

Kiala annonce une accélération de sa croissance qui passe à 46% au premier semestre 2010,

l'arrivée de 41 nouveaux clients incluant de nombreuses marques prestigieuses

et trois nouveaux trophées de l'innovation en Europe

Paris, le 08/07/2010 – Après une croissance de 32% de son chiffre d'affaires en 2009 malgré la crise, Kiala, le réseau indépendant de Points de Livraison leader en Europe, annonce un chiffre d'affaires de 22 millions d'euros sur le premier semestre 2010, en progression de 46% par rapport au premier semestre de 2009.

Kiala, le partenaire stratégique des e-marchands et acteurs du multi-canal

Avec l'arrivée d'Amazon.fr et Vente Privée dans son portefeuille fin 2009, Kiala collabore désormais avec le top 15 des plus importants e-marchands en France qui ne sont pas liés à une infrastructure logistique interne. Le succès du service Kiala auprès du client final de ces grands e-marchands ne cesse de croître et explique en partie de l'accélération de la croissance de Kiala.

Par ailleurs, Kiala continue d'attirer de nombreux e-marchands et acteurs du multi-canal dans des secteurs d'activités très diversifiés comme le textile, la photo, le sport, la maison.... Depuis janvier 2010, ce ne sont pas moins de 41 nouveaux clients qui ont déjà rejoint le service Kiala en Europe. Parmi eux, en France, on retrouve des marques prestigieuses comme Aigle, Bazarchic, Celio, Esprit, Fotodiscount, Fruit Rouge, Gemo, Grosbill, M&S Mode, Photoways, Plantes et Jardins, Puma, Rip Curl, ou encore Tati.

3 nouveaux trophées en Europe récompensant le leadership de Kiala en terme d'innovation

Depuis son lancement, Kiala a reçu régulièrement des trophées pour le caractère innovant de son service et de sa plateforme technologique. Kiala a notamment été primé en 2008 en France, par deux fois, pour son nouveau service breveté d'échange un pour un, confirmant sa position de leader sur le marché de la livraison de colis en Relais.

En mars dernier, une nouvelle innovation de Kiala s'adressant aux acteurs du multi-canal a été primée aux Pays-Bas, pays où cette innovation vient d'être lancée. De plus, le service Kiala vient à nouveau d'être primé deux fois en Espagne, en mars et en juin, pays où Kiala s'est lancé en juin 2009.

Le *Supplier Innovation Award*, prix prestigieux octroyé par Thuiswinkel.org, l'association hollandaise du e-commerce et de la vente à distance, récompense le fournisseur qui a réalisé la meilleure innovation en vue d'améliorer le développement du e-commerce. C'est ainsi qu'une nouvelle initiative de Kiala a été primée. Cette innovation constituait une demande forte de la part des enseignes physiques qui mettent en oeuvre une stratégie multi-canal de vente par internet et souhaitent utiliser leurs réseaux de commerces comme relais pour la livraison de leurs colis. Ce nouveau service permet de proposer trois fonctionnalités spécifiques aux acteurs de ce secteur.

Tout d'abord, la suggestion des magasins de l'enseigne multi-canal dans l'outil de géolocalisation de Kiala « Locate and Select ». Ces magasins ne distribuent que les colis de leur enseigne. Ensuite, il permet la constitution d'un réseau de Relais Kiala personnalisé, complémentaire au réseau de magasins physiques et ne suggérant pas de Relais Kiala situés dans la zone de chalandise des boutiques de l'enseigne. Enfin, il met à disposition la technologie Kiala en mode SAAS pour

permettre aux boutiques de l'enseigne qui deviennent des Relais Kiala dédiés à l'enseigne de pouvoir administrer facilement leur flux de colis et bénéficier de l'ensemble des services à valeur ajoutée de la plateforme technologique Kiala sans avoir à développer un nouvel outil informatique. Cette innovation permet aux enseignes de réseaux de boutiques de faire venir leurs clients internet dans leurs boutiques, facilitant les offres de vente complémentaires et réconciliant les deux canaux, souvent perçus comme concurrents chez les distributeurs.

Pour Kiala, ce trophée revêt une importance particulière puisqu'il a été décerné aux Pays-Bas, pays parmi les plus avancés en matière d'e-commerce en Europe, avec 90% des foyers ayant accès à internet contre 62% en France, et pays reconnu pour sa forte compétence logistique.

L'**Ecomm retail Award 2010** de Barcelone et le **e-commerce award 2010** de Madrid, ont quant à eux été décernés au cours des deux principales manifestations de l'e-commerce en Espagne. Ces distinctions obtenues sur la base du vote des web marchands espagnols et d'experts du e-commerce, récompensent la meilleure nouveauté logistique 2010 devant contribuer au développement de l'e-commerce espagnol. Avec ces nouveaux trophées, la communauté du e-commerce valorise une fois de plus la forte capacité d'innovation de Kiala.

« Nous avons connu une accélération de notre croissance avec une augmentation de 46% de notre chiffre d'affaires au premier semestre 2010, malgré la crise. Cette réussite s'appuie sur une technologie unique qui fait ses preuves depuis 9 ans déjà et qui apporte robustesse et richesse fonctionnelle, une plateforme pan-Européenne, une densité de réseau inégalée en France, une forte culture de l'innovation et de l'écoute du client; et un coeur de métier qui se concentre uniquement sur la livraison de colis en relais. Or, selon nous, la qualité provient du focus. Les nombreuses enseignes nous ayant rejoint et les trois trophées reçus au cours des 3 derniers mois consacrent encore une fois notre stratégie et notre position d'acteur clé du e-commerce en Europe » déclare Denis Payre, Président, Fondateur 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>