



LE DESIGN DE LA SUPPLY CHAIN PREND UNE NOUVELLE DIMENSION

Les logiciels de conception, de modélisation et d'optimisation de la chaîne logistique étendue deviennent des outils indispensables à l'heure de l'accélération des flux de données et des marchandises. Ces solutions ont le grand intérêt de permettre de réévaluer le schéma logistique plusieurs fois dans l'année.

Le design de la chaîne logistique ? Comme monsieur Jourdain, les entreprises avaient l'impression d'en faire sans s'en rendre compte. « La différence est que les industriels disposaient généralement d'un schéma logistique sans réflexion approfondie sur celui-ci », indique Nicolas Henry, senior manager au sein du cabinet Citwell. Leur

schéma logistique évoluait par opérations externes et par opportunités en s'attachant principalement à l'optimisation locale et sans prendre en compte tous les paramètres. » Le schéma était réalisé avec l'aide d'un cabinet de consultants et les données rentrées sur tableur, « une manière de travailler qui est de moins en moins efficace avec les exigences du e-commerce et de la digitalisation », poursuit le consultant. Cette époque est aussi révolue car le design du réseau logistique s'aborde sous un angle métier. Les spécialistes de la supply chain doivent réfléchir à l'optimisation globale du réseau, ne regardant pas seulement le point de vue de la performance logistique mais l'ensemble de la supply chain étendue, véritable poumon de l'entreprise. Pour résumer, le logiciel de design permet la conception et la modélisation du futur schéma logistique. Il commence par modéliser le réseau logistique tel que l'entreprise le connaît en intégrant les fournisseurs, les entrepôts, les usines et les données cartographiques. « L'aspect cartographique est un vrai plus car il permet de passer du calcul macro avec tableurs à des modèles plus proches de la réalité où les cartes de transport sont réelles avec des nœuds routiers précis et des coûts de transport affinés. Ils permettent d'aller à un niveau de détail essentiel aujourd'hui », indique Nicolas Henry. Puis l'entreprise y introduit des paramètres comme les pics de vente, les objectifs de service clients et de stocks, les contraintes industrielles et d'entreposage. « En injectant d'un côté l'historique et de l'autre des contraintes métiers, le logiciel permet de trouver un optimum global pour assurer la cohérence des différents objectifs », souligne Nicolas Henry. Les analystes de la supply chain vont créer plusieurs scénarii qui font bouger ces objectifs : changer un entrepôt de département, passer dans une logique de cross-dock ou, au



“ Les spécialistes de la supply chain doivent réfléchir à l'optimisation globale du réseau, ne regardant pas seulement le point de vue de la performance logistique mais l'ensemble de la supply chain étendue, véritable poumon de l'entreprise. ”

contraire, revenir à un entrepôt central. Les algorithmes d'optimisation donnent les réponses et trouvent un optimum à présenter à la direction générale qui prend la décision d'adopter le nouveau schéma. Cette solution est-elle pour autant adaptée à toutes les entreprises ? « Si le réseau logistique se révèle assez simple avec quelques entrepôts et peu d'imports internationaux, l'achat d'un logiciel spécialisé n'est pas nécessaire », répond Christophe Philippart, directeur Europe du sud-ouest de Llamasoft, qui commercialise une suite logicielle de design appelée Supply chain Guru X. « Une entreprise qui a 20 000 articles à gérer et à placer en dix familles de produits ne va pas forcément avoir besoin de ce degré de finesse, complète Nicolas

Henry. Autre cas : dès qu'une société lance des nouveaux produits, elle émet des hypothèses et ce n'est pas forcément très pertinent de produire des calculs très fins là où les marges d'erreur risquent d'être importantes. » De fait, les solutions de design de supply chain s'adressent généralement à des entreprises au moins de taille intermédiaire. Llamasoft est le seul éditeur à proposer une solution dédiée et vise les sociétés réalisant au moins 800 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle annonce déterminer en portefeuille la moitié des 500 plus grandes entreprises mondiales. « Nous considérons que le design du réseau supply chain est aujourd'hui un travail essentiel à réaliser en amont de la planification et de l'exécution logis- »

