

# L'appli pour booster la restauration à emporter

Trois Orléanais ont lancé une appli mobile de « click and collect ». Ils comptent bien profiter du reconfinement pour faire décoller leur activité.

Les cofondateurs de Drive Eat, de gauche à droite : Khalid Tallih, Majid Afkir et Abdelatif Bahlas.



PAR RÉGIS DELANOË

**LA PAUSE DU MIDI** est souvent une course contre la montre. Les Français ne s'accordent en moyenne que 30 à 45 minutes pour déjeuner. C'est en cherchant à maximiser ce temps que Khalid Tallih et Majid Afkir ont eu l'idée de créer Drive Eat en octobre 2019. Jusqu'alors collègues dans un cabinet d'expertise-comptable à Orléans (Loiret), ils pensent détenir la solution : réserver son repas et aller le chercher dans le créneau horaire souhaité.

« C'est la longue file d'attente au restaurant le plus proche de notre lieu de travail qui a fait émerger l'idée », explique Majid Afkir. Les deux compères s'associent à un proche, Abdelatif Bahlas, pour développer leur application mobile. « Les utilisateurs se géolocalisent, choisissent un restaurant, sélectionnent leur menu et indiquent un cré-

neau horaire. Ils peuvent ainsi aller retirer leur plat sans attendre sur place », détaille-t-il. Un service appelé « click and collect » (cliquer et récupérer en français), ou « coupe-file », particulièrement adapté en ces temps de crise sanitaire et de distanciation.

## Une aide à la transition numérique

« L'annonce du deuxième confinement est une opportunité à saisir pour permettre aux petits commerces de se réinventer et de faire un bond vers la transition numérique. Nous y jouons notre part », réagit Majid Afkir.

Après quelques mois de gestation, l'application a été lancée fin mai 2020. Gratuite pour les utilisateurs qui souhaitent se restaurer, elle compte déjà plus de 1 000 téléchargements et une quarantaine de commerces partenaires (sandwicheries, pizzerias, kebabs...). « Tous

restent ouverts depuis le début du reconfinement, fait savoir Majid Afkir. Ils comptent justement sur notre solution pour limiter leur perte de chiffre d'affaires. »

Le business model de la start-up est basé sur un abonnement payé par les commerçants. « Pour 49 € par mois, les restaurants sont référencés dans l'application et le partenariat se matérialise dans chaque lieu par un pla-fonnier Drive Eat. »

## Le développement technique en priorité

Disponible à Orléans, ce service pourrait rapidement se développer à Tours (Indre-et-Loire) et Blois (Loir-et-Cher). La stratégie de conquête est rodée : une offre préférentielle pour les premiers partenaires de chaque ville. Une manière d'augmenter le portefeuille de restaurants et de créer l'usage de leur service. « Nous n'en sommes qu'au début du pro-

jet mais nous visons un chiffre d'affaires de 1 000 000 € à l'horizon 2022 », ajoute le cofondateur.

Pour atteindre cet objectif, ils utilisent avec précaution leur mise de départ, 60 000 € en fonds propres : « 70 % à 80 % de ce budget sont consacrés au développement technique de la plateforme, le reste sert à la communication », précise-t-il. Grâce à l'aide exceptionnelle de l'Etat dans le cadre du plan I jeune I solution, ils ont également embauché trois apprentis début septembre pour renforcer leur équipe.

« Nous ne manquons pas d'idées pour l'avenir : solutions de commandes à table, bornes de commandes... Autant d'outils précieux pour les restaurateurs en cette période. » Car Majid Afkir en est persuadé, « les modes de consommation actuels vont perdurer au-delà de cette crise ». ■

EN PARTENARIAT AVEC

ORDRE DES  
EXPERTS-COMPTABLES



CONSEIL  
D'EXPERT

**VALENTIN DOLIGÉ**  
EXPERT-COMPTABLE  
À ORLÉANS (LOIRET)

## Rentabilité et performance : qui s'en sort le mieux ?

**SI LA CRISE ACTUELLE** affecte bon nombre d'entreprises, certains secteurs souffrent moins. La clé de la réussite selon Valentin Doligé : l'adaptabilité et l'anticipation.

