

DOSSIER DE PRESSE

CHRONOPOST



Contact presse : Profile PR - 01 56 26 72 00

Marion Chanson – mchanson@profilepr.fr ou Stephanie Noël – snoel@profilepr.fr

SOMMAIRE

CHRONOPOST : LEADER FRANÇAIS DE LA LIVRAISON EXPRESS P 3 à 5

Force 2013 : Focus sur « Organisation », « Rentabilité », « Client » et « Engagement »

Chronopost, pionnier de la livraison propre en centre-ville

Une nouvelle équipe de direction pour une organisation toujours plus performante

UN DÉPLOIEMENT SUR TOUS LES TERRITOIRES P 6 à 7

Au niveau national

Au niveau international

DES OFFRES ET SERVICES POUR LES LIVRAISONS

AUX ENTREPRISES ET AUX PARTICULIERS P 8 à 11

La livraison aux entreprises

La livraison aux particuliers

LA SÛRETÉ AU CŒUR DE L'OFFRE CHRONOPOST P 12

La sûreté au quotidien

ANNEXE P 13

Circuit de vie d'un colis Chronopost

CHRONOPOST, LEADER FRANÇAIS DE LA LIVRAISON EXPRESS

A l'écoute des besoins de ses clients depuis 25 ans, Chronopost a su s'imposer comme le spécialiste français de la livraison express de colis pour les entreprises et les particuliers. Filiale de GeoPost, holding Colis et Express du groupe La Poste, la société emploie 3 500 collaborateurs et a réalisé, en 2010, un chiffre d'affaires de 665 M€. Face aux nouvelles exigences et contraintes du marché, Chronopost développe depuis 2007 une stratégie offensive pour asseoir son leadership et optimiser la performance de ses clients.

Force 2013 : Focus sur « Organisation », « Rentabilité », « Client » et « Engagement »

Le nouveau plan, « Force 2013 », vient consolider et renforcer les bons résultats obtenus lors du premier plan triennal, engagé fin 2007 et baptisé « Essentiel 2010 ». Avec 14% de croissance en volume et une rentabilité accrue en 2010, Chronopost prouve la pertinence de la stratégie menée depuis 2007.

Fort de cette stratégie menée autour d'une offre structurée et adaptée aux besoins de chaque client, Martin Piechowski, PDG de Chronopost, entend aujourd'hui : « *anticiper et accompagner les changements du secteur, très concurrentiel, afin de consolider la place de leader français que Chronopost occupe sur le marché de l'express* ».

Pour cela, Chronopost privilégiera 4 axes de développement majeurs :

✓ **Poursuivre ses efforts, afin d'exceller dans la qualité de service**

Chronopost va continuer d'investir dans son réseau pour optimiser sa qualité de service et le maillage du territoire.

Depuis 2006, Chronopost a investi 200 M€ pour densifier son réseau et l'adapter aux besoins croissants de ses clients :

- Plus de 30 sites ont été créés ou agrandis depuis fin 2006
- De nouveaux process ont été mis en place pour gagner en productivité (picking, vrac, etc.)

Dans les prochaines années, Chronopost sera sur une tendance de 1 hub modernisé tous les 2 ans, 10 agences rénovées ou déménagées tous les ans, 2 agences créées par an.

Au global, Chronopost prévoit d'investir en moyenne 20 millions d'euros par an jusqu'en 2015.

Parallèlement, des actions seront menées pour consolider les acquis en matière de sûreté.

Chronopost mettra également l'accent sur la relation client, afin de répondre aux exigences de ses clients en matière de respect des engagements et du traitement de l'ensemble des demandes. Le service client évoluera pour devenir un outil de conquête et de fidélisation performant, avec un accueil et une prise en charge personnalisés.

✓ **Conquérir l'express international**

Sur un marché qui représente 25% de son CA, Chronopost entend gagner des parts de marché d'ici 2013.

Pour ce faire, Chronopost va capitaliser sur son savoir-faire à l'international et sa proximité avec les PME, pour les accompagner dans leur développement à l'international.

Elle s'appuiera également sur la modernisation de son hub de Roissy, dont les performances lui permettent aujourd'hui de se positionner comme un challenger de poids.

