

farouche de son dirigeant de devenir un acteur de référence dans la logistique du e-commerce.

De 16 000 à... 35 000 m²!

Fort de ces avantages concurrentiels, Morin Logistic remporte donc l'appel d'offres lancé par le rueDuCommerce. Six ans plus tard et quelques millions de commandes e-commerce au compteur, Morin est toujours l'unique partenaire logistique de RueDuCommerce, lequel se classe désormais, en termes d'audience, au troisième rang des sites marchands en France, devant Fnac.com, Amazon et C-Discount (voir encadré). Au fil de ces années, le prestataire a su non seulement évoluer au rythme de la croissance à deux chiffres de son client, dont les ventes ont progressé de 15 à 20 % chaque année, mais aussi s'adapter aux pics d'activités de l'enseigne, notamment durant la quinzaine précédant Noël. "Entre le 7 et le 20 décembre, la production est multipliée par deux. En décembre dernier, par exemple, on a traité 369 000 colis, contre 150 000 à 200 000 en moyenne sur les autres mois de l'année", note Christian Morin, Pdg de Morin Logistic. Pour absorber de tels volumes sans perdre en qualité de service, le prestataire multiplie les chaînes de tri automatisées. Outre ce recours à la mécanisation, Morin Logistic mise également sur la flexibilité de son organisation logistique. Ainsi, à Noël dernier, 100 salariés supplémentaires ont été recrutés et la surface allouée à RueDuCommerce est passée de 16 000 à... 35 000 m² ! Mais,

pour Christian Morin, l'élément déterminant de la fidélisation de RueDuCommerce est la croissance de son entreprise elle-même. "Un prestataire ne doit pas laisser grandir son client tout seul. Pour avoir les moyens de l'accompagner, le logisticien doit avoir une croissance au moins égale à la sienne".

Stratégie multiclients

Ainsi, outre RueDuCommerce.com, son donneur d'ordres principal, le portefeuille de Morin Logistic compte pas moins de 27 e-commerçants. Parmi eux, figurent des acteurs aussi divers que Spartoo.com, spécialiste de la



Morin Logistic dispose d'un entrepôt de 60 000 m² à Saint-Quentin-Fallavier (Isère). Il y opère la logistique de RueDuCommerce.com, son principal donneur d'ordres mais aussi d'une vingtaine de e-commerçants tous métiers confondus.

vente de chaussures sur internet, Alinea.fr, boutique online de la chaîne de magasins de meubles, et Decitre.fr, une librairie indépendante qui s'est lancée récemment sur le web. Cette stratégie multiclients a permis à Morin d'amortir ses investissements plus rapidement. Par ailleurs, cette mutualisation contribue à enrichir l'expertise du prestataire et de faire bénéficier à l'ensemble de ses clients d'un éventail de compétences élargi. Un cercle



"Dès le départ, on a confié la logistique à un professionnel qui offre une souplesse et une flexibilité que l'on n'a pas forcément en opérant en propre".

FRÉDÉRIC KLOTZ, DIRECTEUR QUALITÉ DE RUEDUCCOMMERCE.COM

vertueux dont profite à plein régime RueDuCommerce qui n'hésite pas, d'ailleurs, à s'appuyer sur les conseils de son logisticien pour améliorer son service clients. "Très fréquemment, Morin Logistic prend l'initiative d'anticiper des réflexions et de nous guider sur des dossiers sans pour autant que nous lui présentions de cahier des charges précis", indique Frédéric Klotz. Morin a par exemple conseillé le marchand sur la distribution en points-relais ainsi que sur le lancement de son activité en Espagne.

En 2010, les deux partenaires planchent sur plusieurs dossiers : optimisation des emballages, renforcement de la sécurité dans l'entrepôt, nouveaux modes de transport permettant la livraison le jour même ou sur rendez-vous, et, bien sûr, amélioration des process. "L'objectif est de passer, dans les mêmes conditions économiques et en respectant le cahier des charges, de 60 % à 80 % de commandes préparées dans la journée afin de raccourcir les délais de mise à disposition des commandes aux clients", projette Christian Morin. "Cela nécessite d'améliorer les délais de réception des commandes, de réadapter certains échanges de données informatisés, de réaménager les postes de travail, etc.", poursuit le Pdg.

Confiance réciproque

De fait, Morin Logistic a des obligations de résultats vis à vis de son client mais pas d'obligations de moyens. "RueDuCommerce nous fixe des objectifs raisonnables et clairs, notamment en termes de prix, de qualité et de délais de préparation. Mises à part

ces grandes orientations, on a la liberté d'avancer à notre façon", raconte Christian Morin. Grâce à cette confiance réciproque, RueDuCommerce et Morin Logistic sont passés d'une relation de client-fournisseur à un partenariat gagnant-gagnant solide, pérenne et loyal. La qualité des rapports entretenus entre les deux entreprises s'est récemment traduite dans les faits, lors des rachats par RueDuCommerce de Topachat.com, de Clust.com et d'Alapage.com (voir encadré). Ainsi, le site marchand a mis un point d'honneur à informer son prestataire de son projet d'acquisition. Mieux, il a joué un rôle de porteur d'affaires en sa faveur. En effet, selon Frédéric Klotz, "l'offre d'achat d'Alapage.com était suspendue au fait que France Telecom, sa maison mère, cède l'entrepôt exploité par sa filiale à Villiers-sur-Marne (Val de Marne) à Morin Logistic". C'est chose faite depuis septembre dernier, date à laquelle Morin a repris l'entrepôt d'Alapage.com. Grâce à cette opération, Morin est doublement gagnant : sur le plan géographique, il bénéficie désormais d'une implantation en région parisienne, attractive pour ses prospects e-commerçants ; en termes d'activités, il hérite d'une infrastructure de 8 500 m² hautement spécialisée dans le traitement de produits culturels. Grâce à cet outil, Morin a déjà décroché un contrat avec un nouveau client : le libraire lyonnais Decitre.fr. Et le prestataire ne compte pas en rester là : il projette en effet d'ouvrir un second entrepôt dans le courant de l'année. Un nouvel investissement dont bénéficiera à coup sûr RueDuCommerce!

Marie-Noëlle Frison



"Un prestataire ne doit pas laisser grandir son client tout seul. Pour avoir les moyens de l'accompagner, le logisticien doit avoir une croissance au moins égale à la sienne".

CHRISTIAN MORIN, PDG DE MORIN LOGISTIC