autres vous challenger et proposer de nouvelles idées. C'est le cas de PortXL et The Beacon. De là aussi notre partenariat avec l'université d'Anvers, la Ville d'Anvers et Imec.

La finalité de la digitalisation pour nous, en tant que propriétaire, opérateur et régulateur, c'est de créer le système nerveux digital du port. Avec 120 km², le port d'Anvers est un des plus grands du monde en termes de superficie. Nous parvenons à le gérer, entre autres, via un réseau de capteurs qui transmettent des données en continu depuis le port via notre propre réseau IoT. Nous sommes aussi en train d'installer des caméras intelligentes qui vont alimenter les données sur les moyens de transport. Nous possédons donc un portfolio d'innovations digitales qui couvrent tous les aspects de la vie du port.

Au travers de ces innovations, nous ne nous soucions pas que de nous-mêmes, nous cherchons à aider l'ensemble de la communauté portuaire.

Etes-vous prêts à investir dans des startups ?

Nous sommes en train de mettre sur pied un fonds pour accompagner la transition énergétique et digitale. Nous avons également déjà investi dans Nxtport.

Nous sommes en discussion avec d'autres entreprises, à différents stades de développement.

Avez-vous déjà rencontré des désillusions avec des projets de transformation digitale ?

Non, pas vraiment. Quand on réalise un Proof of Concept (PoC), on sait bien que le résultat peut être différent de ce qui était espéré. Un échec est aussi une façon d'apprendre. Heureusement, la plupart des PoC sont couronnés de succès. C'est juste une question d'oser expérimenter, même si la technologie n'est pas encore suffisamment mûre pour devenir mainstream.

Quelles sont selon vous les tendances pour les prochaines années ?

La blockchain, sans aucun doute, mais à un rythme plus lent que celui attendu. L'Intelligence Artificielle aussi, bien entendu. Jusqu'à aujourd'hui, l'utilisation des données a toujours été considérée d'un point de vue opérationnel. Grâce à l'intelligence artificielle, nous pourrions utiliser les données de manière prédictive.

Une dernière remarque ?

Maersk a conduit une étude l'année passée. Ils ont suivi un container d'avocats depuis l'expédition jusqu'à la livraison. **Ce qui est apparu, c'est que sur toute la chaîne, trente entités diverses ont été impliquées et 200 échanges d'informations ont eu lieu. C'est la raison pour laquelle 50 % du coût du transport par container est d'origine administrative. Cela en dit long sur le potentiel de digitalisation.**

Geert De Wilde, Managing Director - Gosselin Logistics Marc Scheerlinck, Business Development Director - Logit One

Geert De Wilde nous reçoit en compagnie de Marc Scheerlinck. Logit One a développé la plateforme collaborative de Gosselin Logistics. Ils vont nous entretenir principalement de CrossTrades OBL et de la plateforme digitale logistique qui a été lancée cet été.

Marc Scheerlinck : Logit One voit trois grands défis à relever dans le monde logistique :

1. La visibilité, c'est-à-dire l'ensemble des solutions de track & trace que l'on peut appliquer pour connaître le statut et la position des marchandises et des containers. La transparence que l'on a introduite dans l'ensemble de la chaîne a permis d'améliorer nettement la visibilité sur le coût total des opérations.
2. La multimodalité, c'est-à-dire l'optimisation de l'acheminement des marchandises débarquées au Port d'Anvers, jusqu'à destination, par train, par route ou par voie fluviale, de la manière la plus durable et la plus économique.
3. La gestion du réseau d'expédition. Logit One travaille sur des technologies qui connectent les différents acteurs du monde logistique et leur permet de collaborer et d'échanger leurs données.

Geert De Wilde : La visibilité sur les containers est essentielle. C'est elle qui va nous permettre de convaincre d'autres acteurs de participer à des réseaux comme CrossTrades (CrossTrades OBL est un réseau qui connecte des acteurs logistiques du marché africain). **La traçabilité de nos containers à l'importation nous permet d'optimiser les flux, et aussi la disponibilité des containers à l'exportation. Auparavant, des containers pouvaient rester plusieurs jours à vide avant de repartir. Ce n'est plus le cas.** Ces outils nous permettent également de déterminer quel port de transit est fiable ou non, par exemple.

Historiquement, Gosselin Logistics a créé un réseau d'agents qui nous représentent dans 24 pays d'Afrique

sub-saharienne. Nous avons pris une participation dans le réseau Crosstrades OBL, avec un autre gros acteur belge, Ahlers, et un logisticien chinois, Syntrans. C'est un réseau unique qui réunit 70 partenaires et plus de 200 bureaux dans le monde. Depuis, nous avons développé avec Logit One une plateforme digitale commune pour tous les partenaires de Crosstrades, de manière à ce que le personnel puisse se concentrer uniquement sur le service client et la gestion des exceptions.

Après un an de travail, notre plateforme est maintenant prête, pour des containers entiers (Full container load). À la fin de cette année, nous serons prêts pour les chargements partiels (Less than Container load). Dans le courant de 2019, nous nous attaquerons à l'Airfreight.

