

# Kiala : des colis au plus proche des consommateurs

■ Kiala gère un réseau de points de dépôt de colis au plus près des consommateurs finaux à un coût abordable, avec un système d'alerte qui permet aux clients de se déplacer sans perdre de temps.

“**N**os clients apprécient de ne pas être tributaires des horaires de La Poste”, constate Stéphane Treppez, Pdg de sarenza.com, site internet de vente de chaussures. “Pour nous, la livraison en points relais coûte moins cher que les colis postaux car le dernier kilomètre n'est pas pris en charge<sup>(1)</sup>. Le client final va chercher son paquet chez un commerçant de son quartier sélectionné comme « point relais » par Kiala. Sur plusieurs centaines de milliers de colis que nous expédions chaque année, la part de ces livraisons en dépôt est significative et en augmentation. C'est un prestataire capable de traiter les pics de commandes pendant les soldes, par exemple, et qui dispose d'un réseau de points relais déjà établi.” Le dépôt des colis chez des commerçants proches du domicile est une alternative pour les personnes qui travaillent et notamment celles qui vivent en maison individuelle ou n'ont pas de gardien.

## La France, un pays majeur pour Kiala

Kiala, créée au Benelux il y a sept ans, s'installe en France en 2002. Denis Payre et Marc Fourrier en sont les fondateurs et investisseurs aux côtés de fonds d'investissement dont ceux de La Poste et de TNT, poste hollandaise. Le développement à l'international s'impose pour rentabiliser l'investissement technologique. Kiala s'im-

plante en Espagne cette année. En 2007, elle a créé 400 points relais en Autriche. Elle disposait déjà de 450 points en Belgique et 400 aux Pays-Bas. Sur les 4 662 points relais que compte son réseau, 3 629 sont situés en France. Dix millions de colis transitent par ce biais en Europe, chaque année, dont 6 millions dans notre pays.



“Nous avons investi 20 millions d'euros en technologie pour industrialiser les points relais”.

PHILIPPE DELAÏDE,  
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE KIALA FRANCE

Très important aussi dans le secteur des ventes de chaussures par internet, Kiala gère les retours de colis. “Il permet à nos consommateurs d'essayer leurs chaussures chez eux et de retourner leur commande facilement et gratuitement si le modèle ne leur plaît pas”, confie Paul Lorne, associé fondateur de spartoo.com dont 25% des clients avaient déjà choisi ce mode au bout de deux mois de mise en service.

## Simple pour les commerçants

“Nous avons voulu professionnaliser et industrialiser les points relais qui existaient déjà depuis une quinzaine d'années, notamment pour La Redoute et les 3 Suisses”, explique Philippe Delaïde, directeur général de Kiala France. “Nous avons un partenariat avec le réseau des 3 Suisses, Mondial Relais, depuis 2002. Ce qui donne accès à 3 630 points de livraison en France. Le client est informé par téléphone, ou par tout autre moyen, que son colis l'attend.” En effet, le flashage de l'étiquette du paquet à son arrivée en boutique enclenche l'envoi d'une information chez le fournisseur et chez le client final. Les réapprovisionnements se font automa-

tiquement. Le colis est reflashé quand le client vient le chercher.

Kiala sélectionne les commerçants qui joueront le rôle de points relais, les forme et anime leur activité. Les marchands de journaux arrivent en tête (21%), suivis par les pressings blanchisseries (15%), les libraires (13%) et les fleuristes (10%), le reste étant dispersé sur différentes activités. “Nous avons été sollicités par Kiala il y a un an”, témoigne Alain Daïan, gérant d'Alan Park à Paris, une boutique de bijoux fantaisie et d'accessoires de mode. “Nous traitons une trentaine de colis par jour. À Noël, le local que nous y consacrons est plein. Ce service nous amène de la clientèle, à nous de savoir lui vendre notre marchandise. L'e-commerce ne se fait pas au détriment du petit commerce.”

