



## Le marché

Le marché de la messagerie express et de la logistique est un des plus évolutifs au monde. Une étude réalisée par la banque suisse privée, Leu, a prévu une croissance annuelle de 9% en 2005 pour les services logistiques et ce, dans les principaux marchés d'Europe, d'Asie, d'Afrique et des Etats-Unis. Le fret aérien à travers le monde est promis à une croissance de 5%, contre 7% pour le fret marin. La navigation en haute mer européenne connaîtra, quant à elle, une augmentation de 5,8%.

Dans un marché qui connaît une rude concurrence, parfois même vicieuse, DHL se présente comme la meilleure solution pour les différents besoins de transport international de biens. En Europe et en Afrique, DHL transporte plus de deux milliards de courriers rapides et 80 millions de tonnes de fret. De par son expertise dans le transport aérien, marin et terrestre, DHL est la première marque sur le marché de la messagerie express et de la logistique. Elle emploie 170.000 personnes et dispose de plus de 75.000 véhicules et 250 avions, ce qui lui permet de servir un total de 120.000 destinations dans 220 pays.

Présente au Maroc depuis 1987, DHL est le leader incontesté du marché. Elle a réussi à

mettre en place un réseau de 7 agences dans les principales villes du royaume, avec plus de 80 véhicules et un Boeing 757 entièrement dédié au business quotidien des compagnies marocaines. Une situation qui conforte sa position de leader sur les marchés national et international.

## Faits marquants

DHL est connu comme le transporteur aérien «house-to-house» des documents urgents tels que les documents douaniers et les documents financiers. Le secret derrière cette réussite de trente années de croissance continue réside dans sa parfaite concentration sur les exigences de ses clients: DHL livre tout ce dont le client a besoin.

DHL a toujours été le premier transporteur, sur les plans politique et technologique. Ainsi, au milieu des années 1970, la compagnie était la force motrice des réformes structurelles de la poste aux Etats-Unis. Sa vision de fournir des services sur-mesure pour les clients lui a permis de s'imposer face au monopole rigide de l'Etat. Sur le plan technologique, DHL a été un pionnier pour l'industrie toute entière. Elle a pu développer, en 1979, un des premiers ordinateurs de traitement de texte, avec le

DHL1000. En 1983, DHL fut la première compagnie à offrir à ses clients un track & trace system pour un suivi plus précis de leurs envois.

## Histoire

Les trois lettres formant le nom de la compagnie ne sont que les initiales de ses fondateurs Adrian Dasley, Larry Hillblom et Robert Lynn. En 1969, ces jeunes personnes ont eu la brillante idée qui a changé la face de l'industrie, créant une révolution dans de nombreux secteurs d'activité: livrer personnellement les documents douaniers par avion, de San Francisco à Honolulu. Cette opération a permis aux cargos de passer les douanes avant même l'arrivée des navires, faisant gagner aux opérateurs des fortunes en réduisant les jours d'attente dans le port. Le service Air Express international est né, une nouvelle industrie a vu le jour. La naissance a été suivie d'une évolution rapide. Déjà en 1970, DHL ouvre un premier bureau sur la côte Est des Etats-Unis, a fait sa première expansion sur le Bassin Pacifique en 1971 et, en



1974, établi sa première base en Europe, à Londres. Sa présence au Moyen-Orient a eu lieu dès 1977. Une année plus tard, DHL a ouvert son premier bureau en Allemagne. L'impact du fax comme concurrent à la livraison classique des documents a poussé DHL à créer le nouveau service de livraison des colis pour ainsi diversifier ses prestations.

DHL a été la première compagnie à s'aventurer dans la partie Est du globe. Ses premières activités dans ce sens ont commencé en 1983 pour s'étendre à la République Populaire de Chine en 1986, marquant sa réputation de premier acteur au monde dans son secteur.

L'investissement de Lufthansa Cargo et Japan Airlines dans DHL entre 1990 et 1992 a

renforcé la position de DHL au milieu d'une rude concurrence internationale. La compagnie a pu bénéficier des services de fret de deux des plus importantes compagnies aériennes internationales ainsi que de leurs infrastructures dans les principaux aéroports au monde.

En 1998, le groupe Deutsche Post World Net a pris une participation dans DHL. L'acquisition complète du leader mondial représente une pierre angulaire dans son histoire.

