

Nestor optimise ses livraisons de repas avec AWS

Le Cloud public se diffuse dans plusieurs activités, y compris des secteurs en plein devenir : les livraisons de repas. Sur ce marché, plusieurs noms sont connus comme uber eat, deliveroo, foodora. Le français Nestor entend se démarquer dans ce milieu en proposant une formule complète : entrée, plat et dessert pour 15 euros. Les menus sont réalisés dans les cuisines de Nestor et livrés en moins de 20 minutes dans une zone couvrant pour l'instant le quartier d'affaires de la Défense et le grand Ouest parisien.

Comme le souligne son fondateur Sixte de Vauplane, « *il s'agit à la fois d'un défi culinaire et d'un défi logistique* ». Sur ce dernier point, Nestor a dû rapidement trouver un moyen pour optimiser les livraisons, surtout en période de pointe. « *Il y a clairement une problématique de charge, car 80% de nos commandes se font entre 11h et 11h30 pour des livraisons vers 12h30.* » Aujourd'hui, la société livre un peu plus de 1500 repas quotidiennement.

Le pack Activate d'AWS pour les start-ups

L'histoire avec AWS commence alors en décembre 2015. « *Nous avons d'abord développé en interne des algorithmes pour calculer au mieux les routes pour livrer les repas* », assure le dirigeant. Nativement Cloud, la jeune pousse regarde alors les solutions proposées pour faire tourner son algorithme et assurer les montées en charge.

Nestor a choisi l'offre d'Amazon Web Services (AWS), en particulier le package Activate. Il s'agit d'un programme du fournisseur de Cloud public à destination des start-ups pour leur fournir des crédits gratuits sur les solutions IaaS. « *Il s'agissait de nous mettre le pied à l'étrier* », assure Sixte de Vauplane. La montée en puissance des commandes a engendré une attente à obtenir des réponses de l'algorithme de livraison en temps réel. « *Si nous perdons une ou deux secondes, cela peut-être dramatique. Il fallait donc une très grande réactivité dans le traitement des informations* », constate le responsable.

Un ROI rapide

Au sein de cet algorithme de livraison, on retrouve évidemment des données cartographiques, de géolocalisation, les zones de points chauds, mais aussi l'intégration de plusieurs variables. La météo par exemple peut avoir un fort impact sur les commandes et sur les conditions de livraison. Autant d'éléments qui sont traités au sein d'instances AWS. Sur les détails techniques, le dirigeant reste discret, tout en soulignant avoir choisi la région Allemande (Francfort) sur AWS. Un choix qui peut s'expliquer par des questions de latence.

Les bénéfices sont en tout cas au rendez-vous avec une croissance des commandes et des livraisons. Sixte de Vauplane salue « *une architecture très intuitive* » de la plateforme Activate d'AWS. Elle ne nécessite pas de compétences particulières. Depuis la fin du test concluant, Nestor est

facturé par AWS. *« La facturation est de l'ordre de 1000 à 1500 euros par mois. C'est clairement un gain positif pour nous. Le ROI est rapide. »* **Et de conclure :** *« L'offre s'adapte parfaitement à notre business. »*

A lire aussi :

[AWS Lex amène les développeurs sur la voie des chatbots](#)

[Nexity pose les premières pierres de sa migration vers AWS](#)