L'objectif de tout cela, c'est de fournir de la rapidité. Si vous commandez un objet sur Bol.com ou Zalando, vous obtenez immédiatement le prix du transport. Si vous devez transporter une marchandise de la Chine vers l'Afrique, il y aura 7 ou 8 acteurs impliqués. Chaque partie devra fournir ses tarifs. Elles travaillent dans des fuseaux horaires différents, etc. Cela explique pourquoi dans cette industrie, obtenir une offre prend au minimum de 24 à 48 heures. Or, lorsque vous avez la possibilité de commander en ligne un container de meubles fabriqués en Chine et à livrer en Afrique, vous voulez connaître le coût du transport au moment de la commande. C'est précisément la solution que nous apportons grâce à la plateforme que nous avons lancée cet été. Nous avons négocié de manière centrale des volumes de transport que nous mettons sur le marché. Chaque partenaire ayant préalablement introduit ses tarifs, il sera possible de répondre beaucoup plus rapidement aux demandes des clients.



*« Notre personnel
doit se consacrer
au service client
et à la gestion des
exceptions. »*

Geert De Wilde

8 Interviews de startups

Jorik Rombouts, CEO - Rombit

Rombit développe des produits smart industry et smart city grâce à la technologie IoT (Internet of Things). La société est entre autres connue pour ses panneaux de signalisation "A Sign" et ses scanners de sites mobiles « BadgeControl ».

Quelle technologie aura le plus d'impact dans les 5 à 10 prochaines années ?

Dans le passé, le track & trace était dans une situation délicate, en raison de la courte durée de vie des batteries des capteurs mais aussi de la mauvaise communication dans les réseaux. Grâce à l'avènement de réseaux propres à l'IoT, il est également possible d'utiliser de telles solutions pour des marchandises plus petites, et non plus uniquement pour les conteneurs. Pourtant, encore aujourd'hui, presque aucun conteneur n'est tracé. La société Maersk a récemment commencé à surveiller les données de température et d'humidité dans certains conteneurs. **Dans les grandes entreprises, les changements ne se font pas du jour au lendemain. Maintenant que la technologie est au point, les changements devraient se concrétiser.**

Est-il vrai qu'il y a peu d'innovations dans la logistique en raison de la fragmentation ?

Pas complètement. La pression sur les marges est indéniable, mais il n'est pas irréaliste de dire que la digitalisation est lente parce que de nombreuses grandes entreprises préfèrent continuer à travailler comme par le passé. Depuis que Maersk a conclu un accord avec Alibaba et qu'Amazon a acheté Whole Foods, tout s'est accéléré. Il n'y avait pas encore de vrai marché pour la distribution des produits de ces géants, personne ne s'y intéressait. C'est en train de changer, ce qui est une bonne nouvelle pour Rombit, parce que nous pouvons aider.

Qu'est ce qui amène les entreprises chez Rombit ?

D'une part, elles sont demandeuses de solutions pour des aspects très concrets : maintenance prédictive, projets de planning ou IT industrielle. Prenons la numérisation d'un tuyau de dragage, par exemple. Le client nous présente un objet analogique, le tuyau, et souhaite recevoir des données s'y rapportant afin d'améliorer la planification. Nous attachons des capteurs à l'objet afin de pouvoir y accéder numériquement. Cela permet aux clients d'améliorer leur planification et de mieux cartographier les actifs.

D'autre part, certaines entreprises logistiques se demandent globalement comment se préparer pour l'avenir, sans savoir exactement ce qu'elles veulent. Nous rassemblons généralement toutes leurs données sur une seule plateforme et construisons un « pool de données » que nous préparons pour d'autres usages.

Est-il difficile de travailler avec de grandes entreprises ?

Au début, ça l'était. Les grandes entreprises portuaires ont leurs habitudes et voulaient rester à l'écart de l'innovation digitale le plus longtemps possible. Heureusement, beaucoup nous contactent spontanément aujourd'hui.

Attendez-vous beaucoup de projets IoT tels que City of Things à Anvers ?

Certaines de ces initiatives sont encore très précoces, mais j'y vois de l'intérêt, par exemple pour secouer la communauté.

La Belgique est-elle à la traîne sur le plan logistique ?

Nous sommes à la fois en avance et en retard. En Belgique, nous restons uniques sur certains plans, nous avons **par exemple un certain nombre de grandes entreprises**

que les Pays-Bas n'ont pas, comme KatoenNatie. En revanche, aux Pays-Bas, la législation sur la logistique a été rendue beaucoup plus souple, ce qui a facilité le travail et l'approvisionnement de nuit. Ce qui n'est pas le cas de la Belgique, qui n'utilise sa capacité autoroutière que pendant la journée, alors qu'il y a déjà tant d'embouteillages. Nous craignons, à juste titre, qu'en conséquence de cela les grandes entreprises portuaires se tournent vers Rotterdam. Sur le plan des conteneurs, le port d'Anvers fait par exemple de l'excellent travail, qui devrait nous permettre de rattraper Rotterdam.

