

Retour de Prague

Comme chaque année, le congrès CIES Supply Chain a réuni des logisticiens venus du monde entier, pour témoigner et attraper quelques idées au vol concernant « la Supply Chain de demain : performance, transparence et développement durable ». Stratégie Logistique y était.

Il brume sur Prague en ce matin du 11 octobre. Le congrès de la logistique de l'industrie agro-alimentaire CIES intitulé « la Supply Chain de demain : performance, transparence et développement durable » a commencé hier par des visites de points de vente et d'entrepôts de la grande distribution. Les quelque 300 responsables Supply Chain ayant convolé à la grande messe internationale se retrouvent aujourd'hui dans la Ballroom de l'Hôtel Hilton pour une première session sur l'efficacité et la simplicité.

Performance

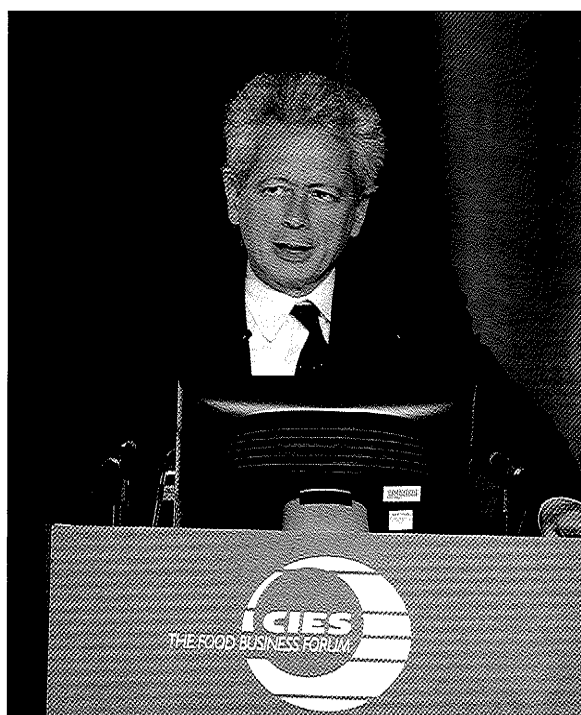
Pour Peter Child, directeur et responsable des pratiques de la grande distribution internationale chez Mc Kinsey, les grandes théories sur ce thème ne manquent pas. Cependant, toute la différence réside dans la manière d'appliquer ces théories. Exemple : Sainsbury utilise pour ses livraisons des sacs en plastique et des sacs bleus pour les retours afin de signaler tout mécontentement de la part des clients. Tesco, lui, a recours à un sac imprimé qui est simplement retourné pour indiquer le renvoi.

Trois cas d'études modèles font écho à cette mise en bouche applaudie. Et d'abord, celle du hard discount. Daniel Corsten, professeur à la London Business School, reprend le micro. « Si le hard discount est parvenu à baisser ses coûts, c'est notamment grâce à une rationalisation de sa Supply Chain ». Ainsi Aldi a-t-elle fondé son succès sur une « lean logistics ». Cette rationalisation est souvent passée par une simplification. Aldi ne compte par exemple que 700 références contre 20 000 pour un supermarché traditionnel. La marchandise, dans ses points de vente, reste palettisée. Les codes à barres sont imprimés sur différents côtés de l'emballage pour faciliter le travail de saisie. Et les flux sont tirés avec 90 % de cross-dock.

Autre modèle d'efficacité, celui du distributeur japonais Aeon, présenté



Le congrès de la logistique agroalimentaire s'est déroulé cette année à Prague.



Pierre Georget, chairman de GS1 Europe, rappelle que l'organisme GS1 se positionne comme le facilitateur de tout projet RFID (Identification par radiofréquence).

par Takao Iwamoto, directeur général du supply chain management chez Aeon. Le groupe a misé sur une réduction de la taille des lots, une préparation à l'unité, une augmentation du cross-dock, une automatisation, une compatibilité ABC, une optimisation du transport... Récemment, c'est une approche CPRF (Collaborative Planning and Forecasting Replenishment) qui a été introduite. « Nous en attendons beaucoup d'amélioration mais nous ne sommes pas Toyota et avons encore une avance en stocks de 10 jours », a reconnu dans l'éclat de rire général Monsieur Iwamoto.

