

Anticipant le boom du e-commerce et de la télévente ainsi que la difficulté pour des actifs de récupérer leurs colis, Denis Payre et Marc Fourrier ont créé la société Kiala en 2000. S'appuyant sur une plate-forme technologique innovante, Kiala développe des réseaux de proximité qui permettent aux consommateurs et aux professionnels nomades de récupérer, payer ou retourner rapidement leurs colis. Après avoir levé près de 30 M€ de fonds, Kiala est devenue leader en Europe avec 4.450 points relais et compte poursuivre son expansion.

KIALA

« *Transformer une logique de livraison BtoC en BtoB* »

Avec le développement des sites Internet et de l'ADSL, commander en ligne à toute heure est devenu un jeu d'enfant. Mais comment et quand réceptionner le colis ? Comment éviter de payer en ligne ? Et que faire si l'achat ne convient pas ? Autant de réticences qui se voient balayées par le système des points relais. Le principe en est simple : des commerçants de

proximité (stations service, supermarchés, supérettes, tabacs, commerce de quartiers...) réceptionnent les colis à la place des consommateurs qui peuvent aller les chercher où et quand cela leur convient le mieux. Cependant, pour que le commerçant puisse réellement bénéficier de cette nouvelle clientèle potentielle, il ne doit pas être trop absorbé par cette activité annexe, ni perturbé par d'éventuels problèmes qu'elle pourrait susciter. C'est pour faciliter la vie des actifs comme celle des commerçants que les deux fondateurs de Kiala ont eu l'idée de développer une plate-forme technologique adaptée.

Deux patrons de choc

Tout commence en 2000. Marc Fourrier, Polytechnicien, diplômé du MIT en économie de la logistique et co-fondateur d'Euro sept Associés, Cleversys, Wavecom et Hlog s'associe à Denis Payre, co-fondateur de Business Objects et créateur de l'association Croissance Plus. Tous deux créent à Bruxelles la « première société de mise en place de réseaux de distribution de proximité. Nous avons commencé par la Belgique et le Luxembourg parce que ce sont de petits pays proches des grands de la VAD allemands et du Nord de la France », relate Denis Payre. En plus de leurs 3 M€ de capital initial, ils parviennent en 2001 à lever 14 M€ auprès de six investisseurs institutionnels : Arts Alliance (Royaume-Uni), spécialisé dans la distribution et le e-commerce, Déficom (Belgique) et Part'Com (Caisse des dépôts et consignations, France), rompus aux infrastructures liées aux média et aux technologies, Logispring (TNT Post Group et Booz-Allen & Hamilton, Pays-Bas) proche du secteur logistique,

50



Denis Payre,
Co-Directeur de Kiala :
« **Nous avons voulu automatiser le process, surtout de traçabilité et de notification** ».

Bonne nouvelle.

Vous payez

trop cher vos

transports en

sous-traitance !

Chez **Central Line**, nous pouvons y faire quelque chose. Vous payez trop, cela ne fait pas l'ombre d'un doute. Et nous vous le prouvons. Nos solutions **rationnelles** (*) pour des achats logistiques **efficaces en termes de coût** vous montrent clairement la manière la plus intelligente d'organiser vos transports routiers, maritimes et aériens. Vous en voulez la preuve ? Visitez www.centralline.eu pour trouver toutes les informations.

CENTRAL
LINE
THE SMART WAY

(*) Central Line est le distributeur exclusif de software & consultancy de  **STÄDTLER**

Sofindev (Belgique) et West LB (Allemagne). Deux autres investisseurs les rejoignent lors d'un second tour de table effectué en avril 2003 qui rassemble 12,8 M€ : XAnge Capital, proche des Postes françaises et AGF Private Equity.

Dès octobre 2002, Kiala se lance en France par l'intermédiaire d'un partenariat avec Mondial Relay, outil de distribution des colis du groupe 3 Suisses International. « *Compte tenu de l'existence du réseau de La Redoute et des 3 Suisses, le volume de colis restant ne permettait pas de créer un troisième réseau. Nous nous sommes donc associés à ces derniers en leur proposant de professionnaliser le métier* », explique Denis Payre, Administrateur délégué de Kiala, qui s'est aussi implantée simultanément aux Pays-Bas.