Si l'on considère uniquement la numérisation, les Pays-Bas devancent-ils la Belgique ?

Oui, mais cela a ses avantages et ses inconvénients. Le port de Rotterdam est plus automatisé, mais moins efficace que celui d'Anvers. Il est préférable de travailler de manière semi-automatique, car le personnel est plus flexible que les machines.

C'est sur le plan de l'e-commerce que nous avons un problème. En Belgique, on achète énormément en ligne à des entreprises néerlandaises. En effet, aux Pays-Bas, les plateformes sont bien établies, grâce à une réglementation plus souple. Nos entreprises, en particulier les PME, ont tendance à craindre le changement, les mentalités doivent évoluer.

Quel a été le tournant pour Rombit ?

Principalement les missions commerciales avec la ville d'Anvers, avec Startups.be, avec VOKA et les chefs d'entreprise locaux. Ces chefs d'entreprise comprennent les avantages de la numérisation lorsqu'ils participent à de telles missions. Comme je suis l'un des rares jeunes qui y participe, jusqu'à 80 % de mon chiffre d'affaires est réalisé grâce aux contacts que j'ai noués avec des personnes dans le cadre de telles missions commerciales.

Pour quels défis logistiques les solutions numériques ne sont-elles pas encore disponibles ?


Il y a beaucoup à faire sur la terre ferme, mais sur le plan maritime, les problèmes de connectivité rendent les choses difficiles. Il n'y a pratiquement pas de satellites disponibles pour le secteur maritime, donc pas de 4G. Même avec de petits emballages tels que les boîtes et les palettes, il y a encore une grande marge d'amélioration. **Toutefois, les capteurs et les batteries sont de plus en plus petits, ce qui signifie que les contrôles de qualité et d'humidité vont rapidement devenir une réalité.**

Qu'est-ce qui rend difficile le déploiement d'un projet chez un client ?

On créera encore de nombreuses plateformes, dans le domaine de la planification logistique par exemple, parce que ces sociétés fonctionnent encore aujourd'hui très souvent par fax, e-mail ou même sur papier. Il est relativement facile de construire des plateformes de communication, la difficulté réside dans l'obtention et le traitement des données. Cela nécessite des réseaux IoT, des API et une blockchain pour la sécurisation. Ce n'est pas le développement informatique qui pose problème, mais bien tout ce qui doit se régler avant.

ect
ure

« 80% de mon chiffre d'affaires est réalisé par les contacts que j'ai eus pendant les missions économiques. »

A middle-aged man with glasses and a goatee, wearing a dark blue suit jacket over a checkered shirt, is speaking. He is holding a smartphone in his hands. The background is a blurred office or meeting room with a whiteboard and a computer monitor.

« Quand on pense à l'avenir de la logistique, on parle souvent de l'internet physique. »

Bart Vannieuwenhuysse, associé, co-fondateur - TRI-VIZOR

TRI-VIZOR a développé une méthodologie de cross supply chain grâce à laquelle elle connecte les entreprises logistiques. En effet, en regroupant les activités logistiques et en associant les flux de marchandises, il est possible de réaliser des économies d'échelle sur le plan des coûts, du service à la clientèle et du respect de l'environnement.

TRI-VIZOR est-il un intégrateur technique ?

Nous nous intégrons d'abord au niveau du business, car nous mettons en place des collaborations structurelles entre les parties. Les clients doivent faire un choix stratégique. Ce n'est qu'une fois que tout le monde est d'accord que les questions informatiques et juridiques sont prises en compte.

La collaboration entre Pepsico et Nestlé constitue un bon exemple. Ce sont deux multinationales qui, en Belgique, gèrent désormais leur distribution vers les supermarchés à partir d'une même plateforme. Le défi consistait à trouver les parties disposées à venir sur la même plateforme, sachant que les règles de concurrence ne leur permettent pas de connaître les volumes qu'elles gèrent, ni leurs activités commerciales. Les données arrivent chez nous, nous en faisons quelque chose de « smart » puis l'association est réalisée.

Avez-vous élaboré le logiciel vous-mêmes ?

À l'époque, nous avons développé une « tour de contrôle », mais il s'est avéré qu'il s'agissait d'une combinaison difficile. Nous étions alors le concepteur du logiciel et nous nous occupions des partenariats, ce qui a donné lieu à des conflits d'intérêts ; nous y avons donc mis un terme. Aujourd'hui, nous sommes un architecte de partenariats à plein temps ; nous travaillons en tant que fiduciaire.

La Commission européenne reconnaît de plus en plus ce rôle relativement nouveau étant donné qu'en tant que partie neutre, nous rendons le transport au niveau européen plus durable et utilisons au maximum les modes de transport alternatifs par le biais du groupage.

Avec ce modèle, c'est probablement difficile de croître....

Nous sommes dans le radar des grandes multinationales, mais nous sommes en effet dans un business de personnes. Notre métier ce sont les process, la gestion de process et la recherche de complémentarités. On ne peut pas automatiser une collaboration entre différentes entreprises.

