

Coursiers : la difficile percée des plateformes alternatives

ECONOMIE

Les plateformes alternatives de livraison de repas émergent en France, dont Montpellier. Plus éthiques, elles peinent pourtant à se faire une place face aux mastodontes du secteur.

Emeline Andreani
eandreani@midilibre.com

Des conditions de travail dégradées, une accusation de travail dissimulé chez Deliveroo, etc. Ces derniers mois, les grandes plateformes uberisées n'ont cessé d'être sous les feux des projecteurs. Mais si la politique de ces groupes est contestée, son fonctionnement à quant à lui fait ses preuves.

C'est pourquoi, certains anciens coursiers pour ces plateformes, exténués par la précarité de leurs conditions de travail, ont décidé de s'émanciper et de lancer des plateformes alternatives. Et elles commencent à être nombreuses à fleurir dans toute la France via la fédération CoopCycle. Nantes, Bordeaux, Strasbourg, Paris, Montpellier et depuis peu Nîmes. Basées sur le même fonctionnement, elles prônent cependant des valeurs « plus éthiques et écologiques ». Notamment sur la question du salariat.

En ce sens, les coursiers montpelliérains (LCM), lancés en 2019, ont atteint leur objectif principal en février dernier : devenir une Société coopérative et participative (Scop). « Cela permet aux salariés de s'impliquer et devenir s'ils le souhaitent, associés de l'entreprise », précise Yannick Plan, associé-gérant de la plateforme. Un statut qui permet notam-

ment l'accès aux droits sociaux, comme l'ouverture des droits au chômage ou encore la mutuelle. Droits auxquels n'ont pas accès les coursiers des plateformes uberisées du fait de leur statut d'auto-entrepreneur.

Un service jugé plus humain

Mais outre des conditions de travail plus décentes, ces plateformes misent également sur un service de proximité. « Quand on a besoin d'avoir quelqu'un, on a un humain en face. On n'a pas le retour des robots ou des automatés qui nous répondent », confie Stéphane Morandea, gérant de la Pizzeria Sicilia à Montpellier. Depuis deux ans, il fait partie des 70 restaurateurs qui sollicitent les services des Coursiers montpelliérains.

Mais si ce service de qualité, plus humain, pèse dans la balance, le restaurateur confie cependant qu'il continue également à travailler avec les grosses plateformes nationales. « Depuis le Covid, les livraisons représentent 20 à 25 % de notre chiffre d'affaires. Ça a pris une part importante sur le marché. Et on est obligé de s'adapter aux nouveaux modes de consommation », reconnaît le gérant. Et ce, malgré un service parfois moins bien réalisé par les coursiers de ces plateformes. « Aujourd'hui, parmi les quatre sociétés (Just Eat, Deliveroo,



Les coursiers montpelliérains circulent depuis trois ans dans la ville pour livrer les repas.

Uber Eats et LCM, NDLR), les Coursiers montpelliérains sont les seuls avec qui on a jamais eu de soucis sur les commandes », insiste-t-il.

Le poids de la communication

Une qualité de travail reconnue par les professionnels qui reste cependant insuffisante pour se démarquer face à la notoriété de ces géants nationaux. « C'est pour cela que d'ici septembre, on veut mettre le paquet sur notre communication, pour élargir le réseau vers d'autres restaurateurs », prévoit le coursier montpelliérain. Car si

actuellement, la jeune plateforme livre 50 à 60 commandes par jour, ils sont toutefois obligés de se diversifier. « Le retour post-covid a fait mal. On était à 100 commandes par jour pendant le confinement, se rappelle le gérant. Donc pour que la livraison soit rentable, on est obligé de se développer notamment avec la livraison de produits à destination du médical », explique-t-il. Un secteur qu'il souhaite d'ailleurs exploiter par la suite, même si la part de livraisons de repas reste importante. « Elle représente 90 % de notre chiffre d'affaires », affirme Yannick Plan.

Et afin de les soutenir, certains restaurants, comme Maria & Juana Tacos, ont fait le choix d'une collaboration exclusive avec la plateforme montpelliéraine. « C'est une entreprise locale, plus éthique, qui correspond bien plus à notre image. Et l'offre des autres plateformes ne nous convenait pas », reconnaît Julie Ségura, co-gérante avec son mari. Si le fonctionnement de ces plateformes alternatives a su séduire les professionnels comme les clients, leur chemin est donc encore long pour se faire une place significative sur le marché parmi les gros groupes.

Après la restauration, le médical

DÉVELOPPEMENT

Si la restauration représente la part la plus importante sur le chiffre d'affaires des Coursiers montpelliérains, ils ont dû cependant faire face à ses limites. « Au final, la livraison de repas seule est difficilement rentable. Les heures sont assez concises. En général, les gens commandent entre midi et 14 h et le soir, entre 19 h et 22 h. Et entre, il n'y a pas tellement d'activité. Donc il a fallu nous développer pour combler », explique Yannick Plan, gérant-associé de la plateforme montpelliéraine. Car si les coursiers travaillent avec près de 70 restaurateurs, ils ne livrent en moyenne que 50 à 60 repas par jour. Dès le départ, ils ont donc décidé d'étendre l'offre de leurs services avec la livraison de colis ou « en réalisant quelques courses urgentes ». Mais aujourd'hui, ils souhaiteraient aller encore plus loin. « On fait déjà un peu dans le matériel médical, notamment du matériel gynécologique. Mais on aimerait bien développer encore plus ce secteur, avec les prothèses dentaire, auditive, ou encore des petits matériels ambulatoires », prévoit le coursier.

D'autant que si des services de livraison existent déjà dans ce domaine, la livraison à vélo est quant à elle plus rare. « À Montpellier, à part des scooters, on ne voit personne. Donc on pourrait être les précurseurs », se réjouit-il. Dès la rentrée, Yannick Plan démarchera des clients dans le médical, tout en poursuivant ses livraisons de repas. L'objectif étant toujours d'augmenter la rentabilité afin d'embaucher toujours plus de coursiers.