✓ **Rester leader sur le marché national en BtoC tout en maîtrisant la croissance de ce segment**

Pour conserver sa place de leader national, Chronopost continuera de s'appuyer sur le réseau de proximité le plus étendu 10 000 bureaux de poste et 4 000 points Pickup, offrant toujours plus de praticité et de proximité aux particuliers.

Chronopost renforcera également ses positions avec le déploiement de MyChrono, une offre réservée aux sites marchands. Au delà du transport, un accompagnement en amont et en aval (web services, gestion des retours...)

✓ **Adapter son organisation pour répondre aux enjeux de ses clients BtoB**

Chronopost continuera de renforcer son approche sectorielle sur les 5 secteurs clés :

- Santé
- Industrie, notamment automobile et QUOFI (activités de quincaillerie, outillage et fourniture industrielle)
- Electronique
- Distribution
- Banque & assurance.

L'entreprise a donc adapté son offre et son réseau commercial pour mieux accompagner ces acteurs clés. Par exemple pour ces entreprises, la livraison tôt le matin (avant 10 h) peut constituer un avantage concurrentiel majeur, leur permettant de démarrer leur activité au plus tôt, de réduire les stocks ou de gérer les situations d'urgence. Pour répondre à ces besoins, Chronopost a ainsi développé une offre spécifique baptisée « Express + », qui propose la livraison le lendemain avant 8h, 9h ou 10h.

Aujourd'hui, l'expressiste, qui compte déjà parmi ses clients des grands comptes, entend mettre à profit cette expertise pour capter de nouveaux clients et mener en parallèle une stratégie de conquête auprès des TPE et PME.

Chiffres clés Chronopost

Date de création : 1985

Actionnaire : détenu à 100% par GeoPost (Groupe La Poste)

Effectifs : 3 500 salariés

Nombre de tournées de livraison par jour : 4 000

Nombre de colis livrés : 70 millions en 2010

Nombre de pays desservis : 230

Chiffre d'affaires 2010 : 665 M€, soit une progression de 6% par rapport à 2009

Part des colis livrés aux particuliers : 20%

Part de marché en valeur : 17%

Nombre de sites d'exploitation : 74 agences et 6 hubs en France

Chronopost, pionnier de la livraison propre en centre-ville

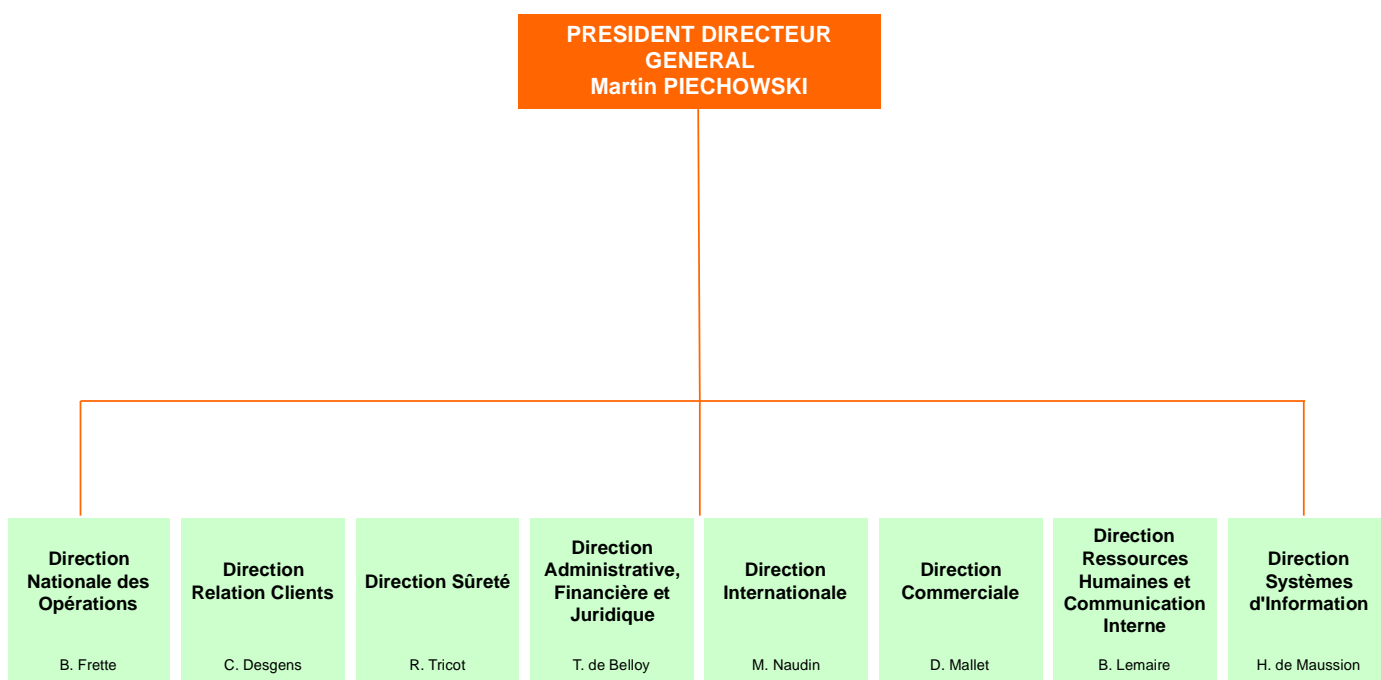
Depuis plusieurs années, Chronopost a engagé une série d'initiatives, dont l'ambition est de réduire l'impact de ses activités sur l'environnement. Dès 1998, la société a ainsi mis en place de nouveaux modes de livraison non polluants (Chrono City), avant de créer, en 2005, des Espaces de Livraison Urbains (ELU), ainsi que des sites relais pour la collecte et la livraison en centre-ville. Chronopost a également optimisé son réseau et pris des mesures pour limiter au maximum ses émissions de gaz à effet de serre (hausse des taux de chargement, remplacement des avions, optimisation des tournées de collecte, de distribution et de liaison routière, etc.), réduisant ainsi de plus 32 millions les kilomètres effectués entre 2007 et 2010, soit une économie de 16 362 tonnes de CO₂.

