

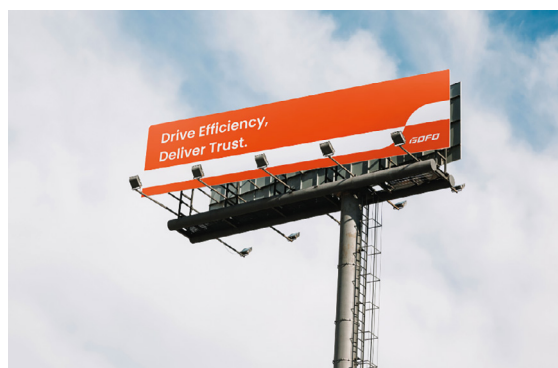
GOFO FRANCE : L'INNOVATION LOGISTIQUE AU SERVICE DES EXIGENCES DU E-COMMERCE MODERNE

Gérer des volumes fluctuants tout en maîtrisant les coûts : la logistique du dernier kilomètre reste un défi majeur pour les acteurs de l'e-commerce. GOFO France y répond par un réseau flexible et une technologie de routage propriétaire. Explications avec Michel Naudin, son directeur général adjoint.

Selon les derniers chiffres publiés par la FEVAD le 11 février 2026, l'e-commerce a totalisé 196,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2025, en hausse de 7 %, avec pas moins de 3,2 milliards de transactions réalisées. Cette croissance soutenue place la logistique du dernier kilomètre au cœur des enjeux stratégiques des marchands en ligne. « *Le plus grand défi de la logistique e-commerce n'est pas seulement la livraison, c'est de garder un contrôle face à des volumes fluctuants et des coûts en hausse. Les réseaux traditionnels sont souvent trop rigides ou difficiles à intégrer* », analyse le directeur général adjoint de GOFO France. Pour répondre à ces défis, l'entreprise, fondée aux États-Unis en 2023 par Henry Zheng avant d'acquérir et fusionner avec GOFO France, développe une approche combinant flexibilité des Partenaires de Services Logistiques (PSL), intelligence de routage propriétaire et infrastructures logistiques détenues en propre.

UN MODÈLE OPÉRATIONNEL PENSÉ POUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

GOFO France a bâti son réseau en tenant compte des spécificités du marché hexagonal. « *Les consommateurs français sont très sensibles aux prix et privilégient la flexibilité plutôt que la pure vitesse* », rappelle Michel Naudin. Le réseau actuel s'appuie sur



un hub central situé au nord de Paris, équipé d'un système de tri cross-belt hautement automatisé, capable de traiter jusqu'à 400 000 colis par jour, plus de 20 hubs secondaires et un réseau de stations PSL en expansion, est prêt à relever ces défis. Cette architecture à trois niveaux permet en effet de s'adapter aux pics d'activité comme le Black Friday ou les soldes tout en optimisant les coûts.

GOFO France a adapté ses process aux habitudes locales : « *Plus de 80 % des colis font moins de 2 kg, et le marché français continue de privilégier la livraison à domicile, avec 69 % des colis envoyés en boîte aux lettres et 53 % remis en mains propres* ». Pour garantir la réussite des livraisons, GOFO propose jusqu'à trois tentatives gratuites et développe une approche prédictive : fenêtres de livraison en temps réel et notifications proactives par SMS ou email pour transformer le tracking passif en expérience active.



Michel Naudin,
DGA chez GOFO
France.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET EXPANSION GÉOGRAPHIQUE

Les investissements actuels de GOFO France se concentrent sur deux axes. D'un côté, l'automatisation et l'intelligence artificielle : « *L'IA optimise dynamiquement les itinéraires de livraison, tandis que l'automatisation des entrepôts réduit les temps de traitement et augmente notre efficacité* ». De l'autre, des efforts conséquents pour renforcer l'expansion du maillage territorial avec deux nouveaux hubs de plus de 10 000 m² en région parisienne et à Lyon, ce dernier devant renforcer significativement la desserte du sud de la France. « *Le hub de Lyon servira de porte d'entrée principale vers le sud de la France, améliorant notre rapidité et notre capacité de réponse à la charge* », souligne-t-il. L'entreprise accélère son développement auprès des commerçants européens et français. « *Nous renforçons nos connexions avec davantage de partenaires technologiques et de centres de distribution, et rendons nos services plus accessibles aux marchands en ligne* », conclut Michel Naudin. Un positionnement qui vise à transformer la logistique « *d'un goulot d'étranglement potentiel en un moteur puissant de croissance* ». ■

GOFO