Sur le dernier aspect du transport, David Hennessy, directeur des applications business chez Morrisons, le quatrième distributeur du Royaume-Uni, et Ann Muray, managing consultant pour IBM présentent ensemble le plan de transport qu'ils ont mis en oeuvre. Après l'acquisition de Safeway par ce dernier, le réseau de transport s'était complexifié. Une solution Paragon a été mise en place sur environ 650 camions pour une réduction de 10 % du nombre de kilomètres parcourus.

Après un déjeuner riche d'échanges, David Warrick, directeur général pour Microsoft Entertainment et Systèmes EMEA et Asie de Microsoft Irlande reprend la parole pour exposer les défis d'une Supply Chain internationalisée où les lancements à date constituent la principale difficulté. Pour obtenir une bonne agilité, la SCEM et la VMI (Vendor Managed Inventory) ont constitué des facteurs clés de succès.

Transparence

La suite de l'après midi est consacrée à la « Transparence et à la Visibilité ». Xavier Hua, directeur de la stratégie B to B de Carrefour France introduit cette thématique en s'appuyant sur le rapport « Future Value Chain 2016 » (voir encadré). Ce rapport a servi de base de réflexion au groupe Carrefour dont l'ambition est de réduire le

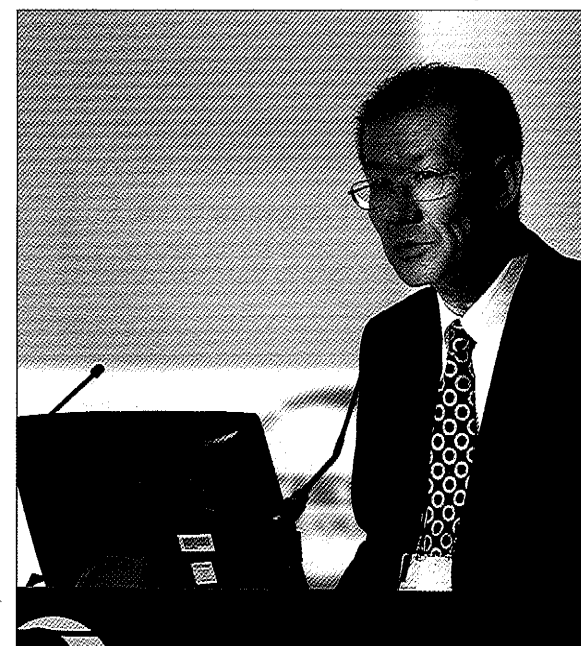
time-to-market entre la production et la consommation de 200 à 20 jours, indique-t-il. Pour y parvenir, il travaille notamment sur le thème du partage d'informations. Le groupe entend ainsi partager des données synchronisées via EDI avec certains fournisseurs sur un portail. Ce système, déjà expérimenté en Pologne, doit l'aider à accélérer le développement du traitement de ses flux en cross-dock.

Grâce à la RFID (Identification Radio-Fréquence), la collaboration peut aller encore plus loin. Illustration avec l'entrée en scène de Markus Waggener, de Metro Group Logistics et de son fournisseur représenté par Volker Heidorn, manager RFID de Kraft Foods. Dans ce groupe, la technologie a notamment permis de mettre en place un meilleur suivi des promotions. Elle permet de mettre en lumière les dérives par rapport aux prévisions et aux délais de vente. « Nous savons désormais que 40 % de nos promotions ne circulent pas de manière suffisamment fluide ». Pierre Blanc, chef de projet RFID chez Carrefour explique dans un deuxième cas d'études, que 4 pilotes RFID sont actuellement en cours dans le groupe, dans les secteurs de la culture, du smart tracking, de l'EPCS (Electro-Photo-Ciné-Son) et du Textile. Dans le textile, le projet sera déployé de bout en bout avec le partenaire BCBG pour le marché belge et un fournisseur en Asie. La projection d'un film dans un entrepôt Kuehne et Nagel montre bien comment le contrôle palette à la



Carrefour veut réduire le time-to-market entre la production et la consommation de 200 à 20 jours. Xavier Hua, directeur de la stratégie B to B de Carrefour France.