VOXLOG
GRAND ANGLE

tique», poursuit Christophe Philippart. La dizaine d'autres éditeurs du marché (parmi lesquels Aimms, JDA, Oracle, Quintiq, Profit Point...) proposent une brique consacrée au design dans leur suite logicielle, qu'elle soit spécialisée dans la planification, l'exécution ou l'optimisation de la supply chain. Le module de JDA, «Supply Chain Strategist», fait ainsi partie de la suite «Manufacturing Planning» à destination des industriels ou «Intelligence Fulfillment» pour les distributeurs. «Il s'agit de la déclinaison d'un module qui était davantage focalisé sur la modélisation transport», indique Olivier Lemaitre, vice-président en charge des opérations commerciales sur la France, la Belgique et l'Afrique du nord. Nous avons deux suites de planification qui sont intégrées au reste de l'offre de planification stratégique. Elles peuvent être déployées de façon indépendante mais nous préférons les mettre en œuvre dans une logique de supply chain intégrée avec l'exécution,

de manière plus large.» Plutôt que s'engager directement dans un projet de refonte de son réseau logistique, Llamasoft propose de commencer par une première mission sur douze à dix-huit semaines, «suffisamment importante en termes de bénéfice et suffisamment simple en termes de valeur pour poursuivre avec une équipe dédiée», indique Christophe Philippart. Cette équipe dédiée comprend généralement le représentant supply chain ou des opérations, des opérationnels d'une plateforme logistique et de l'activité, un salarié des finances ou du contrôle de gestion qui validera les modèles et donnera le coup de tampon financier. Dernière fonction pertinente représentée : le commercial. Le marketing et la direction générale seront, eux, interrogés. «Il faut définir le cap. Quel est le plan stratégique sur lequel doit s'appuyer le schéma logistique?», explique Christophe Philippart. C'est au comité de direction de l'entreprise de se prononcer sur ce sujet.

Après injection de toutes les données nécessaires dans le système, l'équipe établit des scénarios. «Nous proposons au minimum deux scénarios, au maximum cinq, qui seront modélisés par la solution, l'idée étant d'en retenir deux avec des variantes et que ceux-ci soient les plus souples possibles pour être adaptables», explique Nicolas Henry. L'intérêt de ce type de logiciel : il permet de réévaluer son schéma logistique à dates régulières. «Le groupe va vérifier trois à quatre fois par an que les décisions prises continuent d'être pertinentes et que la tendance dans laquelle il s'inscrit correspond aux objectifs», ajoute Olivier Lemaitre. «La solution permet, en quelque sorte, de créer des modèles vivants et évolutifs de la supply chain de bout en bout», poursuit Christophe Philippart. Elle permet aussi d'aller plus loin dans l'utilisation des outils pour optimiser la logistique opérationnelle au jour le jour. «C'est ce que nous appelons le "side-tuning", quand on peut



10.11.12
SEPT 2018

PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES
PAVILLON 1



- 800 SOCIÉTÉS PARTICIPANTES
- 40 000 PROFESSIONNELS
- 350 TOP SPEAKERS
- 3 STORE TOURS
- 11 AWARDS

PARIS
RETAIL
WEEK

THE EUROPEAN GLOBAL
EVENT
FOR RETAIL
PROFESSIONALS

WWW.PARISRETAILWEEK.COM

La synergie de 2 secteurs :



EQUIPMAG
THE RETAIL EXPERIENCE EVENT



E-COMMERCE
THE E-RETAIL BUSINESS EVENT

PARIS RETAIL WEEK : L'ÉVÉNEMENT PROFESSIONNEL EUROPÉEN DÉDIÉ AU COMMERCE 360° !

Pour sa 4^e édition, Paris Retail Week se déroulera du lundi 10 au mercredi 12 septembre 2018 dans le Pavillon 1 de Paris expo Porte de Versailles.

L'engouement pour la 3^e édition de Paris Retail Week a confirmé le besoin des professionnels du retail off- et on-line de se réunir autour d'un événement commun.

L'édition de Paris Retail Week 2018 mettra en avant le **Smart Physical, l'écosystème retail global et agile** ! Les retailers sont des experts des révolutions organiques ! Du brick and mortar au pure player en

passant par le m- ou le s-commerce, le commerçant fait preuve d'un sens de l'adaptation à toute épreuve.

Aujourd'hui, le retail est SMART. Il apprend et s'empare de l'Intelligence Artificielle pour améliorer toujours plus l'expérience client. Il marie (enfin !), le on et le offline et signe l'avènement du Phygital.

Paris Retail Week présentera **l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur** : nouveaux modèles de distribution, agencement et design, parcours du consommateur, web to store et store to

web, CRM omnicanal, shopper marketing, logistique agile...

Le plus grand événement retail et e-retail européen de la rentrée réunira le secteur **E-Commerce**, dédié aux solutions pour les e-commerçants, de la logistique au digital marketing et le secteur **Store / Equipmag**, dédié au commerce physique et à la distribution.