L'ensemble du personnel amené à parcourir de grandes distances a également suivi une formation à l'éco-conduite. Parallèlement, Chronopost a signé la Charte CO₂ du transport routier proposée par l'ADEME, avec pour objectif de réduire de 5% les émissions de gaz carbonique par colis.

Enfin, la totalité des emballages Prêt-à-Expédier est désormais recyclable et Chronopost incite tous les collaborateurs de l'entreprise à maîtriser leur consommation de papier, ainsi que la gestion de leurs déchets.

Une nouvelle équipe de direction pour une organisation toujours plus performante

Depuis le 1^{er} juillet 2011, Martin Piechowski, jusqu'à présent Directeur Général Adjoint de Chronopost, occupe le poste de Président-Directeur Général et succède ainsi à Christian Emery. Son arrivée à la tête de l'entreprise a entraîné la mise en place d'une nouvelle équipe de direction, qui entend poursuivre la stratégie de conquête engagée depuis 2007.



UN DÉPLOIEMENT SUR TOUS LES TERRITOIRES

Sur le marché du transport express de colis (inférieur à 30 kg), qui représentait en 2010 3,6 Mds d'euros (dont 1,2 Md€ réalisé par les flux à l'international et 2,4 Mds€ par les flux nationaux), Chronopost détient 17% de part de marché en valeur.

Pour conforter son avance, Chronopost a massivement investi pour densifier son réseau et moderniser son outil industriel, élevant encore son haut niveau de service et renforçant sa proximité avec ses clients.

Au niveau national

- **Un expressiste de proximité**

Aujourd'hui, plus de 90% des Français ont accès à un point de contact Chronopost à moins de 5 km et/ou à moins de 20 minutes de trajet de leur domicile. Dans chacun des 10 000 bureaux de poste en France, particuliers et professionnels peuvent acheter un produit de la gamme « Prêt-à-Expédier », la solution d'expédition Chronopost comprenant l'emballage et le transport. Les clients ont également le choix de récupérer et/ou de déposer leurs colis dans l'un des 4 000 points Pickup de France métropolitaine proches de chez eux, le lendemain de l'envoi, à partir de 13h.

