

DOOD, le spécialiste de la commande en ligne qui digitalise la food, se déploie au national après un lancement réussi à Lille

La France compte plus de 100 000 points de vente avec offre à emporter : boulangeries, bars à salades, friteries, burgers, food truck, camion pizza... Même les chefs étoilés s'y sont mis (Thierry Marx, Anne-Sophie Pic...).

Pour satisfaire une clientèle connectée et exigeante, les établissements doivent s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs. Ainsi, les restaurateurs, boulangers et commerçants ont le choix de proposer à leur clientèle la commande en ligne en click and collect et avec livraison à domicile.

Ces services ont fait un carton pendant la crise de la Covid-19 puisque 26% des français ont eu recours à la commande en ligne pendant le confinement. Cela s'explique par le besoin de sécurité des consommateurs. Et pour les commerçants, la possibilité de maintenir leur activité.

Sous le spectre d'une nouvelle fermeture dans les grandes villes françaises, les commerçants se doivent d'investir dans ces services, et notamment le click and collect.

Car au-delà de ce contexte exceptionnel, cette tendance va aller en s'accroissant. Selon une étude réalisée par le cabinet NDP Group, les chiffres sont éloquentes ([source](#)) :

- le click and collect pèse déjà plus de 100 millions de visites, soit 3% de toutes les commandes digitales ;
- il se traduit par une hausse de 23% du panier moyen ;
- il permet de capter les Millenials, les personnes nées entre 1980-90, qui représentent 56% des commandes numériques ;
- il constitue déjà 1 vente sur 10 outre-Atlantique.

En résumé : la commande en ligne s'impose comme un puissant levier de croissance. Mais comment réussir à installer ce type de solution et prendre le virage de la digitalisation pour des commerçants qui ne sont pas spécialistes ?

« Les établissements indépendants accusent un sérieux retard dans leur transition digitale. La restauration commerciale ne peut faire l'économie de sa révolution numérique » Delphine David Directrice d'études Secteurs E-commerce, distribution, consommation Precepta/Xerfi

Plutôt que de développer un outil propriétaire coûteux que les commerçants auront beaucoup de peine à faire connaître, [DOOD](#) met à disposition une market place incluant tous les services digitaux pour que les établissements lancent leur boutique en ligne en seulement 24 heures.

DOOD a déjà séduit 500 boulangers, restaurateurs et commerces de proximité en 3 ans d'activité et connaît une accélération depuis le début d'année avec son déploiement au national !



Dood part à la conquête des restaurateurs partout en France

Une success story à la française est en train de naître.

Après avoir conquis la région Auvergne-Rhône-Alpes d'où elle est originaire, DOOD a lancé son déploiement national en début d'année 2020, avec pour première étape Lille et sa région ; et depuis la rentrée, Paris, Bordeaux et Toulouse !

Son concept ayant séduit un pool d'entrepreneurs-investisseurs lillois constitué notamment de Julien Lemarchand (fondateur [saveur-biere.com](#)), Richard Winckles ([brik.com](#)), Arnaud Monnier (altima-Accenture Interactive), Mathieu Tarnus (Sarbacane) et Wilfrid André (fondateur d'Alice Délice), elle a bouclé une seconde levée de fonds d'1 million d'euros début 2020. Et c'est donc en toute logique que Lille ait été la première étape. Et ce fut une réussite !

L'accueil à Lille a été très positif. L'intérêt des commerçants pour la plateforme et ses avantages sont indéniables, en témoignent les plus de 70

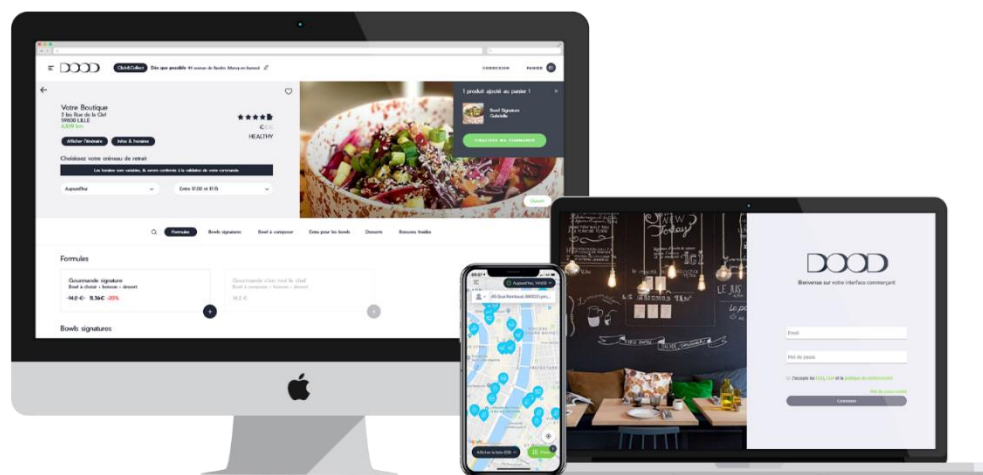
restaurateurs déjà partenaires en 6 mois, pour la plupart déployés pendant le confinement !

