



Communiqué de presse

Le groupe Nmpp et Kiala annoncent un partenariat à bénéfices multiples

Kiala a choisi de se rapprocher du groupe Nmpp avec l'ambition de presque doubler dans les douze prochains mois son réseau de points de livraison. Pour le groupe Nmpp, cet accord accélère le déploiement de sa jeune filiale de diversification logistique Ocyto, dans le nouveau marché du e-commerce. De même, les deux entreprises contribuent au maintien de la vitalité du réseau de presse, important acteur du tissu local, en leur proposant une activité complémentaire et répondent à leur préoccupation environnementale en faveur d'un transport optimisé des colis.

Paris, le 17 novembre 2009 – Le groupe Nmpp, à travers sa filiale de diversification Ocyto, et Kiala annoncent un accord de collaboration qui permettra à Kiala, 1^{er} réseau européen indépendant de points de livraison, de disposer de 3.000 nouveaux Relais Kiala d'ici fin 2010. Ce réseau comptera alors 6.800 points de livraison en France.

La technologie Kiala, avec toute la richesse de ses fonctionnalités, équipera l'ensemble des nouveaux Relais Kiala, afin de garantir l'uniformité du service et le respect des procédures. L'ensemble des services Kiala (livraison, retour, échanges 1 pour 1, paiement contre remboursement) seront ainsi disponibles dans ce nouveau réseau.

La portée de cet accord, d'une durée de 10 ans, aura de nombreuses répercussions positives dépassant la seule dimension économique des deux sociétés.

Quasi doublement de la densité du réseau Kiala en France

Kiala poursuit sa forte croissance en 2009, avec une augmentation de son chiffre d'affaires de 29% sur les neuf premiers mois de l'année. Cette progression est due notamment à l'activation de nouveaux clients prestigieux tels que Galeries Lafayette, Etam, IKKS, Mistergooddeal, Smartbox, Vente-Privée.com, ...

Kiala constate également que la solution de livraison en relais est de plus en plus plébiscitée par les internautes. En effet, 85% des internautes jugent intéressant de pouvoir choisir entre une livraison à domicile et une livraison dans un relais (étude LSA, novembre 2009) et 43% ont eu recours à ce mode de livraison lors d'une transaction sur internet (étude Fevad/Médiamétrie/NetRatings, Mai 2009).

Dans ce contexte, Kiala souhaite continuer à améliorer son offre de service auprès d'une large clientèle Internet généralement plus urbaine et active, en accentuant la proximité de son réseau en particulier en ville. De même Kiala souhaite anticiper la croissance de ses volumes.

Avec le groupe Nmpp, Kiala a trouvé un partenaire solide en complément de son partenariat existant avec Mondial Relay. Cette nouvelle alliance ne remet en aucun cas en question son partenariat principal avec Mondial Relay. Elle vient le compléter efficacement en lui donnant un avantage concurrentiel fort. Cette alliance comporte un effet de levier considérable pour Kiala et est en cela une opportunité unique. En effet, elle permet à Kiala de poursuivre ses efforts de densification tout en évitant une augmentation importante des coûts fixes de transport. Kiala s'appuie sur les tournées de livraison existantes du réseau Nmpp. Kiala peut ainsi ouvrir trois fois plus de points que si la société avait procédé à cet élargissement avec un acteur traditionnel qui génère des coûts de livraison dédiés uniquement à l'activité de livraison de colis. Dans une démarche traditionnelle, les volumes que Kiala va allouer au réseau Nmpp n'auraient permis d'ouvrir que 1.000 Relais Kiala au lieu des 3.000 prévus au titre de cette démarche originale.

De même le partenariat avec le groupe Nmpp donne accès à des commerces au profil idéal. En effet, les 30.000 points de vente presse, servis par le réseau Nmpp, sont un type de commerce qui a largement démontré sa performance et son adéquation pour offrir un service de livraison en relais.

D'ici juin 2010, ce sont donc 1.500 nouveaux Relais Kiala qui rejoindront le réseau. Fin 2010, 1.500 relais supplémentaires feront passer le réseau français à près de 6.800 Relais Kiala, de très loin le réseau le plus dense en France. Grâce à cette densification, 83% de la population des agglomérations françaises aura un Relais Kiala à moins de cinq cents mètres, contre 58% avant cette densification

«Nous sommes fiers de la portée de cette alliance avec le groupe Nmpp et sa filiale Ocyto. C'est au fur et à mesure des discussions entre nos deux entreprises que nous avons pris conscience de la dimension que cette collaboration revêtait. Nous avons déjà la supériorité technologique et opérationnelle plébiscitée par les clients français ces dernières années. Nous y ajoutons la très importante supériorité en densité, facteur clef d'attractivité d'un réseau de relais. Et en plus, nous faisons cela dans le cadre d'une démarche de développement durable qui nous est chère.», explique Denis Payre, co-fondateur et président de Kiala.