Aeon a récemment introduit une approche CPRF (Collaborative Planning and Forecasting Replenishment). Takao Iwamoto, directeur général du Supply Chain Management.



raquette peut par exemple, accélérer les inventaires (2 heures au lieu de 7 sur un rayon) et les fiabiliser à 99,5 % d'exactitude.

Enfin, Pierre Georget, chairman de GS1 Europe, rappelle que GS1 se positionne comme le facilitateur de tout projet RFID. L'organisme a mis en place des laboratoires en Europe précisement dans ce but d'accompagner les tests. Un rapport des premiers tests élaborés avec L'Oréal, Total ou Renault est disponible sur le site web de GS1.

Développement durable

Après un dîner de gala à la maison slave, la journée du vendredi est ouverte sur le thème du développement durable. Jason Clay, vice-président et directeur général pour l'agriculture au World Wildlife Fund, rappelle que dans un contexte de doublement de la croissance d'ici à 2050, il est devenu vital de s'assurer que les fournisseurs produisent de manière responsable et d'intensifier la performance de la Supply Chain plutôt que de l'étendre encore.

Reinhard Winckler, vice-président des opérations EMEA image et impression chez Hewlett-Packard Allemagne, explique que le groupe a mis sur pieds avec Gilette, Braun, Electrolux et Sony une plate-forme pour récupérer et recycler les ordinateurs. Ensemble, ils servent 1 000 sociétés, ont traité 130 000 tonnes de marchandises dans 9 pays.

THE FUTURE VALUE CHAIN 2016

« La chaîne de valeur du futur » a été publiée par Cap Gemini, Intel et The Global Commerce Initiative, en octobre 2006. Tandis que le changement s'accélère et qu'un sentiment d'urgence se renforce par rapport à l'environnement, l'étude demande si la production et la grande distribution sauront s'adapter. En s'appuyant sur des données démographiques, réglementaires et technologiques, elle tente de définir quelle sera la chaîne d'approvisionnement d'ici seulement 10 ans, pour réfléchir à la constitution d'une chaîne de valeur de bout en bout. Ce rapport a servi de base de réflexion pour le groupe Carrefour.

Puis Jonathan Fenton-Jones, directeur commercial de Gazeley Royaume-Uni présente ses entrepôts écologiques, des entrepôts qui économisent et génèrent de l'énergie et réduisent aussi la consommation d'eau sans coût additionnel pour le client. 65 000 m² ont déjà été construits à Milton Keynes pour le fabricant John Lewis et Gazeley vient aussi d'achever un tel site pour Wal-Mart en Chine. Une troisième de ces plates-formes est en projet pour DHL et Nestlé à Madrid.

Brian Gaunt, directeur général de la logistique au Royaume-Uni pour Christian Salvesen vient apporter un troisième et dernier témoignage sur ce thème. Opérant pour 30 sites Tesco, il a étiqueté 70 000 SKU (positions de stocks) par rapport à leur consommation de CO₂ qui a pris diverses mesures pour réduire ses émissions. Enfin, l'après-midi, Larry Lapide, du Massachusetts Institute of Technology a tenté de décrire avec une méthodologie de scenario planning la Supply Chain du futur. En fonction des données à notre disposition et du caractère aléatoire de celles-ci, il conclut surtout qu'il faut beaucoup de flexibilité pour pouvoir coller aux plus d'éventualités possibles ! Ce qui ne fait (presque) aucun doute, c'est que le prochain CIES orienté Supply Chain aura lieu à Vienne, les 9 et 10 octobre 2008.

Magali Mouzard