

Créée par des professionnels de la VAD, la société Orium s'est immédiatement positionnée sur le marché du e-commerce. Mais pour ce prestataire logistique très spécialisé, la logistique fait partie intégrante de la relation commerciale entre l'e-commerçant et l'acheteur. A ce titre, elle participe à la création de valeur et s'inscrit dans le cadre d'une approche globale qui séduit à la fois les Pure Players et les entreprises plus traditionnelles qui s'ouvrent progressivement à la vente en ligne.

# Orium

## Le prestataire des e-commerçants

« *La logistique est un élément clé dans la relation client* », lance Olivier Moreau, PDG de la société Orium. Pour cet ancien professionnel de la VAD, pas de doute : la logistique du e-commerce exige une approche globale et une forte proximité relationnelle avec le client.

Basée à Seiches sur le Loir (49), cette entreprise de 14 M€ de CA connaît depuis sa création une croissance de 50 % par an en moyenne. Son offre se distingue des autres acteurs plus traditionnels par une volonté d'aller au-delà d'une prestation d'entreposage pour englober le traitement des commandes, la gestion des paiements, le

suivi des colis et le SAV. Pour servir ses clients, Orium dispose de huit plates-formes logistiques, d'un centre de contacts multi canal et d'un système informatique autonome dédié au e-commerce. « *Notre stratégie s'articule autour de trois axes, explique Olivier Moreau : le pilotage des flux et le contrôle des opérations, la capacité à gérer efficacement et rentablement les opérations et l'intégration de la culture e-commerce dans des approches de type cross canal.* » Orium, qui se targue de n'avoir perdu aucun client depuis sa création, travaille pour le compte de marques très connues, mais également de petits e-commerçants qui se lancent sur le marché sans pour autant disposer de moyens logistiques en propre : « *C'est là que la mutualisation prend tout son sens* », indique encore Olivier Moreau, non sans rappeler que même une TPE peut disposer de l'infrastructure et de l'organisation d'Orium. « *Ici nous gérons des comptes réalisant 3.000 à 500.000 commandes. Pour répondre à une telle variété de clients, nous avons mis en place une des cellules polyvalentes disposant de ressources matérielles et techniques mutualisées afin de réduire les coûts* ». Face à cette organisation, l'offre commerciale se décline en trois grandes familles : le club 10.000 (un espace de 4.500 m<sup>2</sup> dédié aux entreprises de moins de 10.000 commandes par an), l'offre senior (les sociétés de taille moyenne) et l'offre major, pour celles qui dépassent le million d'euros de chiffre d'affaires.

### Du e-commerce à la logistique traditionnelle

Issu du marketing direct au sein de grands groupes (Bolloré, PPR...), Olivier Moreau a voulu réconcilier trois univers souvent éloignés : logistique, CRM et Web-informatique. « *Au moment de créer Orium, nous*

La mécanisation permet à Orium de traiter 50.000 commandes en quelques heures.



©DR



Olivier Moreau,  
PDG de  
la société Orium

### A propos d'Orium

**C**réée en 2002 Orium développe son activité autour de trois métiers : La relation client, la Web-informatique et la logistique. Avec un effectif de 140 personnes, l'entreprise possède des implantations à Angers, Lyon et Paris. Une plate-forme est en cours de construction à Mâcon. L'entreprise est également présente en Suisse, au Portugal, en Espagne, en Italie, en Allemagne et au Royaume-Uni. Ses principales références sont Smart & Co, Wanimo, Rustica, Nielsen, Marie Claire, Delpeyrat, La Bagagerie, Klorane, Nuxe... Orium réalise 1,5 million d'expéditions par an. Sa croissance moyenne tourne autour de 50 % par an.

*sommes partis du constat qu'il n'y avait pas de logistique intelligente pour les PME. Or l'e-commerce touche précisément beaucoup de petites sociétés nécessitant une logistique fine sur un faible volume de commandes. Notre offre a été construite en grande partie pour répondre à leurs besoins. Reste qu'aujourd'hui, de plus en plus de prestataires souhaitent se développer sur le marché porteur du e-commerce, ce qui tend à banaliser les prestations. Pour se distinguer, il faut être en mesure de remonter dans la chaîne de valeur et d'offrir des services d'e-marketing ou de CRM. C'est très exigeant et beaucoup plus difficile à réaliser, mais*

*c'est également beaucoup plus rémunérateur. Une sorte de cercle vertueux dans lequel l'innovation génère le cash... lequel permet d'innover* ». Conscient que la compétition va devenir plus rude sur le terrain du e-commerce, Olivier Moreau n'entend pas se cantonner à ce domaine, mais plutôt capitaliser sur un savoir-faire spécifique pour l'appliquer à d'autres secteurs d'activités : « Pour commencer, nous allons bientôt proposer



Sur le site de Seiches sur le Loir un grand nombre d'opérations sont mécanisées. L'automatisation permettrait de réduire les coûts de près de 50 %.

