

Decayeux lance la boîte aux lettres connectée et communicante

Le fabricant de boîtes aux lettres lance un modèle individuel connecté. La PME veut profiter de la croissance de l'e-commerce.

Guillaume Roussange
— Correspondant à Amiens

Comment continuer à vendre des boîtes aux lettres, alors que le marché du courrier s'est effondré de plus de 20 % en cinq ans ? En rendant ces objets du quotidien intelligents et en tirant parti du boom de l'e-commerce, répond Decayeux, le fabricant français de boîte aux lettres installé depuis 1872 à Feuquières-en-Vimeu (Somme).

L'entreprise présentera, lors du prochain Consumer Electronics Show (CES) – le rendez-vous international des objets connectés et de la hi-tech –, son nouveau concept, MyColisBox, dont la commercialisation est prévue dès le début de l'année prochaine. Le principe est simple : une fois les achats acheminés dans la boîte sécurisée et connectée, l'acheteur reçoit un message l'informant de la livraison. La boîte permet aussi de redéposer le colis si celui-ci doit être réexpédié au vendeur. Fini les avis de passage du facteur, les longues files d'attente, les horaires imposés par La Poste et les points relais... La boîte aux lettres 2.0 autorise enfin les livraisons 24 h/24 et 7 jours sur 7 dont rêvent les géants du Web.



MyColisBox sera commercialisé début 2016. Photo Decayeux

La mise au point de ce produit a nécessité de long mois de développement pour Decayeux, qui a consacré quelque 600.000 euros au projet. « La difficulté était d'obtenir une boîte connectée, parfaitement sécurisée, mais dont la consommation électrique restait limitée. Notre produit a fait l'objet d'un dépôt de brevet européen », souligne Stéphane Decayeux, le PDG du groupe. L'objectif de l'entreprise, qui réalise 60 % de son chiffre d'affaires (38 millions d'euros en moyenne) sur le segment des particuliers, est de conquérir 20 % du marché des boîtes individuelles d'ici cinq ans.

Et ce, dans un contexte de crise de la construction et de baisse des acheminements « papier ». « Ces trois dernières années, notre croissance a été globalement nulle ou faible. Ces nouveaux marchés sont très prometteurs », souligne le dirigeant.

Développer les pratiques solidaires

La société Decayeux n'en est pas à son coup d'essai en la matière. En mai, le groupe picard a créé sa première « conciergerie » au sein d'un immeuble de l'Opac, un bailleur social local. Dans un hall d'immeuble, il a installé la version collective de MyColisBox. Le principe demeure le même, excepté que ces box peuvent servir à différents occupants grâce à un système de codes. L'ensemble, sécurisé et vidéosurveillé, est conçu pour pouvoir servir au développement de pratiques solidaires. « Grâce au système d'identification et d'alerte, les locataires peuvent, par exemple, adhérer à un système de livraison de paniers de légumes ou de prêt d'outillage », ajoute le PDG. Outre l'habitat collectif, le concept intéresse aussi les entreprises. Decayeux vient d'ailleurs de décrocher un contrat avec la chaîne de magasins de bricolage Weldom. L'enseigne souhaite installer des boîtes sécurisées devant ses magasins pour permettre des livraisons de commandes Internet en dehors des heures d'ouverture, le dimanche par exemple. ■