Pendant 3 jours, Paris sera La capitale du commerce 360° en réunissant 800 sociétés participantes et 40 000 professionnels du retail.

affiner les paramètres comme le niveau de stock ou les pourcentages d'achats chez des fournisseurs, commente Olivier Lemaitre. Par exemple, l'entreprise peut partir sur 40% d'achats chez un fournisseur et 60% chez un autre et deux ou trois cycles de vente plus tard, partager 50/50 car le premier a un meilleur taux de service que le second. » À moyen terme et dans l'idéal, l'entreprise se dotera d'une fonction de design permettant de gérer des décisions transversales. Cette fonction, limitée pour l'instant à des groupes dépassant les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires, devrait

s'étendre à l'avenir à des entreprises de taille plus réduite tant la fonction devient incontournable dans un monde en perpétuelle évolution numérique.

7% d'économies en optimisant le transport

DHL a utilisé le module «JDA Supply chain Strategist et JDA Transport Modeler» en 2016 pour gérer tout un secteur de biens de consommation au Mexique, soit les marchandises de 13000 bateaux par an à dispatcher sur 1500 entrepôts ou magasins. Après avoir intégré les données et les processus de ce sec-

teur, l'expressiste a défini un schéma de transport initial et différents scénarii. Puis il a appliqué les règles business, les commandes, les contraintes, les coûts et les processus des entreprises concernées pour déterminer leur impact sur le scénario global. Un an après la mise en place du nouveau schéma logistique, « nous avons fait 7% d'économies sur une optimisation du schéma logistique, ainsi qu'une meilleure utilisation des véhicules et de leur nombre d'arrêts », a indiqué Lucas Vaquero, responsable transport et logistique chez DHL Supply chain. ■ J-B.G.

Pepa Alvarado

Senior manager, global network planning chez Chep, spécialiste de la gestion de palettes.

« LE DESIGN DE LA SUPPLY CHAIN NOUS DONNE UNE VISION STRATÉGIQUE DE L'AVENIR. »

Pourquoi avoir choisi la solution Llamasoft?

Nous devons faire face au défi de fusionner deux chaînes d'approvisionnement différentes aux États-Unis suite à l'acquisition d'une nouvelle entreprise. À cette époque, nous utilisons toujours Excel, nous avons donc besoin d'une solution puissante nous donnant une vision stratégique de l'avenir. Nous nous sommes tournés vers Llamasoft. Leur logiciel est capable de répondre à nos besoins, il nous a aidés à adresser la complexité de notre réseau qui intègre une logistique des retours particulière.

Quels étaient vos objectifs concernant l'évolution de votre chaîne logistique?

Nous voulons être sûrs d'être au bon endroit au bon moment pour servir nos clients, et ce, au meilleur coût pour les deux parties. Nous l'utilisons principa-

lement pour les décisions stratégiques du réseau, mais elle est également utile pour la planification tactique, le niveau de service et l'optimisation des stocks, l'amélioration de la collaboration client...

Comment s'organise votre programme de modélisation de la supply chain?

Notre programme de design est un élément clé de notre supply chain. Nous avons une équipe monde qui réalise constamment des exercices de design afin de s'assurer que nos décisions en matière de réseau restent pertinentes et que nous répondons correctement à la croissance et aux changements de notre clientèle.

Que vous a apporté ce programme?

Nous avons heureusement déjà chez Chep un réseau solide, en place depuis



plus de 30 ans dans la plupart de nos marchés-clés. Ce que nous apporte le supply chain design, c'est la capacité de défier le statu quo, d'exécuter différents scénarios et de sortir des sentiers battus pour optimiser le réseau au global, plutôt que de devoir se concentrer sur de plus petites zones, concentrant un nombre inférieur de données à traiter. ■ J-B.G.

LOGISTICS MEETINGS

LE SALON DE TOUTE LA CHAÎNE LOGISTIQUE

20, 21 & 22
NOV. 2018

Palais des Festivals et des congrès de Cannes

2^{ème} ÉDITION



- 500 participants
- 2 000 rendez-vous d'affaires
- 200 déjeuners pré-organisés avec des Top décideurs
- 1 cocktail de bienvenue
- des conférences plénières très haut de gamme
- 1 soirée de gala
- 1 soirée de libre



www.logistics-meetings.com

ILS SONT DÉJÀ PRÉSENTS*



*Extrait de la liste des exposants au 15 janvier 2018

un événement
weyou
Group