## Produit

DHL offre à ses clients une gamme de cinq services: DHL Express, DHL Fret, DHL Danzas Air & Océan et DHL Solutions et courrier. Avec un réseau de distribution dense, des centres d'emballage largement automatisés, une flotte hautement performante et une infrastructure soutenue, ce segment bénéficie d'un positionnement excellent. DHL traite les livraisons partielles, complètes et spéciales pour toute l'Europe, transportant les biens par avions, autoroutes, chemins de fer et transports combinés. Des spécialistes hautement qualifiés et une intégration incessante des dernières applications des technologies de l'information permettent de créer des solutions de transport sur-mesure.

DHL Danzas Air & Ocean se focalise sur le fret aérien et marin avec les services de transit des projets industriels. DHL est leader mondial sur ce segment. Les clients ont accès à un large réseau de 500 locations à travers tous les continents.

La distribution, l'emmagasinage et la logistique par procuration constituent les cœurs d'activité des solutions de DHL. Parmi les services dérivant de ces activités figurent les solutions logistiques sur-mesure de la procuration de matériel jusqu'au client final, la gestion de la chaîne d'approvisionnement via une large coordination des flux d'information et de biens, aussi bien que des services à valeur ajoutée tels que le co-emballage, l'étiquetage de prix, la facturation et le traitement des commandes.

Les solutions de DHL reposent sur un déploiement systématique de l'Internet et des technologies de l'information les plus avancées.

## Développements récents

Le printemps 2003 a marqué la renaissance de la marque DHL. Le groupe Deutsche Post World Net lui a confié toutes ses activités express et logistiques. Toute la gamme de services réalisés sous les anciennes marques DHL Worldwide Express, Deutsche Post Euro Express et Danzas a été confiée à la marque DHL.

En 2003, DHL a acquis la compagnie américaine Airborne. Cette transaction lui a fait gagner un large réseau à l'intérieur des Etats-Unis, le plus important marché de la livraison rapide et services courriers. En 2002, Airborne a livré environ 356 millions de courriers aux Etats-Unis, soit 18,8% de l'ensemble des livraisons.

L'expansion vers l'Asie, DHL en a fait l'une de ses priorités. Le fruit de cette politique fut la joint-venture entre DHL et la compagnie étatique de livraison, Sinotrans.

L'intégration visuelle de DHL dans le design de Deutsche Post World Net constitue également une partie de la décision stratégique de conversion à la nouvelle

marque. DHL a adopté les principaux éléments de design du groupe, tels que la couleur jaune et sa typographie. Le logo DHL a été légèrement modifié en gardant ses éléments les plus caractéristiques.

## Communication

Le printemps 2003 a marqué également le début du lancement de la campagne universelle de DHL. La campagne a adopté la célèbre signature «More» (plus): DHL peut faire aujourd'hui plus qu'avant avec «plus» de rapidité, «plus» de force, «plus» d'efficacité, «plus» de services et «plus» de produits. Le message «More» a été traduit dans plusieurs langues en Europe, Asie, Afrique et en Australie. Le spot télévisé «pyramide», qui a été diffusé partout dans le monde, a eu pour thème l'expertise logistique globale de DHL: Les Egyptiens auraient compté sur DHL lors de la construction des pyramides. Ce spot a été entièrement tourné au Maroc.



## Les valeurs de la marque

En tant que pionnier et innovateur permanent dans le secteur de la logistique, DHL capitalise sur la longue expérience de ses divisions spécialisées Express, Freight, Danzas Air & Ocean et Solutions pour raffiner son unique produit portfolio. La marque représente un nombre de valeurs comme, la rapidité, la transparence, le professionnalisme, la flexibilité et, par-dessus tout, la proximité au client. DHL connaît pertinemment les vœux et besoins de ses clients grâce à sa présence effective partout dans le monde.

[www.dhl.com](http://www.dhl.com)

## Les petites choses que vous ignorez sur DHL

DHL traite environ 160.000 livraisons en moins de 4 heures chaque nuit au sein de son DHL HUB center à Bruxelles. Durant ce temps, 31 avions atterrissent au principal transshipment hub, faisant circuler plus de 800 tonnes de marchandises, utilisant 90 camions.

La moitié des sociétés figurant sur la liste de «Forbes 500» sont des clients de DHL.

DHL opère des débarquements de cargaison par avion toutes les 58 secondes quelque part dans le monde.

DHL offre 2 services spécifiques à partir du Maroc: Artex et Délices Express. Artex est un service spécialisé dans le transport des produits de l'artisanat marocain. Délices Express est une promotion qui offre aux clients marocains durant le mois de Ramadan 50% de réduction sur tous leurs envois de gâteaux.