Une forte présence sur le territoire

74 agences nationales de traitement

6 agences outre-mer

6 hubs

10 000 bureaux de poste

4 000 points Pickup

Chronopost est le seul opérateur à proposer une couverture toute France pour les collectes et les livraisons J+1 avant 13H. Depuis plusieurs années, Chronopost mène une stratégie de densification de son réseau pour assurer la meilleure qualité de service à ses clients.

Désormais, Chronopost a la capacité de traiter des volumes plus importants et offre une proximité clients inégalée, grâce à un maillage optimal du territoire français. Ce dernier est également un atout pour l'international, puisqu'il offre un pré-acheminement très performant pour les envois à l'étranger.

Focus sur... Le hub de Chilly-Mazarin

L'organisation de l'outil de production de Chronopost s'articule autour du hub de Chilly-Mazarin, d'une surface de 13 000 m², disposant de 34 quais de déchargement et de 83 quais de chargement. Concentré de technologies, ce hub, parmi les plus performants d'Europe, représente le cœur stratégique du réseau de Chronopost, puisqu'il traite 60% du trafic hexagonal.



Au niveau international

▪ **L'international, un axe de développement stratégique**

Chronopost s'appuie sur la force du réseau de ses partenaires internationaux pour délivrer les colis de ses clients dans 230 pays et territoires. Pour le suivi à l'étranger, un code à barre unique garantit une traçabilité de bout en bout et un système informatisé permet de suivre le colis dans le monde entier.

En novembre 2009, Chronopost a signé avec UBIFRANCE une convention de partenariat visant à donner un accès privilégié à son offre internationale auprès des clients de ce partenaire, essentiellement des PME orientées vers l'export.

Tous les colis de Chronopost à destination de l'étranger transitent 7j/7 et 24h/24 par le hub de Roissy International, récemment modernisé. Chronopost y dispose également d'un service de dédouanement intégré et détient le statut de commissaire en douane. A ce titre, l'entreprise collabore de façon étroite avec les douanes françaises dans le cadre de la lutte anti-contrefaçon.

Focus sur... La modernisation du hub de Roissy

Sur 14 000 m², en plein cœur de la zone de fret de Roissy, le hub de Chronopost, équipé de 3 trieurs de dernière génération et employant 350 collaborateurs permanents, permet aujourd'hui de gérer près de 35.000 objets par jour. 14,6 M€ auront été investis pour moderniser la mécanisation du site.

▪ **Les DOM TOM**

Chronopost est, depuis plus de 15 ans, le seul réseau express intégré en outre-mer et propose les meilleurs délais du marché, grâce à un pré-acheminement, un réseau d'acheminement, ainsi qu'un pré-dédouanement très performants.

Chiffres clés DOM

- **1 colis express sur 2** vers les DOM est distribué par Chronopost
- **6 agences** : Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion, Mayotte, Saint-Martin
- **1 million de colis traités/ an**
- En moyenne, un colis Chronopost vers les DOM est livré en **48h**

Dans les territoires d'outre-mer, Chronopost bénéficie d'une forte présence en propre et demeure le leader historique sur ces destinations, avec 50% de part de marché. Près d'un million de plis et de colis transitent ainsi en utilisant les meilleurs vols pour desservir certains départements dès le lendemain.

Une entreprise certifiée

En septembre 2009, Chronopost a reçu, de la part de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects, le double certificat d'Opérateur Economique Agréé (OEA), à la fois pour la simplification de ses procédures douanières et pour sa sécurité. Avec ce statut, Chronopost garantit un haut niveau de sûreté à ses clients et les fait bénéficier d'une série d'avantages personnalisés en fluidifiant et en accélérant le traitement de leur trafic international, à l'export comme à l'import.

POUR LES LIVRAISONS AUX ENTREPRISES ET AUX PARTICULIERS

Depuis 25 ans, Chronopost développe à l'usage des entreprises comme des particuliers des solutions de livraison innovantes et pratiques, garantissant un acheminement sécurisé et fiable de leurs colis. S'adressant à tous les types d'entreprises, quelles que soient leur taille ou leur activité, elle a par ailleurs sectorisé son offre et propose des services à forte valeur ajoutée pour répondre aux besoins spécifiques de ses clients.