Votre présence parmi les startups technologiques dans la logistique n'est-elle pas étrange ?

À vrai dire, nous n'avons jamais vraiment été guidés par les technologies de l'information. La collaboration consiste à convaincre les gens. L'informatique nous aide dans ce domaine, mais nous ne créons pas les applications nous-mêmes. Si nous l'avions fait, nous aurions probablement eu davantage de possibilités d'expansion, mais nous avons préféré nous concentrer sur l'aspect communautaire, indispensable, que nous avons identifié il y a dix ans déjà.

Quel projet avez-vous mis sur la table ?

Le projet que nous appelons aussi la « première collaboration horizontale orchestrée » était pour UCB et Baxter. Nous l'avons mis en place en 2011 et il est toujours considéré comme un cas de référence. Ces deux multinationales n'avaient pas assez de volumes pour s'occuper seules de leur transport en Europe, mais ensemble, avec un peu de coordination, elles ont pu remplir leurs camions.

Quels sont les écueils d'une collaboration entre deux grandes entreprises ?

Il nous est arrivé qu'un projet soit arrêté dans la dernière ligne droite parce que le décideur d'une des deux parties n'était pas assez impliqué. Depuis, nous vérifions régulièrement tout au long du processus que chacune des parties a fait son travail en interne, que tous les décideurs sont impliqués à chacun des stades de décision.

Au fil de mon expérience, ce qui me frappe le plus est que les gens sous-estiment souvent l'effort nécessaire à la mise en place d'un tel partenariat, non seulement pour nous, mais aussi pour les entreprises concernées.

Dans certains projets logistiques, nos pays voisins semblent être beaucoup plus avancés que la Belgique. Qu'en pensez-vous ?

Je trouve surtout que l'approche est différente. En Belgique, nous avons trop souvent ce réflexe conservateur, cette peur du risque. Le paysage des subventions aux Pays-Bas, par exemple, est plus généreux pour les innovations dans le domaine de la logistique.

De nombreuses startups belges se tournent vers l'étranger pour lever des fonds. Qu'en pensez-vous ?

Au cours des premières années, nous avons également eu des discussions avec des entreprises telles que PMV, mais nous ne sommes pas adaptés à leur modèle d'investissement. Une telle organisation vise une croissance exponentielle, et malheureusement nous ne pouvons pas l'offrir, parce que notre activité est basée sur l'humain.

Vous travaillez avec de très grandes entreprises. Quelles sont les tendances actuelles en matière de logistique ?

De grandes entreprises comme Pepsico externalisent leur logistique, mais on leur dit souvent que les transporteurs ne peuvent plus croître, qu'ils ne peuvent plus trouver de chauffeurs ou que les chauffeurs sont bloqués dans les embouteillages pendant trop longtemps.

C'est la raison pour laquelle beaucoup d'acteurs sont maintenant prêts à penser à de nouveaux systèmes automatisés et à des partenariats. Je pense notamment à la conduite en bloc, au platooning⁹, etc. Toutefois, les opinions divergent encore fortement, il faut travailler pour parvenir à un consensus.

Selon vous, quelle technologie aura le plus d'impact dans les 5 à 10 prochaines années ?

Je pense en particulier aux plateformes qui se connectent de manière à ce que des données puissent être partagées de manière intelligente, et à ce que des combinaisons intelligentes puissent en résulter.

Avez-vous un exemple d'un tel projet intelligent ?

Tous nos projets sont en partie « smart ». Nous travaillons actuellement avec un partenaire néerlandais sur une plateforme dans le secteur de l'horticulture ornementale. Le transport de ces plantes n'est pas efficace. En connectant les différentes parties, nous pouvons travailler de manière plus intelligente, plus efficace et plus durable.

Qu'est-ce qui est le plus intéressant dans la numérisation pour la logistique ?

Quand on pense à l'avenir de la logistique, on parle souvent de l'Internet physique. L'image finale est un paquet comportant un peu d'intelligence qui communique avec d'autres composants via l'IoT.

Un certain nombre de géants de l'internet tels qu'Amazon et Google veulent reprendre la logistique à partir d'un modèle d'entreprise différent. La question est de savoir si nous voulons laisser faire les choses ou prendre le contrôle nous-mêmes. Dans ce dernier cas, nous devons collaborer plus étroitement, combiner les flux de marchandises et réfléchir aux normes. Pour moi, il s'agit là d'éléments vers l'internet physique : on automatise tout, tout en optimisant pour partager la capacité au maximum."

⁹ Le platooning consiste à faire rouler en file indienne des camions à une vitesse constante. Ceux-ci doivent être équipés de la dernière technologie pour maintenir le rythme tout en assurant la sécurité. Dans un futur proche, le premier camion de la file sera aux mains d'un chauffeur, tandis que les suivants seront autonomes.

Kristoff Van Rattinche, CEO - Sensolus

Sensolus est une startup basée à Gand qui développe des systèmes track & trace sur le réseau Sigfox IoT. La devise de Sensolus ? L'IoT doit être petit, accessible et prêt à l'emploi.