Un partenariat pierre angulaire de la mise en œuvre concrète de la diversification du groupe Nmpp par le développement de sa filiale Ocyto

Dans la démarche d'accompagner l'avenir de la presse écrite et la dynamique des éditeurs, le groupe Nmpp a lancé en 2007 le plan stratégique Défi 2010, de

modernisation de la distribution et de la commercialisation de la presse nationale. La diversification est un des éléments clé de l'avenir pour le groupe.

Dans ce cadre, la filiale de diversification Ocyto a été créée en février 2008 pour développer du chiffre d'affaires par la valorisation de son savoir-faire logistique sur l'ensemble du territoire.

Cette recherche de nouveaux clients, en dehors du monde de la presse mais en cohérence avec lui, est l'une des réponses du groupe à la baisse des ventes de presse subie par l'ensemble de la filière et à sa fragilisation économique.

Dès 2008, plusieurs accords ont été conclus par Ocyto :

- avec Nouvelles Frontières pour diffuser des catalogues de vente de voyages sur leur propre réseau d'agences
- avec Pigmenta assurer la logistique aller retour du recyclage de cartouches d'imprimantes
- avec Interforum, filiale d'Editis, pour grouper la logistique de distribution de colis de livres avec la presse pour les diffuseurs libraires

Cet accord signé avec la société Kiala a été précédé d'une phase de test de plusieurs mois afin de vérifier la bonne adaptation commerciale et logistique de l'offre Ocyto. Lancé sur la région de Versailles, ce test sur une quinzaine de diffuseurs de presse, devenus ainsi points de livraison, a permis de démontrer la pertinence et l'intérêt de l'accord pour les deux parties. Ainsi, le dépôt de presse Nmpp a pu effectuer le recrutement des points de livraison; ses animateurs ainsi que la hotline téléphonique « Diffuseurs Information Services » ont assuré l'animation et le support d'aide à ce réseau de points de livraison. Enfin les retours possibles des colis ont aussi été testés.

Lundi 16 novembre, le déploiement a commencé sur une cinquantaine de points à Paris. D'ici la fin de l'année, ce sont près de 350 points de livraison qui seront opérationnels sur le territoire. L'objectif est d'atteindre 1.500 points en juin 2010 et environ 3.000 points en fin d'année, prioritairement sur les grandes villes.

C'est sur toute la chaîne logistique Nmpp des publications, par l'intermédiaire des plates-formes régionales et des dépôts de presse, que s'appuie la logistique d'Ocyto. Les dépôts de presse assurent les livraisons « du dernier kilomètre » des colis Kiala en même temps que la presse quotidienne et magazine, tous les matins.

De son côté, Rémy Pflimlin, directeur général des Nmpp, déclare : « *cet accord entre notre filiale de diversification Ocyto et Kiala est fondateur pour le groupe car il allie la consolidation indispensable du réseau des diffuseurs de presse, clé de voute des ventes, et notre volonté de diversifier notre activité logistique, pour toujours servir la dynamique des éditeurs de presse dans un contexte mouvant de crise économique. Développer comme cet accord le permet de nouvelles capacités de chiffre d'affaires, notamment en créant du trafic dans les magasins, est une priorité. Il y a là aussi une*

nouvelle preuve que des ponts peuvent être construits entre l'économie d'Internet et celle de la presse écrite. »

Un partenariat en phase avec les préoccupations environnementales grandissantes des consommateurs

On le sait, les consommateurs sont de plus en plus sensibilisés aux questions de protection de l'environnement. Notamment dans le processus d'achat, où le choix du consommateur se porte sur les biens dont le fabricant peut justifier de procédés plus « verts », ou un mode de livraison moins impactant écologiquement,

Grâce à la mutualisation du transport des colis avec les tournées de livraison de la presse, les livraisons Kiala via le réseau des Nmpp auront un faible impact écologique additionnel. En effet, ces tournées s'appuieront sur des tournées Nmpp déjà existantes et ne créeront dès lors que des émissions de CO2 supplémentaires marginales

D'une manière générale, la livraison en relais est déjà une livraison plus « verte » qu'une livraison à domicile. En mai 2009, une étude du VIL (Institut flamand de la logistique/Belgique) a démontré que «le modèle de la livraison en relais permet une réduction de plus de 60% des émissions de CO2 par rapport au modèle de la livraison à domicile», grâce à la combinaison d'une livraison de plusieurs dizaines de colis en un même lieu et d'une partie importante des consommateurs qui retirent leur colis à pied, à vélo ou sur leur trajet vers une autre activité.