Une plate-forme technologique innovante

Car au-delà de la confiance des investisseurs, la clef de voûte du dispositif réside dans le développement du système d'information et des technologies mises en œuvre. Ils ont d'ailleurs englouti 18 M€ d'investissement sur 5 ans (6 millions au départ plus 2 à 2,5 millions par an). « *Nous avons voulu automatiser le process, surtout de traçabilité et de notification* », indique le co-fondateur. En effet, chaque point relais est doté d'un terminal Symbol Palm OS (migration prévue sur Windows CE) pour standardiser et accélérer les opérations de remise de colis et de paiement. Muni d'un modem pour échanger des données deux fois par jour et d'un lecteur code barres pour faciliter la gestion du processus de livraison/reprise de colis, ce PDA supprime tout traitement papier par une signature digitale.

De plus, les clients peuvent suivre aisément leur colis via Internet. Informés de leur arrivée sur le point Kiala de leur choix via des systèmes de messagerie automatique (voix, SMS, e-mail), ils sont également relancés automatiquement en cas de non récupération du colis au bout de 5 jours. Autant d'opérations qui évitent des recherches et des réclamations inutiles au commerçant. Enfin, Kiala recourt à de puissants outils de géomarketing pour définir le positionnement de ses points relais en Europe.

Trois modèles différents

Aujourd'hui, avec un chiffre d'affaires de 25 M€ (contre 1,2 M€ en 2002), Kiala est tout juste rentable. La société emploie 80 personnes qui recrutent et animent les réseaux de points relais et développent les systèmes. Avec 4.450 points relais en Europe, elle traite jusqu'à 65.000 colis par jour. La société s'appuie sur trois modèles différents. En Belgique, Kiala possède son propre entrepôt central ainsi que son propre réseau

de 400 points relais. Aux Pays-Bas, elle possède son réseau mais sous-traite en totalité les prestations amont. En France, les prestations de tri amont sont sous-traitées à Wincanton et Kiala s'adosse aux 3.500 points de Mondial Relay. En augmentant les flux, l'apport de nouveaux clients réduit les coûts administratifs et de transport de Mondial Relay. De son côté, Kiala bénéficie de l'implantation du réseau et assure la confidentialité des données de chaque vendeur à distance. La desserte des entrepôts dépôts régionaux des 3 Suisses est confiée à Kuehne + Nagel et à Geodis. TAT Express gère quant à lui les transports retours.

Deux axes de développement

Sur le plan géographique, Kiala compte poursuivre son expansion avec l'ouverture d'ici 2007/2008 de nouveaux pays : le Royaume-Uni (pilote en cours à Manchester sur 150 points relais), l'Allemagne ainsi que l'Autriche, l'Espagne et la Russie.

« *L'Allemagne et l'Angleterre s'inscrivent dans notre stratégie vis-à-vis de la VAD. Les autres pays sont plus des opportunités. Nous y sommes sollicités par des vendeurs à distance locaux qui nous font confiance* », commente Denis Payre.

Sur le plan des activités, en plus des grands de la vente à distance européens (Bertelsmann, Damart, GUS, Karstad Quelle Neckermann, Klingel, Otto, Pinault Printemps

Redoute, Yves Rocher...), Kiala travaille aussi pour les acteurs du commerce en ligne comme Carrefour Multimedia, C discount, M6 Boutique, Nomatica, mypixmania.com... Elle étend d'autre part son concept de points de livraison à de nouveaux secteurs, tels que la livraison de produits promotionnels pour des sociétés de biens de consommation ou des telecom, le retour vers des centres de réparation ou l'échange d'appareils électroniques (Free, HP, Fujitsu Siemens, Motorola, Nokia...), l'approvisionnement quotidien en pièces détachées de techniciens de maintenance (IBM, Apem, Motrac, Otis, Unisys...) et d'autres professionnels nomades qui doivent se faire livrer tôt le matin en vue de leurs interventions de la journée. Kiala compte poursuivre sa croissance en capitalisant sur ces deux axes et démontrer ainsi que les investissements moyen terme s'avèrent payants...

Cathy Polge