Quelles sont, selon vous, les principales tendances dans le secteur de la logistique ?

Nous remarquons que les entreprises logistiques deviennent nerveuses maintenant que la direction prise par Amazon et Alibaba est claire. Cela dit, il nous sera possible de fournir des services de qualité, même s'il faudra une coopération plus étroite entre les différents acteurs (de niche) dans chaque segment de la chaîne logistique.

Cela nécessite un échange d'informations sans faille. En outre, nous voyons que le colis devient le porteur de l'information. Il est inutile de générer de grandes quantités de données. Les « small data » sont suffisantes. Ce que l'on veut savoir, c'est où se trouve un colis au départ et à l'arrivée.

Les « smart contracts » et la blockchain sont certainement une opportunité. Vous pouvez utiliser une blockchain pour vérifier la valeur légale des contrats et des pénalités (si les colis ne sont pas livrés à temps, les pénalités sont envoyées automatiquement), et les données peuvent être cryptées de bout en bout.

Nous avons également remarqué que des plateformes sur lesquelles des données sont partagées telles que NxtPort et City of Things se multiplient. Les startups fournissent souvent la source de ces données, par exemple grâce à des solutions IoT. Il est essentiel de créer de la visibilité dans les processus logistiques, afin que les différents acteurs puissent mieux travailler ensemble. Nous sommes au-delà de la phase R&D ; c'est maintenant vraiment possible.

La fragmentation du secteur conduit-elle à une insuffisance des investissements disponibles ?

La fragmentation du marché est également un avantage, surtout pour le fournisseur de technologie. Des opportunités commerciales intéressantes se présentent. Avec une bonne analyse commerciale, il y a de toute façon de l'argent à portée de main. Les petits acteurs de la logistique sont également plus susceptibles de s'associer à une startup.

Qu'est-ce qui va changer au cours des cinq prochaines années ?

Il y a une bataille pour la suprématie entre les réseaux. Nous utilisons le réseau Sigfox-IoT, un pionnier de la faible puissance, mais les plus grands acteurs se sont entre-temps manifestés. Nous serons confrontés à différents réseaux de communication, chacun d'entre eux jouant son rôle dans l'écosystème, chacun dans son propre créneau.

La 5G aura-t-elle un impact majeur ? Probablement, mais on parle alors davantage de Big data, ce qui est moins notre domaine. Nous voyons nos capteurs comme de petits satellites intelligemment utilisés, plutôt que de grands mastodontes qui ont besoin de 5G.

Comment progresse la collaboration avec les grandes entreprises ?

Nous avons quelques clients dont le chiffre d'affaires dépasse les 50 milliards d'euros ; certains d'entre eux sont

organisés de manière centralisée par pays, d'autres de manière décentralisée. Il faut toujours un peu chercher. Les grandes entreprises ont l'avantage des économies d'échelle. Les petits acteurs sont par contre moins rigides et laissent plus de place à l'expérimentation.

Sensolus a le vent en poupe, quel a été le tournant ?

Dans le monde des startups, le succès est relatif. Nous sommes actuellement en pleine croissance, nous avons de solides investisseurs, mais nous sommes également confrontés à un burn rate élevé. L'équipe est donc soumise à une grande pression. Toute erreur peut être fatale. Nous avons aussi rapidement dépassé nos frontières, ce qui est, bien sûr, une bonne chose.

Ce que je vois comme un défi, c'est que nous sommes actuellement très spécialisés dans la niche des réseaux à faible puissance, mais l'évolution de la technologie est imprévisible. Qui sait ce qui se passera dans cinq ans ? Les réseaux de faible puissance restent une jungle, il n'y a pas de normes - en tant que startup, on ne peut pas se permettre d'attendre la solution phare qui résout tout, sous peine de rater le train. Cela crée des conflits dans votre tête, mais en tant qu'entrepreneur, on essaye de prendre les bonnes décisions.

Que pensez-vous de la scène belge des startups ?

Nous avons beaucoup de respect pour des scale-ups telles que TeamLeader, Showpad et Colibra. Elles font de l'hypercroissance, comme Netlog l'a fait dans le passé, mais c'est beaucoup moins évident dans le secteur de la logistique.

Nous devrions être plus fiers de ce que nous réalisons. Il suffit de faire une comparaison avec Blablacar et Withings en France : ces entrepreneurs sont traités comme des rock stars. Ils sont poussés, non seulement financièrement mais à tous les niveaux, comme nous poussons nos Diables Rouges. Sur le plan politique également, la législation est même en train d'être modifiée en conséquence. À l'étranger, les programmes d'innovation sont souvent dirigés par les entreprises. On y est plus chauvins qu'en Belgique.

Quelle est la plus grande difficulté pour une startup en logistique ?

Nous en avons déjà parlé en partie. Croître à partir d'une équipe locale, c'est le plus difficile. Qui sont les bons partenaires pour réaliser cette croissance ? Comment accompagner ces partenaires ? Comment répartir les personnes ?

Par ailleurs, pour les startups logistiques, une composante physique joue souvent un rôle. L'envoi et l'installation de matériel est plus difficile que la création d'un utilisateur sur une plateforme.