### Quels secteurs tirent leur épingle du jeu ?

Les indicateurs actuels prévoient une baisse globale de l'activité économique en France de l'ordre de 10 % en 2020. Certaines activités sont malgré tout épargnées. La première d'entre elles est l'industrie pharmaceutique et des équipements médicaux. Le secteur des télécommunications et des nouvelles technologies profite également de l'accélération de la transition numérique. Autre secteur en plein boom : l'e-commerce, dont la hausse de l'activité va de pair avec l'augmentation des achats sur Internet. Le secteur alimentaire limite la casse. Le BTP continue d'embaucher grâce à la rénovation thermique en cours. L'immobilier s'en sort plutôt bien, même si persistent les interrogations liées à l'immobilier d'entreprise. Enfin, la finance apparaît relativement stable, les banques ont notamment eu un pic d'activité en distribuant beaucoup de liquidités à travers les prêts garantis par l'Etat.

### Quels sont les enseignements ?

Ces réussites correspondent majoritairement aux premières nécessités des Français en temps de crise. Les entreprises qui se sont adaptées le plus rapidement à la situation s'en sortent le mieux. Dans l'alimentaire par exemple, les changements dans les modes d'approvisionnement ont été décisifs, avec le développement des circuits courts. Autre facteur de croissance : celles qui ont su moduler leurs offres (ventes en ligne, formation en ligne, systèmes de livraison, etc.). Idéalement, les entreprises doivent savoir gérer les temps courts et longs : l'urgence à gérer la crise tout en anticipant les nouveaux modes de communication, consommation, production et approvisionnement.

### Quels types d'entreprise et de business model se détachent ?

Les petites sociétés peuvent réagir plus vite, mais elles manquent généralement de ressources financières et humaines pour entreprendre les changements nécessaires. D'après mes constats, ce sont les ETI (NDLR : entreprises de taille intermédiaire, de 250 à 4 999 salariés) qui sont les plus à même d'être à la fois agiles et solides. Petites ou grandes, certaines sociétés ont pu constater pendant la période qu'elles étaient trop dépendantes d'un gros fournisseur ou d'un client. Mais la situation actuelle impose aussi une certaine modestie : ce n'est pas si simple de prévoir l'avenir et il n'est pas forcément nécessaire de tout révolutionner. Il faut plutôt penser en termes de curseurs d'amélioration.

PROPOS RECUEILLIS PAR R.D.

« LE PARISIEN LIBÉRÉ »,  
10 boulevard de Grenelle, CS 10817,  
75738 Paris Cedex 15 Tél.: 01.87.39.70.00.  
Société par actions simplifiée.  
**PIERRE LOUETTE**  
Président et directeur de la publication.  
**SOPHIE GOURMELEN**  
Directrice générale déléguée.  
**PRINCIPAL ASSOCIÉ:** Ufipar (LVMH).

**JEAN-MICHEL SALVATOR**  
Directeur des rédactions du « Parisien »  
et d'« Aujourd'hui en France ».  
**Commission paritaire:** N° 0125 C 85979.  
**Rédaction en chef des suppléments:**  
Jean-Louis Picot.  
**Rédaction:** Virginie de Kerautem et Timothée  
Talbi en collaboration avec Forum News.  
**Editing:** Olivier Bossut.

Fabrication: Amandine Charbonnel.  
**Directeur de la publicité RH & Emploi:**  
Muriel Petit. Tél.: 01.87.39.82.82.  
mpetit@lesechosleparisien.fr

**Abonnement**  
Le Parisien: 0.811.875.656.  
(Coût d'un appel local)

**Le Parisien**