

Communiqué de Presse Urb-it
Paris, le 5 juillet 2017,

Ladurée s'associe à Urb-it, la start-up championne du Clic & Get à Paris, Londres et Stockholm pour livrer ses clients de manière personnalisée et écoresponsable.

Maison française que l'on ne présente plus, Ladurée a choisi Urb-it, le service de livraison sur mesure et écoresponsable pour livrer ses clients à Paris et en petite couronne, où et quand ils le souhaitent. L'occasion pour Ladurée de fournir une expérience client toujours plus poussée et personnalisée, tout en démontrant ses préoccupations RSE.

Urb-it, c'est le nouveau service de vente et livraison hybride et omnicanal. Le principe est simple : le client commande ses produits (issus d'un catalogue d'enseignes partenaires) soit sur l'application Urb-it soit sur le site e-commerce du partenaire. La commande est ensuite préparée en boutique avant d'être remise en main propre au client, au lieu et à l'horaire de son choix, par un Urber.

Depuis mi-juin, Ladurée fait donc partie du catalogue de marques partenaires et propose sur son site e-commerce les services d'Urb-it à la fin du parcours client (check-out du panier), permettant au client de recevoir sa commande au plus vite (en moins d'une heure et demie) sur Paris et la petite couronne.

L'extension de l'image de marque de Ladurée

Parce que le Urber se déplace uniquement à pied ou en transport en commun, Urb-it s'adapte aux circuits courts citadins et respecte la fragilité et la qualité des produits. Comme ceux de Ladurée, maison d'excellence, qui offre à ses clients une expérience sensorielle premium.

Emilie Metge, Directrice Générale d'Urb-it France explique : *« C'est une vraie reconnaissance pour nous d'avoir été choisis par Ladurée, cette grande maison française qui prône l'excellence et en repousse sans cesse les frontières. Chez Urb-it, nous partageons ces valeurs pour offrir aux clients une expérience qualitative, unique et sur mesure. Urb-it est pour ses partenaires une extension de service personnalisée : lors du urb, le Urber remet au client sa commande en parfait état, aussi délicats soient les produits, mais prodigue en même temps les conseils de Ladurée pour une dégustation optimale. S'il s'agit d'un cadeau, le urb peut également être mis en scène pour en faire un événement inoubliable ».*

Avec Urb-it, Ladurée s'assure du respect de son image de marque et augmente sa visibilité. En effet, toutes les commandes sont effectuées dans des sacs griffés à ses couleurs, par des Urbers triés sur le volet (seuls 25% des candidats sont retenus).

Un positionnement premium et écoresponsable

La qualité du service s'inscrit donc une vraie démarche premium de fidélisation de la clientèle. Urb-it a été créé en Suède pour pallier à un vrai besoin des utilisateurs de services à qui l'on impose des conditions ou heures de livraison incommodes et impersonnelles.

Avec Urb-it, Ladurée se positionne de plus comme un acteur écoresponsable. Puisque les urbs sont effectués en transports en commun ou à pied, leur bilan carbone est nul. D'autre part, le service est facturé 9,90 € au client, ce qui équivaut au prix de la course et dont la totalité est versée aux Urbers. Auto-entrepreneurs, ils sont maîtres de leur emploi du temps et travaillent quand ils le souhaitent.

Urb-it, le modèle digital qui replace la proximité au cœur des échanges

Le service Urb-it se décline en deux solutions complémentaires : l'application qui transforme le smartphone en plus grand magasin de Paris (disponible sous iOS et Android), et la connexion aux sites e-commerce, permettant de proposer aux enseignes une présence plus forte car omnicanale mais également pour augmenter leur taux de conversion en matière d'achat. Il s'agit donc d'appliquer l'instantanéité du digital au monde réel. Car le consommateur demande une réactivité et une rapidité toujours plus importante dans son expérience d'achat. Paris et sa petite couronne représentent un marché de plusieurs millions d'acheteurs potentiels. Pour la plupart d'entre eux, commander et se faire livrer quelques jours plus tard n'est plus suffisant. Avec Urb-it, les marques proposent donc à leurs clients une finalité de leur parcours d'achat unique et innovante à travers le mobile, le web et le point de vente physique.

A propos d'Urb-it

Urb-it a été créé en Suède par Mats Forsberg un expert du secteur de la logistique. L'ancien CEO du plus gros concurrent de La Poste suédoise a en effet constaté que les codes de la livraison ne respectent pas ceux des clients. Il a donc lancé Urb-it à Stockholm en janvier 2014. Fort de son succès, le concept a été exporté à Londres en 2016 puis à Paris en 2017. Emilie Metge, entrepreneur, ancienne responsable commerciale au sein de la direction des achats du Printemps, spécialiste du retail et de l'univers des startups, devient directrice générale d'Urb-it en 2017.

Plus d'informations sur Urb-it : <https://urb-it.com/fr/paris>

Des visuels sont à télécharger [ici](#)

Contacts Presse

Jean-François Kitten : jf@licencek.com / M : +33 (0)6 11 29 30 28
Stéphanie Moy : s.moy@licencek.com / T : +33 (0)1 83 64 77 06