*une offre Healthcare en logistique traditionnelle. Par ailleurs, nous constatons que de plus en plus d'entreprises s'ouvrent au cross canal. Là encore, nous voyons une opportunité de proposer une logistique globale incluant le pilotage des flux traditionnels, comme ceux générés par la vente en ligne. Avec une bonne présence européenne et Reflex, notre nouveau système informatique, nous sommes prêts à relever ce genre de défi* ».

### « Avec une R & D de 50 personnes, on se sent rassuré ! »

Depuis sa création, Orium a développé ses propres outils informatiques. Face à la croissance et à la diversité des clients, l'entreprise décide en 2008 de consulter les grands acteurs du marché pour investir dans un système informatique à la hauteur de ses besoins : « Après une large consultation des solutions existantes, notre choix s'est porté sur le progiciel Reflex de l'éditeur Hardis. Nous avons été séduits par une couverture fonctionnelle très large qui répondait assez bien aux besoins du e-commerce. En effet, si nos premiers clients n'étaient pas très exigeants en matière de traçabilité, à présent, elle devient indispensable. D'ailleurs une dizaine de nos comptes appartiennent au secteur agroalimentaire avec des dates de consommation et de péremption à respecter. Avec Reflex, non seulement nous pouvons les aider à choisir le lieu de destination (domicile, point relais, magasin...), mais nous pouvons également fixer un délai de livraison et assurer une traçabilité qui peut s'étendre (si nécessaire) au numéro de série non séquentiel pour une gestion à l'unité près ». Des spécificités un peu inhabituelles pour un logiciel conçu pour des environnements plus traditionnels. Pour autant, Jean-Yves Costa, Directeur de l'activité logistique ne s'en plaint pas. Au contraire. Interrogé sur ce

sujet, il estime que son client fait progresser l'outil : « Orium est un client récent qui nous challenge quotidiennement. Cela nous conduit à développer du spécifique, mais je dois dire que cela enrichit également le progiciel. Il est vraiment indispensable pour un éditeur comme Hardis de pouvoir s'adapter à ces nouveaux métiers. A cet égard, je ne doute pas qu'Orium va encore signer avec de nouveaux clients « spécifiques » pour lesquels il faudra encore faire preuve d'adaptabilité et d'innovation ». De son côté, le PDG d'Orium n'est pas inquiet : « Quand Hardis commence à bosser sur un sujet, avec son service R&D de 50 personnes, on se sent franchement rassuré ! »

### 100.000 coffrets cadeaux par jour

Sur sa plate-forme logistique de Seiches sur le Loir, Orium traite une trentaine de clients petits, moyens et gros. Parmi les clients du prestataire, des coffrets cadeaux traités sur une chaîne mécanisée d'une capacité de 100.000 unités/jour. Les commandes sont saisies dans l'ERP maison et transmises ensuite dans Reflex. Le WMS détermine les missions de prélèvement en optimisant le chemin de ramasse. Les opérateurs valident les missions une fois réalisées. Une chaîne mécanisée a été installée pour traiter les expéditions vers les clients en B to C, ce qui, selon Olivier Moreau, réduit les coûts d'environ 50 %. Une étiquette transport est automatiquement éditée, parfois accompagnée d'un message personnalisé que le client a souhaité associer au paquet cadeau. L'édition de l'étiquette déclenche la validation de la commande dans l'ERP, puis l'information redescend dans Reflex qui met à jour le stock automatiquement. Orium est capable de préparer et d'expédier en quelques heures une commande de 50.000 coffrets en restituant par EDI l'ensemble des mouvements. Pour Olivier Moreau, la force d'Orium est de pouvoir traiter des dossiers cumulant beaucoup de contraintes : distribution multicanal, forte volumétrie, mécanisation, personnalisation retardée, délais à respecter, traçabilité... Conscient du potentiel, le dirigeant d'Orium reste toutefois lucide : « Nous voulons grandir... mais pas grossir, aime-t-il à répéter. Nous sommes une PME innovante mais avec des valeurs fortes. Nous tenons à nous développer mais sans perdre de vue nos fondamentaux. » Début juin, l'entreprise inaugurera une nouvelle plate-forme de 12.000 m<sup>2</sup> à Macon. Ce site entièrement mécanisé accueillera « d'anciens clients mais aussi de nouveaux en cours de signature », annonce sans plus de détails Olivier Moreau. Cette implantation près de Lyon pourrait constituer une nouvelle étape dans le développement de cette jeune entreprise. En tout état de cause, Orium fait incontestablement partie des quelques pionniers qui apportent un renouveau tant dans l'approche du métier que dans la mise en place de solutions multi canal. A ce titre, elle ouvre de nouvelles pistes et mérite d'être observée avec intérêt. **JPG**