Xavier Marchese, le Président, souligne :

Les échanges avec les restaurateurs à Lille sont excellents. Nous avons noué des partenariats avec de belles enseignes ambassadrices : Le Comptoir Volant, Papa Raffaele, Davonn, Bernard et Léon, Maison JaJa et Canard Street. L'écosystème lillois est ouvert à la question de la digitalisation ce qui en fait une zone stratégique pour DOOD.

Et depuis septembre 2020, DOOD s'attaque au marché parisien avec des premiers ambassadeurs, tant sur le service de click and collect que de livraison. Signe d'un nouveau succès !

DOOD ambitionne de couvrir toutes les régions de France à la fin de l'année 2020, pour apporter à tous les commerçants cet outil de digitalisation simple et accessible, sur l'ensemble du territoire.



La solution de commande en ligne la plus complète du marché

DOOD s'engage depuis 3 ans pour relever le défi de la digitalisation de l'économie locale et accompagne les commerçants et restaurants dans leur transformation digitale, qu'ils soient indépendants ou grands comptes.

Elle offre tous les services digitaux indispensables à la mise en place d'une boutique en ligne à travers sa market place IT.

Spécialiste de la commande en ligne – « best of breed » - la société propose aujourd'hui la plateforme la plus complète du marché : boutique en ligne, click and collect, livraison, interfaçage avec les caisses ou imprimante autonome, en marque blanche ou sur sa market place, ...

Et surtout un algorithme le plus abouti sur les problématiques métier : séquençement des commandes à la minute, prise en compte de l'affluence en salle, commande quand l'établissement est fermé, gestion différenciée de la TVA sur les produits, ... Le tout sur une technologie SaaS basée sur une API permettant la connexion à tout système d'information.

Autant de points qui séduisent jusqu'aux grands comptes, chaînes et réseaux.

En outre, tout ceci est déployable en 24 heures, sans avoir besoin de connaissances informatiques !

DOOD permet donc de profiter immédiatement de la force de la commande en ligne qui répond aux usages digitaux d'une clientèle de plus en plus exigeante. Tout en apportant une visibilité sur Internet et un référencement local nécessaires à la pérennité de l'activité du commerce de proximité.



Dynamiser et valoriser le commerce de proximité grâce à la digitalisation

Actuellement, les secteurs de la restauration, des boulangeries et du commerce de proximité en général, ne sont pas encore ou trop peu digitalisés.

Pourtant, le numérique est un formidable outil pour générer du revenu supplémentaire et optimiser l'activité au quotidien.

Mais jusqu'à présent, ce sujet paraissait encore trop complexe pour des commerçants non spécialistes. C'est pourquoi DOOD a pensé une solution simple et accessible.

Xavier Marchese confirme :

Les commerçants de proximité (souvent des artisans) que nous rencontrons sont tous conscients de la nécessité de se digitaliser. Mais en pratique, ils n'ont ni le temps, ni les connaissances, ni les moyens d'investir dans un outil propriétaire souvent trop coûteux, surtout lorsqu'il s'agit de le référencer sur Internet. C'est un luxe réservé aux grandes enseignes ! DOOD

a une autre approche : il s'agit d'une solution simple qui leur permet de profiter instantanément de tout le potentiel du digital.

Et pour le consommateur, DOOD référence tous ses clients sur son site en market place. Il se géolocalise en temps réel et ainsi accède à toute l'offre de proximité autour de lui ou sur son trajet. Il accède à la boutique du commerçant et commande en 3 clics à travers un parcours pensé pour une navigation en mobilité.

DOOD promet de connaître en trois clics ce que les meilleurs commerces autour de soi proposent et de garder le bonheur du contact physique avec son commerçant en point de vente grâce au click and collect ou le plaisir d'en déguster les meilleurs plats à la maison avec la livraison.

À l'origine de Dood

Concrètement, il y a la société Miam Company de la FoodTech fondée en 2018 par des entrepreneurs lyonnais :

- Xavier Marchese, Président
- Xavier Debbasch, CTO (Directeur de la Technologie)
- Antoine Rabin, Directeur Commercial

Tous disposent d'une solide expérience dans l'entrepreneuriat, les secteurs du SaaS et du développement web et mobile.

Après Lyon et Lille, la start-up se lance déjà à la conquête de Paris. Même si sa solution 100% en ligne lui permet de lancer tout établissement à distance partout en France.

Elle ambitionne de devenir le leader de la digitalisation du commerce de proximité sur le segment de la food.

Pour en savoir plus

Site web commerçants : <https://dood.solutions/>

Site de commande : <https://www.dood.com/fr/>

Inscription commerçants : <https://dood.solutions/demande-dinscription/>

Facebook : <https://www.facebook.com/doodcompany/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/dood-company/>