À 0,30 centime d'euro le colis déposé, cette activité n'est qu'un revenu d'appoint. “Il faut que le dispositif soit simple pour les commerçants”, ajoute Philippe Delaïde. Ils disposent d'un terminal portable (PDA, personal digital assistant), assez petit, qui sert notamment à flasher les colis. Le client y appose une signature électronique : il signe sur l'écran, le dessin est mémorisé. La transmis-



sion des informations a lieu au moment du raccordement à l'ordinateur de la boutique, deux fois par jour. Quand le commerçant est en vacances ou s'il est malade et qu'il a prévenu Kiala, les livraisons sont reroutées vers un autre point relais.

### Des livraisons très sûres

"Nous avons investi 20 millions d'euros en technologie pour industrialiser les points relais", précise Philippe Delaïde. "La plate-forme technologique, créée par Kiala dont

c'est le cœur de métier, permet d'automatiser toutes les activités de transport et de livraison. Nous avons la responsabilité du colis et nous coordonnons les acteurs." La société, qui se définit comme un commissionnaire de transport, sous-traite la logistique. La récupération des produits commandés chez les fournisseurs est assurée par Geodis qui va les livrer dans le hub national de Kiala, confié à Norbert Dentressangle. Là, les colis font l'objet d'un premier tri assez fin vers 280 desti-

Le dépôt des colis chez des commerçants proches du domicile est une alternative pour les personnes qui travaillent.

nations. "Nous gagnons en délai à trier le plus tôt possible", explique Philippe Delaïde. Les commandes repartent alors dans les 21 agences de Mondial Relais qui préparent les tournées de camionnettes jusqu'aux points relais. Bien que les livraisons puissent avoir lieu tous les jours, ce n'est pas du colis express. Les délais sont à J+2 ou J+3. L'important est que le consommateur ne se déplace par pour rien.

Le terminal portable chez le commerçant permet aussi à Kiala de vérifier qu'il respecte la procédure. "Les points relais sont très sûrs", constate Philippe Delaïde. "Sur toute la chaîne, le risque est plus important sur le segment du transport. Nous avons 0,1 % de pertes et 0,3 % avec l'électronique."

### Dépôt de pièces détachées, d'appareils à réparer...

Les raisons d'utiliser les points relais se développent. TV Numéric, opérateur de télévision numérique terrestre, y recourt pour fournir ses clients en récepteurs.

"La livraison de colis chez des commerçants du réseau Kiala permet d'élargir notre clientèle à une population qui travaille et est peu disponible",

ALEXANDRE BARON, DIRECTEUR LOGISTIQUE ET SERVICE CLIENTS

## L'économie à la livraison est répercutée sur le client



"La livraison de colis chez des commerçants du réseau Kiala permet d'élargir notre clientèle à une population qui travaille et est peu disponible", indique

Alexandre Baron, directeur logistique et service clients de Brandalley, qui vend par internet des articles de mode à prix réduit depuis 2005. "C'est un service en plus pour un coût intéressant." L'économie réalisée est répercutée sur le client. Deux mois après la mise en place de ce mode de livraison fin 2007, un client sur cinq l'utilisait.

Le site Brandalley.fr connaît une forte progression – nombre de commandes multiplié par quatre de 2006 à 2007 –, et doublement prévu pour 2007-2008. La société

a confié sa logistique d'entreposage à L4-Logistics. "Ce prestataire accompagne les sociétés dans leur croissance et à un coût supportable dès le début du fait qu'il dispose d'une plateforme technologique mutualisée", explique Alexandre Baron. Il sait traiter de la logistique fine et prendre en charge des dossiers de différente taille." L4-Logistics prépare les commandes une fois qu'elles ont été considérées comme exécutables par Brandalley. Une partie des envois est dirigée in fine vers le réseau Kiala.

De l'électroménager à réparer peut y être apporté. Free.fr, qui n'a pas de boutique, y livre ses modems et y échange les anciennes versions contre les nouvelles. IBM y dépose des pièces détachées pour ses techniciens de maintenance.

Kiala propose également aux petits fournisseurs des outils informatiques pour, par exemple, imprimer les étiquettes à code-barres. Les informations récoltées au cours de son activité – adresse mail ou numéro de portable périmés – sont retransmises à l'entreprise.

### Monique Trancart

(1) Économie de 10-15 % par rapport à un colissimo ordinaire, selon Kiala.