« Il est essentiel de créer de la visibilité dans les processus logistiques, afin que les différents acteurs puissent mieux travailler ensemble. »





« La plus grande valeur ajoutée de Fortino Capital réside dans son implication active. »

Steven De Troyer

Alex Lisitzky, CTO et co-fondateur - Supply Stack

Steven De Troyer, Investment Director - Fortino Capital

Supply Stack (anciennement Slickss) propose un logiciel SaaS qui surveille et contrôle le flux de marchandises des entreprises logistiques et des chargeurs en temps réel, et permet de gérer les coûts. En 2016, Fortino Capital a investi 1,5 million d'euros dans la startup pour accompagner sa croissance.

Le secteur logistique est très large. Quel est le focus de SupplyStack ?

Alex Lisitzky : Nous nous concentrons sur les informations de transport en temps réel. Nous avons élaboré un système de gestion des transports que nous utilisons pour optimiser les processus, les numériser et les rendre plus efficaces. **Nous nous assurons que nos deux types de clients (chargeurs et fournisseurs de services logistiques) aient de la visibilité directe sur leurs flux de marchandises, en associant intelligence et automatisation, puis en leur fournissant une analyse et de quoi interpréter et exploiter au mieux les données.**

Steven De Troyer : Supply Stack essaye de digitaliser et d'automatiser une grande partie des processus logistiques de ses clients, là où ils sont encore exécutés essentiellement de manière manuelle. L'objectif est de leur donner une vue sur les flux qui vont et qui viennent de/à leurs entrepôts.

Comment se passe l'implémentation de votre technologie chez vos clients ?

Alex Lisitzky : Nous offrons une solution dans le cloud qui se connecte avec les différents systèmes du client. L'intégration requiert l'intervention de tierces parties, ce qui nécessite souvent plus de temps. Lorsque nous pouvons implémenter notre solution en stand-alone, cela ne prend le plus souvent qu'un mois.

Vous travaillez à l'international ; quels sont les principaux défis à relever ?

Alex Lisitzky : Nous arrivons à bien dimensionner notre produit, ceci dit l'assistance 24 h/24, 7 j/7 est un élément important pour nos clients. Notre solution est opérationnelles dans 42 pays, donc de nombreux fuseaux horaires. Nous devons procurer le meilleur service à nos clients quel que soit le fuseau horaire dans lequel ils se trouvent.

Est-ce facile de faire rentrer votre technologie dans les grandes entreprises ?

Alex Lisitzky : Nous nous concentrons davantage sur les entreprises avec un freight spend suffisant, et se situant au moins au niveau européen voire mondial. Nous sommes moins intéressés par la taille de l'entreprise. Nous avons déjà un portefeuille de clients important qui inclut de grands noms, mais notre ambition est d'aller encore plus loin, bien sûr.

Comment Fortino Capital contribue-t-il à réaliser ces ambitions ?

Steven De Troyer : Notre plus grande valeur ajoutée réside dans notre implication active. Outre le capital que nous avons investi pour financer la croissance, nous sommes en tant qu'investisseurs les premiers sparring partners de l'équipe de management, et cela aussi bien sur le plan commercial, opérationnel et financier. Si nécessaire, nous faisons appel à des experts au sein de notre réseau ou nous recherchons comment attirer l'expertise externe nécessaire.

Pourquoi Fortino Capital a-t-il jeté son dévolu sur SupplyStack ?

Steven De Troyer : Fortino Capital cherche à soutenir les sociétés à forte croissance qui proposent des idées innovantes. Nous nous concentrons donc sur des entreprises qui développent des technologies évolutives, et c'est très certainement le cas de SupplyStack. Tout commence par le développement d'une vision commune sur la manière de vraiment faire la différence dans le secteur. Dès le premier jour, nous avons cru dans le besoin croissant de visibilité dans la chaîne logistique, certainement compte tenu de la fragmentation qui est la sienne. **La connaissance et l'ambition de SupplyStack était pour nous**

centrale. Les fondateurs ont une vision claire du secteur, ce qui leur permettra d'améliorer de manière continue leur solution, grâce aux feedbacks des clients.

Quel est le plus grand potentiel international de SupplyStack ?

Alex Lisitzky : Le potentiel de clients est assez large. Nous nous concentrons principalement sur les chargeurs qui veulent reprendre la logistique en interne, parce qu'ils prennent conscience de la grande valeur de leurs données. Ils peuvent relier les données opérationnelles et celles du supply chain afin d'optimiser les processus de production et de vente. Notre outil est parfait pour cela.

SupplyStack pourrait-il faire partie de NxtPort ?

Alex Lisitzky : Absolument, nous regardons cette initiative de très près. Nous avons certains objectifs communs tels que la réduction des embouteillages. Nous pouvons offrir une énorme valeur ajoutée grâce aux données que nous recueillons. Nous pouvons ainsi donner un aperçu des terminaux et du trafic entrant et sortant.

Quelle est la différence aujourd'hui entre la Belgique et d'autres pays d'Europe ?