La livraison pour les entreprises (BtoB)

- **Les TPE/PME de plus en plus exigeantes pour leur organisation logistique**

L'optimisation des solutions de transport et, notamment, l'efficacité de leur chaîne logistique est un moyen pour les TPE/PME de prendre un avantage commercial majeur. Ainsi, elles souhaitent de plus en plus accéder aux solutions de transport express proposées également aux gros chargeurs (offres, outils de shipping, tarification, etc.)

Chronopost a développé 3 canaux de vente dédiés au TPE/PME :

- Le réseau de distribution des bureaux de poste
- Une force de vente spécialisée
- Son site chronopost.fr

Le marché de l'express pour les TPE

L'express reste une niche dans l'univers des 2,1 millions de TPE (hors secteur agricole). Mais ce service est tout de même utilisé par plus de 400 000 petites entreprises, dont 50 000 sont des clients réguliers (plus de 5 envois express/mois).

(Ifop - 2009)

- **Le Web, un canal stratégique de vente**

Près de 60% des TPE utilisatrices régulières de transport express se déclarent prêtes aujourd'hui à se servir du Web pour leurs expéditions (Ifop – 2009). Ce potentiel de développement a conduit Chronopost à améliorer encore son site Internet pour gagner des parts significatives sur ce marché prometteur.

Le Web constitue, en effet, un canal stratégique de vente aux PME. Chronopost.fr comptabilise aujourd'hui 1 million de visites par mois et 210 000 inscrits. Depuis son ouverture en septembre 2006, ce site marchand a généré plus de 30 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 30% à l'international.

Focus sur... Chronopost.fr : une solution unique sur le marché de l'express

- Accès à la totalité de l'offre de Chronopost en quelques clics : choisir, payer, expédier et demander un enlèvement du colis, sans engagement de volume.
- Gains de productivité, grâce à des démarches administratives réduites.
- Remises tarifaires automatiques « pied de facture », qui récompensent la fidélité et le volume de colis (jusqu'à 35% de remise).
- Possibilité de commander l'enlèvement sur demande (ESD) en ligne.
- Création gratuite d'un espace dédié avec carnet d'adresses, historique des commandes, etc.

▪ **Une offre sectorielle valorisée**

Le développement de Chronopost passe par la conquête de nouvelles parts de marché, notamment grâce au renforcement d'une approche sectorielle. L'entreprise a donc adapté son offre et son réseau commercial pour mieux accompagner les acteurs clés dans les domaines de la santé, de l'automobile, de l'électronique et dans d'autres secteurs, qui ont besoin de solutions de transport spécifiques.

→ **Santé**

Avec une expertise de plusieurs années dans le domaine de la santé, Chronopost sait assurer une identification et une traçabilité complètes des produits sanitaires à tous les stades de la livraison, répondant ainsi aux besoins des fabricants de médicaments, de dispositifs médicaux ou de réactifs de laboratoires. Respectant les bonnes pratiques du secteur, l'offre Chrono Médical intègre un étiquetage particulier des colis, mais aussi un savoir-faire éprouvé de la livraison en main propre dans les hôpitaux, les laboratoires ou chez les grossistes-répartiteurs.

Chiffres clés

- Plus de 1 000 clients référents
- + 10,7 % d'évolution en volume entre 2009 et 2010.
- 22 000 officines, 3 000 hôpitaux, 2500 laboratoires d'analyses, 200 grossistes-répartiteurs livrés chaque jour.

En mars 2010, Chronopost a obtenu la certification Certipharm, qui lui permet d'entériner la conformité des processus d'exploitation de Chronopost par rapport aux "Bonnes Pratiques de Distribution" du Code de la Santé Publique.

→ **Automobile / Automotive**

Pour approvisionner à temps un secteur qui travaille le plus souvent en flux tendu et sans stock, Chronopost propose une offre modulable de transport de pièces vers tout type de destinataires en France et dans le monde. Outre des horaires de livraison flexibles et une collecte tardive pour pouvoir traiter les dernières commandes de la journée, Chronopost met également à disposition un service client dédié pour les professionnels de l'automobile et de l'industrie.