Participation à la préservation du tissu local et maintien d'un réseau de presse de qualité

La désertification des centres-villes est un problème majeur souvent dû au départ forcé des commerces de proximité qui ne peuvent rivaliser avec l'arrivée des grandes surfaces. L'une des solutions pour ces commerçants est de trouver de nouvelles sources de rémunération. La diversification de leur activité constitue une réponse.

L'activité de Relais Kiala leur permet en effet de disposer d'une source de revenus supplémentaire. Le trafic dans leur boutique s'en voit également dopé et ils constatent une augmentation de leurs ventes. Enfin, un tel service aide le commerçant à nouer avec cette clientèle un relationnel, facteur souvent différenciant de ce type de commerce.



Contacts presse Kiala : Agence Voice
Isabelle Thillou : 01 73 04 60 54
ithillou@crmvoice.fr

A propos de Kiala

Kiala est le réseau indépendant de Points de Livraison leader en Europe. Le service Kiala permet aux consommateurs achetant à distance (Internet, catalogue et téléachat) de récupérer, payer et retourner rapidement leurs colis où et quand cela leur convient le mieux, ainsi qu'aux professionnels nomades (commerciaux, techniciens ...) de se faire livrer leur matériel commercial et technique. Lancé en 2001, Kiala est opérationnel en Belgique, Espagne, France, Hollande et Luxembourg. Le réseau compte à ce jour plus de 5 250 Points de Livraison Kiala (commerces de proximité - épicerie, pressing, librairie ...) et traite jusqu'à 78 000 colis quotidiennement.

Kiala est disponible auprès de plus de 200 enseignes, dont les principaux acteurs du e-commerce (AchatVIP, CDiscount, BrandAlley, Galeries Lafayette, Mistergooddeal, Pixmania, Rue du Commerce, Sarenza, Spartoo, Vente Privée...), des enseignes majeures de la distribution présentes sur Internet (Bata, Du Pareil au Même, Esprit, Etam, Feu Vert, H&M, IKKS, Lavazza, Nespresso, Promod, Smartbox...), les principaux groupes de vente à distance européens (Bertelsmann, Damart, Neckermann, Klingel, Redcats, Yves Rocher...) et les opérateurs de télécommunication ou les fabricants de produits électroniques pour des services à forte valeur ajoutée (ex : services d'échange de type « swap » pour le service après vente de Belgacom, Free, SFR et de HP ou encore IBM, NCR et Philips Medical pour la livraison de pièces détachées aux techniciens de maintenance).

La société connaît une croissance importante depuis son origine avec un chiffre d'affaires passé de 1,4 million d'euros en 2002 pour sa première année pleine d'activité à 26 millions d'euros en 2008. Lors des 9 premiers mois de 2009, Kiala a connu une croissance de son chiffre d'affaires de 29%. Le chiffre d'affaires attendu en 2009 est de 31,5 millions d'euros.

Site web www.kiala.com

À propos du groupe Nmpp

Le groupe Nmpp est un acteur majeur de la distribution et de la commercialisation de la presse écrite dans toute sa diversité, en France et dans une centaine de pays. Chaque année, ce sont plus de 3500 titres de presse quotidienne nationale, magazine et plusieurs milliers de produits multimédia et encyclopédies qui sont distribués. Le groupe Nmpp contribue au développement du réseau des 30 000 points de vente de presse. Il pilote directement une cinquantaine de dépôts et 14 filiales à l'étranger. Il développe et anime, à travers ses filiales AAP et Seddif, plus de 2400 kiosques et magasins spécialisés en France. Il élargit actuellement son activité à de nouveaux marchés qui s'appuient sur son expertise reconnue en logistique. Chaque jour, le groupe Nmpp rapproche les consommateurs de la presse et d'autres produits du quotidien.

A propos de la filiale Ocyto

Créée en février 2008 dans le cadre du projet stratégique Défi 2010, Ocyto a pour objectif de développer du chiffre d'affaires par la diversification logistique. Plusieurs entreprises font déjà confiance à Ocyto :

- Nouvelles Frontières, pour qui on diffuse maintenant et depuis près de deux ans tous les catalogues de vente de voyages sur son propre réseau d'agences
- Pigmenta, jeune société spécialisée dans le recyclage de cartouches d'imprimantes, pour qui tous les flux logistiques allers et retours avec les points de vente sont organisés
- Interforum, filiale d'Editis, pour qui on assure une livraison groupée de colis de livres avec la presse pour de très nombreux diffuseurs libraires