Alex Lisitzky : **De nombreuses grandes entreprises belges font encore face à des problèmes de base, notamment celui de ne pas être en mesure de saisir correctement les données.** C'est la raison pour laquelle des outils tels que la blockchain ne font pas l'objet de beaucoup de demande, dans la mesure où cela ne résout pas encore leurs véritables problèmes.

Quelles tendances voyez-vous survenir dans le secteur logistique ?

Steven De Troyer : On parle beaucoup de la blockchain, mais les bonnes applications qui montrent une traction commerciale sont encore rares. Selon notre expérience, les entreprises sont à la recherche de solutions fiables pour gérer les flux logistiques.

Comment le secteur de la logistique va-t-il évoluer ?

Alex Lisitzky : **Par le passé, on distinguait d'une part la technologie et d'autre part, l'exécution. Aujourd'hui, de nouveaux outils permettent aux entreprises de faire plus en interne sans investir beaucoup. Il y a de plus en plus d'acteurs qui mettent à disposition des logiciels comme le nôtre.**

Est-ce un problème pour les expéditeurs ?

Alex Lisitzky : Ils ne vont pas disparaître, mais ils ont besoin de se repositionner. Ils réalisent encore beaucoup de tâches telles que l'entreposage et le procurement, mais ils ont besoin d'une couche de visibilité globale parce que de nombreux chargeurs travaillent avec différents transporteurs et avec différents prestataires de services. Ils se rendent compte qu'ils ont besoin de la propriété des données et donc aussi d'outils pour relier les fournisseurs.

Quelle est votre prochaine étape ?

Alex Lisitzky : Nous continuons activement à renforcer la visibilité dans la chaîne logistique. Nous essayons donc de connecter et d'embarquer autant de transporteurs que possible afin de proposer une visibilité en temps réel. L'analytique reste également très importante : nous continuons à recueillir des données opérationnelles au moyen de points de visibilité et de GPS, et nous sommes en mesure de les lier de plus en plus aux analytics et aux insights. Ce sera notre priorité en 2019 et 2020.

Daniel Lievens, CEO - NxtPort

Comment s'est créé NxtPort ?

Porticom, à l'origine de NxtPort, a testé plusieurs pistes de digitalisation et de partenariat avec d'autres ports pour fluidifier la chaîne logistique, parce que ce secteur est en retard par rapport à d'autres. Ces tests ont révélé qu'il y avait un vrai besoin de mutualiser les données. C'est pour cela que nous avons créé une coopérative agissant comme « data backbone ».

Nous avons édicté cinq règles du jeu :

1. C'est un projet ouvert : il a été créé par et pour la communauté (il n'y a pas d'exclusivité) ;
2. C'est un projet financièrement et techniquement accessible. Nous avons démarré comme une coopérative, pas comme une startup traditionnelle. Nous ne visons pas la maximalisation des profits, parce que notre objectif est le bien des entreprises membres de la coopérative ;
3. Data governance : nous ne sommes pas propriétaires des données. **Les entreprises décident elles-mêmes ce qu'elles veulent partager, et avec qui. Nous travaillons avec un modèle prédictif qui nous permet de partager des données entre des parties qui ne sont pas engagées commercialement entre elles. Nous sommes, dans ce cas, un facilitateur du contrat.**
4. Co-création : nous ne faisons pas tout nous-mêmes. Nous travaillons beaucoup avec des startups ou des fournisseurs plus installés pour développer des applications.
5. Monétisation des données et des solutions : nous réalisons cela par la création d'une plateforme d'API complètement ouverte. Nous rendons donc possible la commercialisation des données.

Notre spécificité, c'est que nous sommes une initiative à la fois publique et privée. Nous avons un partenariat avec les ports locaux et le gouvernement fédéral, ce qui facilite la collaboration avec des entités fédérales comme les douanes. C'est important si vous voulez être soutenu.

Comment allez-vous assurer votre croissance ?

Notre croissance repose sur trois piliers :

1. Les ports partenaires d'Anvers : ils parlent entre eux de NxtPort ;
2. Les grandes entreprises : elles vantent nos mérites auprès des autres ports dans lesquels elles sont actives ;
3. Les communautés qui ont des problématiques similaires bien qu'elles ne soient pas directement liées avec le port. Par exemple l'industrie chimique, qui

veut collaborer pour la digitalisation des échanges de documents.

Quel est votre business plan ?

Nous sommes dans un marché à trois bandes :

1. La plateforme n'existe que par son offre de données. Les entreprises ne doivent évidemment pas payer pour partager leurs données.
2. Les autres entreprises payent pour l'utilisation de ces données.
3. Nous sommes des « solution providers » : si une entreprise veut collaborer, nous devons aussi adapter leur solution pour pouvoir partager des données via notre plateforme. C'est un facteur qui ralentit la mise en place de solutions.

Dépendez-vous de la digitalisation de vos clients ?

Oui, de nombreuses entreprises à Anvers sont d'ailleurs déjà digitalisées ou en passe de le devenir. On compte déjà 40 à 50 entreprises actives dans NxtPort.