Chiffres clés

- Plus de 5 000 clients référents
- + 30% d'évolution en volume entre 2009 et 2010.
- 39 000 réparateurs automobiles et 5 700 commerces de détail livrés chaque jour

→ **Electronique**

Face aux contraintes de la logistique des flux mis en place par les plus grands distributeurs de l'électronique, fournisseurs de la téléphonie ou d'Internet, Chronopost a créé une offre dédiée, basée sur deux prérequis : la sécurisation des flux et des délais serrés de livraison. Avec cette prestation, l'ensemble de la gamme de livraisons Chronopost en France et dans le monde (choix du mode de dépôt ou de retrait et horaires de livraison souples) permet une adaptation selon les besoins des acteurs du secteur.

Chiffres clés

- Plus de 1 500 clients référents
- + 10,7% d'évolution en volume entre 2009 et 2010.

→ Distribution

Partenaire historique de ce secteur, Chronopost connaît les urgences auxquelles font face ces professionnels : réapprovisionner un magasin en début de journée avant ouverture, aller récupérer un produit défectueux pour un retour vers le centre de maintenance ou encore livrer des produits à haute valeur ajoutée avec le niveau de sécurité exigé. L'entreprise travaille donc quotidiennement pour assurer un niveau constant de fiabilité et de rapidité, en particulier pendant les périodes de forte activité.

Chiffres clés

- Plus de 4000 clients référents
- + 17% d'évolution en volume entre 2009 et 2010.
- 27 000 points de vente livrés chaque jour

→ Banque & assurance

Synonyme de sécurité, de garantie, de valeur et de gestion, le monde de la banque et de l'assurance attend de ses prestataires un service sans faille. C'est sur ces critères que Chronopost a travaillé durant de nombreuses années pour proposer une offre et une prestation répondant à des exigences élevées. Des solutions innovantes, une simplicité d'utilisation et une sécurisation des flux au plus haut niveau sont les priorités de Chronopost pour ce marché.

Chiffres clés

- Plus de 1800 clients référents
- + 12,1% d'évolution en volume entre 2009 et 2010.
- 40 000 agences bancaires livrées chaque jour.

La livraison aux particuliers (BtoC)

Chronopost dispose de 25 ans d'expérience dans la livraison BtoC, avec plus de 60 000 colis livrés chaque jour aux particuliers. Grâce à Chronopost, la gestion des retours peut se faire facilement en bureau de poste ou dans 4 000 points Pickup. De plus, le réseau opérationnel de l'expressiste est capable d'absorber de forts pics d'activité, comme pour la fête des mères ou Noël.

▪ Une grande souplesse d'organisation

En cas de pic d'activité et grâce à son outil industriel, Chronopost est capable de traiter des volumes importants. La nuit du 21 décembre 2010, par exemple, Chronopost a acheminé plus de 450 000 colis, tout en maintenant une haute qualité de service. Cette période critique, notamment pour les e-commerçants, est, chaque année, l'occasion de démontrer un vrai savoir-faire.

▪ Un marché tiré par le e-commerce

Les ventes sur internet sont toujours sur une tendance positive, enregistrant une croissance à deux chiffres. Selon la Fevad, les ventes sur Internet ont progressé de 20% au 1er semestre 2011. Sur les six premiers mois de l'année, les sites de vente en ligne ont ainsi vu leur chiffre d'affaires progresser de 20% par rapport au premier semestre 2010. Les Français ont dépensé 17,5 milliards d'euros sur Internet au cours du 1er semestre 2011.

Focus sur... « MyChrono » : une offre dédiée aux e-commerçants, petits et grands

- ✓ **Une livraison express à domicile ou dans de multiples points de proximité** : bureaux de poste, points Chrono Relais, agences Chronopost, etc.
- ✓ **Une forte visibilité du suivi des colis**, offerte à la fois aux destinataires et aux expéditeurs (suivi proactif à chaque étape de l'expédition).
- ✓ **Un large panel de services « plus »**, visant à soutenir l'e-commerçant dans son activité : kit de démarrage, web-services, gestion des retours et échanges, réalisation d'enquêtes de satisfaction, gestion du SAV, etc.

Dans ce contexte, les plus grands sites de vente en ligne de France et d'Europe confient leurs envois à Chronopost depuis plusieurs années. La société possède, en effet, l'offre de transport express la plus complète pour les e-commerçants. L'expressiste propose une gamme de services de livraison à domicile, avec une livraison le lendemain avant 13h, et ce, sur tout le territoire national. En cas d'absence du destinataire, celui-ci a la possibilité de venir récupérer son colis dans le bureau de poste ou le point relais le plus proche.

