Olivier Moreau, Directeur Général d'Orium
« Pourquoi nous avons choisi La Poste »

Le groupe La Poste vient d'acquérir la société Orium, prestataire logistique spécialisé dans l'e-commerce. Ce qui permet à l'opérateur postal d'enrichir son offre de services sur la chaîne de valeur du e-commerce. Olivier Moreau, Fondateur d'Orium, nous livre en exclusivité les raisons de cette alliance stratégique, mais aussi sa vision du marché de l'e-logistique.

©JPGUILLAUME

Supply Chain Magazine : Pourquoi ce rapprochement avec La Poste ?
Olivier Moreau : Dès son origine en 2004, Orium a eu pour vocation d'apporter des services logistiques aux pure players du e-commerce, ainsi qu'aux acteurs traditionnels opérant une diversification de leurs canaux de vente. Mais très vite, le marché du e-commerce a changé de taille et Orium a été confronté à un choix : soit lever des fonds pour acquérir une autre dimension, soit s'adosser à un partenaire susceptible de l'accompagner dans son développement. Avec La Poste, nous avons trouvé non seulement un interlocuteur attentif aux évolutions du marché, mais aussi et surtout un acteur de tout premier plan en matière de B2C. L'un des éléments qui conditionne le succès du e-commerce, c'est la notion de proximité avec le client. Or avec La Poste, cette proximité est naturelle. De plus, ce groupe dispose d'un grand savoir-faire en matière d'intégration, ce qui permet aux sociétés qui la rejoignent de préserver leurs spécificités, leur autonomie et leur management.

SCMag : Concrètement qu'est-ce qui va changer pour Orium et quelles sont ses nouvelles ambitions ?
O.M. : Aujourd'hui, et plus que jamais, Orium est dans une situation idéale pour accroître ses parts de marché. Face à des 3PL qui voudraient y venir sans en avoir la compétence, nous opposons une vraie connaissance de l'e-logistique à laquelle s'ajoute à présent la puissance d'un grand groupe. Car pour être e-logisticien, il ne suffit pas d'avoir un ou deux clients dans l'e-commerce. Notre métier est avant tout d'aider nos clients à progresser et à anticiper ce que sera le commerce de demain. J'ajoute que la logistique, ce n'est pas seulement l'entrepôt. C'est aussi tout ce qui se passe en amont et en aval. A cet égard, Orium représente une vraie force de proposition. C'est une des raisons qui (par exemple) a conduit Nespresso à nous retenir pour la mise en place de l'EDI avec ses fournisseurs partout dans le monde.

SCMag : Selon vous, qu'est-ce qui fera la différence chez les e-commerçants dans les années à venir ?
O.M. : L'innovation ! On ne peut pas faire de e-commerce si l'on n'est pas innovant. En fait, si l'on n'a pas un coup d'avance sur les concurrents, on est déjà en retard. Nous sommes dans un monde où les choses évoluent très vite. Selon une étude du Credoc, en 2020, 24 % du commerce sera numérique. Cela signifie que ceux qui vont mettre du digital dans leur business seront potentiellement sur des croissances de 20 %... qu'ils prendront forcément aux autres. La mauvaise nouvelle est que dans un même temps, tout sera fini pour les sociétés qui auront raté ce virage. Autant dire que les années à venir vont être décisives et que le commerce sera encore plus concurrentiel qu'il ne l'est à présent. Une boutique située aux abords de l'Opéra à Paris n'a pour concurrents que d'autres boutiques dans le même quartier. Demain elle sera concurrencée par des compétiteurs du monde entier. Et la logistique sera déterminante dans cette mutation sans précédent que s'apprête à vivre le monde du commerce. Celui qui ne l'intègre pas dans sa démarche se trompe de combat. Voilà les raisons qui expliquent notre rapprochement avec La Poste, et voilà pourquoi la société Orium est prête à relever le grand défi logistique qui attend tous les e-commerçants.

SCMag : Quel poids représente la logistique e-commerce du groupe La Poste aujourd'hui ?
O.M. : Actuellement Orium emploie 200 collaborateurs et possède un réseau de neuf sites en Europe, dont trois en France. Mais si l'on ajoute Neolog (l'autre société logistique du groupe La Poste), c'est 500 collaborateurs en plus et un réseau unique de 18 plates-formes européennes.

SCMag : En quelques mots, quels sont vos principaux atouts sur le marché de l'e-logistique ?
O.M. : Dès sa création, la société Orium s'est différenciée des autres 3PL en se positionnant résolument sur le cross-canal, proposant à ses clients des prestations à valeur ajoutée tant dans les domaines de la logistique et du transport que dans la relation-client. Nos clients sont des PME (souvent des start-up du e-commerce), comme de grands noms tels que Nespresso, Smartbox, Wanimo, Nuxe, Pierre Fabre, Marie-Claire, Wurth... Et quand je vois quels services nous apportons à ces entreprises grandes ou petites, j'ai envie de dire que nos atouts tiennent en trois mots : digital, proximité et infrastructure. Le digital car l'e-commerce, c'est l'univers du numérique. La proximité, c'est la culture de l'épicier d'antan qui connaît tous ces clients par leur nom (et celle du facteur bien sûr). Enfin l'infrastructure, qui est finalement le seul point commun avec la logistique traditionnelle. Mais c'est aussi la force du groupe La Poste avec ses 17.000 points de vente et ses 270.000 employés.

Propos recueillis par JP Guillaume