



Communiqué de presse

Kiala réalise une croissance de 32% en 2009

67 nouveaux clients, une collaboration avec tous les Web marchands majeurs, une croissance forte de la densité de son réseau, le respect de l'environnement : Telles sont les clés de la réussite de Kiala

Paris, le 17/02/2010 – Kiala, le réseau indépendant de Points de Livraison leader en Europe, continue sa progression en 2009 surfant sur le secteur porteur du e-commerce qui poursuit sa croissance soutenue (26% selon l'indice de la Fevad 2009). La société ne connaît pas la crise et réalise un chiffre d'affaires de 33,6 millions d'euros en 2009, en hausse de 32% par rapport à 2008. Elle signe également un nouveau record de 136.000 colis traités en un jour.

Kiala, le partenaire clé de l'ensemble des Web marchands majeurs

Cette croissance découle de deux Grands Chelems finalisés cette année : le Grand Chelem de l'e-commerce et le Grand Chelem des fournisseurs d'accès internet. En effet, en ajoutant Amazon.fr et Vente Privée à son portefeuille, Kiala collabore désormais avec tous les plus grands Web marchands en France qui ne sont pas liés à une infrastructure logistique interne. Par ailleurs, Kiala collabore avec les 3 plus grands fournisseurs d'accès Internet que sont Free, Orange et SFR.

Denis Payre, Président de Kiala, souligne : « *Si l'on reprend le top15 des sites marchands français et qu'on exclut les marchands pour lesquels nous n'avons pas d'offre ou qui ont leur propre solution interne de relais, Kiala est parvenu à attirer tous les marchands de ce top 15. En plus de Amazon et Vente Privée qui nous ont rejoint en 2009, nous avons déjà séduit Carrefour on-line, CDiscount, Mistergooddeal, Pixmania, et Rueducommerce* ».

Kiala a également mis en place des partenariats avec tous les plus grands acteurs du développement photo comme Photobox, Photodiscount, Photoservice.com, Photostation, et Photoways.

En outre, Kiala renforce sa présence sur le segment de la distribution multi-canal avec l'arrivée de marques telles que Etam, Galerieslafayette.com ou encore IKKS. Il porte à plus de 220 le nombre de ses clients actifs dans au moins un des 5 pays où il est présent. Au total 67 nouveaux clients ont rejoint le réseau en 2009.

Un service plébiscité pour son côté pratique et respectueux de l'environnement

Les consommateurs quant à eux ne s'y trompent pas : ils sont 43% à avoir eu recours à la livraison en relais au cours du premier semestre 2009¹ et 85% des internautes commandant sur le Net jugent intéressant de pouvoir choisir entre une livraison à domicile et une livraison en Relais². Le modèle Kiala répond à leur besoin de gain de temps et

¹ Baromètre Fevad - Médiamétrie/netratings mai 2009

² Etude LSA 2009 sur un échantillon de 1008 personnes représentatif de la population française, âgées de 18 ans et plus

aussi à une volonté de plus respecter l'environnement : la livraison en relais génère 60% de CO₂ en moins que la livraison à domicile (source: étude de juin 2009 du VIL - Institut flamand de la logistique).

Une densification majeure de son réseau de Relais Kiala

En 2009, une étude clients a mis en évidence que 79% des clients Kiala considèrent la proximité comme un argument clé du choix de la solution Kiala. Suite à cette étude, Kiala a souhaité accentuer la proximité de son réseau, en particulier en ville, et anticiper la croissance de ses volumes. Kiala a mis en place un accord de partenariat avec le réseau Presstalis (ex-Nmpp). En s'alliant avec le groupe Presstalis, Kiala a trouvé un partenaire solide en complément de ses partenariats existants. Cette alliance lui permet de poursuivre ses efforts de densification en ajoutant 3.500 nouveaux Relais Kiala pour atteindre plus de 7.000 Relais Kiala en 2011. Ce partenariat est également un partenariat durable puisqu'il s'appuie sur l'utilisation des tournées de livraison existantes de la presse, ce qui engendrera des émissions de CO₂ supplémentaires marginales. Par ailleurs, il permet de contribuer à la préservation des commerces de proximité et au maintien de la vitalité de la distribution de la presse.

Sur le plan international, Kiala a poursuivi son expansion en Espagne avec le lancement de son réseau national et l'activation de 6 clients de premier plan.

"Nous avons connu une forte croissance en 2009, malgré la crise. Ce succès s'appuie sur cinq ingrédients principaux : une technologie unique, actuellement en version 9 qui a fait ses preuves avec plus de 60 millions de transactions traitées depuis son lancement ; le réseau le plus dense en France ; une offre paneuropéenne; une parfaite indépendance et une expérience de bientôt 10 ans dans un métier complexe et exigeant. En 2010, nous continuerons de proposer des innovations et de développer notre réseau pour maintenir notre position de réseau indépendant leader en Europe" déclare Denis Payre, Président de Kiala.

À 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 5 000 Points de Livraison Kiala (commerces de proximité - épicerie, pressing, librairie ...) et traite jusqu'à 136 000 colis quotidiennement.

Kiala est disponible auprès de plus de 220 enseignes, dont les principaux acteurs du e-commerce (AchatVIP, Amazon, CDiscount, BrandAlley, Photoways, 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 des sociétés High Tech 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 annuelle pondérée de 58% depuis son origine avec une augmentation de son chiffre d'affaire passé de 1.4 Million d'Euro en 2002 pour sa première année pleine d'activité à 33.6 Millions d'Euro en 2009. En 2009, la croissance du chiffre d'affaire a été de 32% malgré la crise. <http://www.kiala.com>.



Contacts presse Kiala : Agence Voice
Isabelle Thillou / Florence Calba 01 73 04 60 54 / 55
ithillou@crmvoice.fr / fcalba@crmvoice.fr