Une offre complétée par la livraison en Chrono Relais, avec plus de 3 500 points de proximité répartis sur toute la France. Concernant les envois internationaux, Chronopost livre également en express plus de 230 destinations dans le monde.

LA SURETE AU CŒUR DE L'OFFRE CHRONOPOST

Chaque jour, Chronopost met à disposition de ses clients des moyens humains et technologiques, ainsi que des procédures rigoureuses pour assurer la sûreté de leurs colis. Ainsi, la politique de l'entreprise dans ce domaine repose sur des investissements dans des outils de contrôle et de suivi, comme le vidéo-tracking, la signature numérique ou la géolocalisation des véhicules effectuant des trajets entre les agences et les hubs.

La sûreté au quotidien

Un colis traité par le réseau Chronopost est scanné à chaque rupture de charge. Ainsi, près de 50 types de contrôles sont possibles sur les 9 phases de transport.

Une Direction de la Sûreté, où travaille une vingtaine de personnes, supervise tous ces moyens et 80 personnes sont dédiées à la protection des biens sur l'ensemble du territoire. Une formation régulière auprès des chauffeurs et une sensibilisation pénale des chefs d'agence sont réalisées, ainsi que des contrôles constants sur les respects des procédures et des audits de sûreté.

Chronopost a également mis en place des procédés spécifiques pour les clients expédiant des marchandises « sensibles » (high-tech, titres de paiement, etc.). De plus, un service clients et un pôle analyse sûreté pour une veille des « flux sensibles » sont dédiés aux clients disposant de marchandises « à risque ».

Soucieux de faire évoluer en permanence les moyens techniques pour la sûreté de son personnel et des colis, Chronopost va renforcer le dispositif de sécurité déjà en place, en déployant, d'ici 2013, la géolocalisation avec télésurveillance sur une partie de sa flotte automobile.

Chronopost travaille également dans ce domaine avec les pouvoirs publics (Ministères du Transport, de l'Intérieur, Douanes, Direction Générale de l'Aviation Civile, etc.).

Les chiffres de la sécurité

8 M€ dépensés

100 personnes dédiées à la sûreté

Plus de 2 500 caméras pour la sûreté des sites ou le suivi du fret en agences

100% du fret aérien de Chronopost contrôlé aux rayons X

Focus sur... Une technologie de pointe pour une traçabilité des colis en temps réel

Chronopost a développé un système de suivi informatisé permettant à ses clients de localiser leurs envois 24h/24 et 7j/7 dans le monde entier. Cette opération peut se faire sur www.chronopost.fr (avec une pro-activité appréciée, grâce au Message Automatique de Suivi), par SMS ou auprès du service clients. Grâce aux technologies de reconnaissance et de synthèse vocales, le suivi du colis est disponible en self-service 24h/24 et 7j/7 au 0825 801 801 (0,15€ TTC la minute).

ANNEXE

CIRCUIT DE VIE D'UN COLIS CHRONOPOST

La vie d'un colis chez Chronopost, de la collecte à la livraison



© Chronopost



© Chronopost



© C. Marraud



© F. Betermin / Andia

Le client prépare son envoi sur Chronopost.fr (1) et imprime directement son bordereau électronique de transport (2). Le colis est ensuite pris en charge par un chauffeur Chronopost (3). Les colis sont traités et scannés (4) à l'agence Chronopost la plus proche, afin d'être suivis tout au long de leur voyage.



© C. Dupont



© C. Mercier



© C. Mercier



© C. Mercier

Au cours de la nuit, ils sont acheminés vers un hub (5), avant d'être réorientés vers leur agence de destination finale, où ils arrivent à partir de 5H00 du matin (6). Après un dernier tri, les chauffeurs préparent leur tournée de livraison (8,9) et chargent leur camion (10).



© C. Mercier



© C. Mercier



© C. Mercier



© C. Mercier

Lors de la livraison - à partir de 8h00 - (11) la signature du destinataire est numérisée (12, 13), preuve pour le client que son colis a bien été livré.

Transmise par technologie GPRS avec l'heure de livraison, elle est disponible sur chronopost.fr (14)



© C. Mercier



14