Quels challenges voyez-vous survenir dans le secteur dans les 2-3 ans ?

Pour nous, le défi principal réside dans l'offre de données. Dans notre perspective de co-création, nous organisons des workshops pendant lesquels nous regardons qui peut offrir quelles données pour résoudre certaines problématiques. À l'origine, nous répondions essentiellement aux demandes, aujourd'hui nous partons aussi de notre offre. Dernièrement, une entreprise a pris elle-même la décision de placer ses données chez nous.

Quelles sont les principales difficultés que vous avez rencontrées ? Le financement ? Le recrutement ? La création d'un marché de data sharing ?

Surtout ce dernier point, parce que nous devons bâtir de la confiance entre les différents acteurs. On ne peut pas juste dire qu'ils doivent placer leurs données chez nous, nous devons leur montrer que cela leur permettra de résoudre des problèmes spécifiques.

Quels conseils donneriez-vous aux startups ?

Dans la technologie, les partenariats existent depuis longtemps. Donc, moi je construirais moi-même mon application de base, et j'irais chercher du support supplémentaire auprès d'autres startups, de manière à accélérer l'innovation.



« Nous ne sommes pas propriétaires des données. Les entreprises décident elles-mêmes ce qu'elles veulent partager et avec qui. »



« La disruption viendra du changement de rapport de force entre les chargeurs et les transporteurs. »

Paul Havelange, CEO - Ubidata

Ubidata est une startup qui fournit une solution modulaire de gestion de flotte, de marchandise et de personnel pour le secteur logistique. Elle compte des clients tels que Delhaize, Lineas, Jost Group ou encore Jan Gevers.

Quelle est la spécificité d'Ubidata dans l'écosystème ?

Pour simplifier, les logisticiens ont besoin de trois outils :

- Un outil pour suivre la marchandise, ce qu'on appelle du goods tracking ;
- Un outil pour monitorer la flotte, que ce soit des camions, des containers, des wagons ;
- Un outil pour gérer le personnel.

Ubidata fournit tous ces outils de manière modulaire, en fonction des besoins des clients. **Notre spécificité, c'est que nous agrégeons toutes les données et que nous dispatchons les informations au client en temps réel.** Le client choisit les indicateurs qu'il veut voir (une température dans un camion frigorifique, la porte d'un camion ouverte trop longtemps, un wagon arrêté pendant trois jours en Allemagne...). Le système génère des alertes en temps réel qui permettent au client d'agir et de prévenir son client.

En transport multi-modal, la difficulté est le changement de mode, et donc aussi souvent de fournisseur. Notre solution est paramétrée pour détecter des différences par rapport au planning initial. Notre client reçoit des notifications à chaque fois qu'il y a une différence, et cela de manière entièrement automatique.

Quels sont les défis que vous rencontrez ?

Les défis que nous rencontrons sont principalement commerciaux. Des solutions track & trace, il en existe des dizaines. Notre produit est sophistiqué, il est compliqué de trouver un message commercial simple pour le vendre. **Nous devons pouvoir établir une interaction de qualité avec le prospect pour que celui-ci cerne bien les avantages de notre solution. En revanche, une fois cette étape franchie, nos prospects devenus clients nous restent très fidèles.**

Quel futur voyez-vous pour le secteur ? Voyez-vous arriver une disruption ?

Dans mon domaine, la logistique B2B, il n'y a pas encore de disruption comme dans le B2C, où l'uberisation de la livraison de colis est une réalité. Dans le B2B, la disruption viendra dans les changements de rapport de force entre les chargeurs et les transporteurs. Traditionnellement, les grands chargeurs, tels que Delhaize par exemple, vont imposer leur système à leurs transporteurs. Inversement, si un petit commerce utilise les services d'un gros transporteur comme Jost group, il devra se soumettre à ses systèmes. Avec la digitalisation, le chargeur pourra plus facilement négocier avec le transporteur, et par exemple le convaincre d'utiliser une application tierce. **Mais alors, le risque pour les transporteurs sera de devenir une pure commodity. Bien entendu, ce sont encore des fournisseurs de moyens (camions, chauffeurs, etc.). Mais avec l'apparition des camions autonomes, que leur restera-t-il ? Même plus les camions. Ils appartiendront probablement à des institutions financières qui les mettront à disposition, via un leasing, directement au chargeur.**

Personnellement, je vois le futur de la logistique comme ceci :

Un chargeur doit transporter une palette. Son système déterminera la meilleure solution, par exemple un camion, dont le trajet et la charge seront bien entendu optimisés. Ce camion, détenu par une institution financière et loué en pay-per-use à un transporteur, viendra prendre livraison de la palette. Sur cette palette, il y aura un capteur qui transmettra les informations nécessaires. Le jour où ce camion sera devenu autonome, les transporteurs qui ne seront pas devenus des entreprises IT disparaîtront.

La plupart des technologies décrites ci-dessus sont quasi disponibles. Dans dix ans tout au plus, ce scénario sera devenu une réalité.

