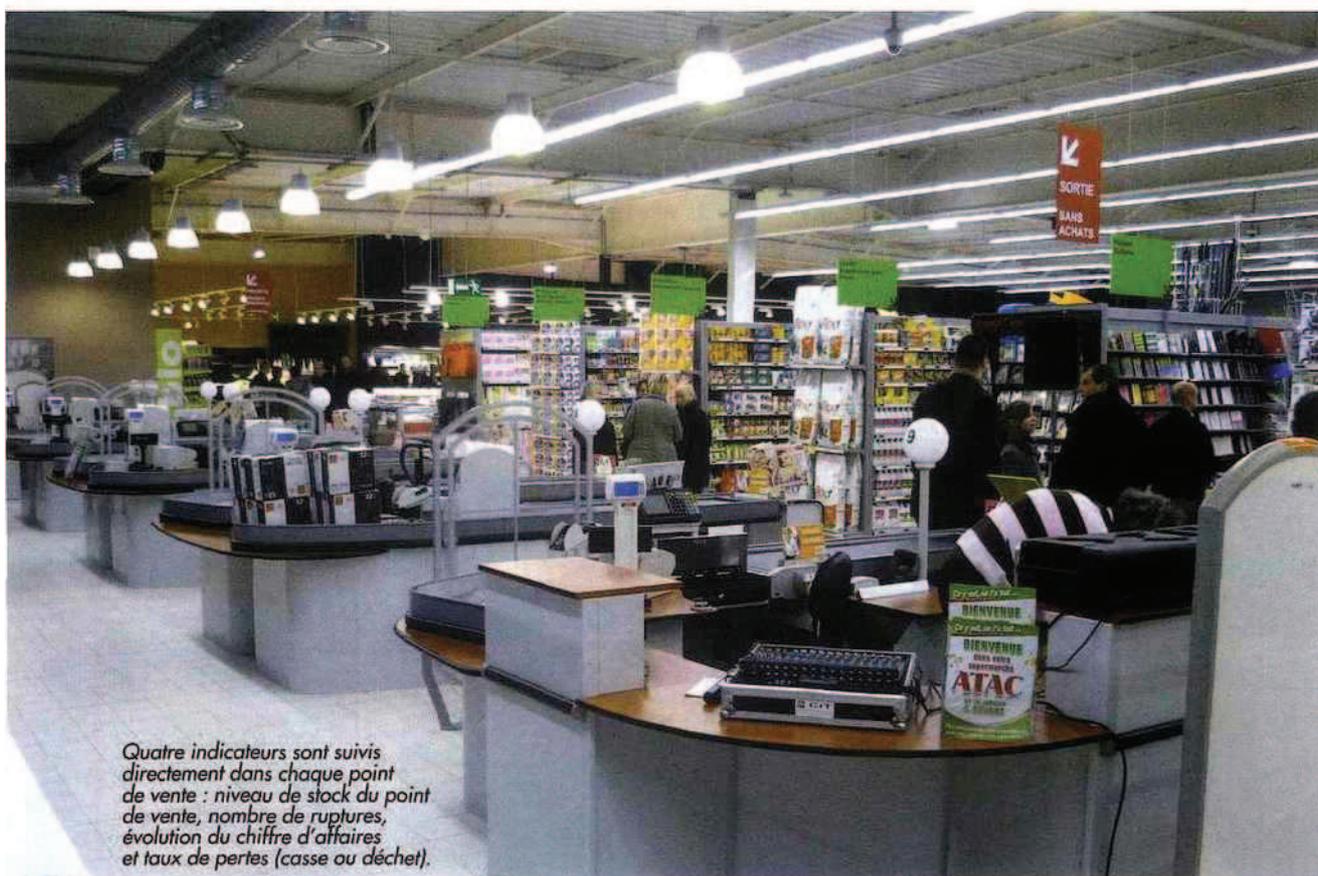


SCHIEVER

Le précurseur du flowcasting

Le distributeur a entamé une approche flowcasting avec les outils d'Acteos. Il n'est pas encore au bout de sa démarche mais enregistre, d'ores et déjà, des résultats prometteurs. Plus d'informations avec Gilles Roux, DSI et organisation du groupe.



Quatre indicateurs sont suivis directement dans chaque point de vente : niveau de stock du point de vente, nombre de ruptures, évolution du chiffre d'affaires et taux de pertes (casse ou déchet).

Schiever est un groupe indépendant qui réalise 1,4 milliard d'euros de chiffres d'affaires (2010) sous enseignes. La société exploite des enseignes multiples en partenariat, notamment, avec le groupe Auchan. Elle possède donc en France 7 hypermarchés Auchan, 82 supermarchés Attac, 37 supermarchés Maxi Marché (sa marque propre) mais, également, 35 Weldom, 2 Kiabi, des Flunch, un Gitem et, très prochainement, un Bricoman. Tous ces magasins sont implantés dans les régions Bourgogne et France Comté. En Pologne, le groupe détient 4 hypermarchés Auchan. Pour ce faire, il emploie 6 500 salariés, dont environ 5 500 en France. Cette

diversification est gérée par une informatique autonome par rapport à Auchan et nécessite une grande souplesse.

Côté logistique, cette fois, Schiever exploite 5 entrepôts multi-références dont un dédié aux produits à grande consommation à Avallon, un entrepôt frais à température dirigée, trois entrepôts satellites. Enfin, l'entreprise dispose d'un parc de 100 semi-remorques, 50 poids lourds et d'une centaine de chauffeurs. Dans son organisation, les flux se croisent et se décroisent : "certaines commandes vont directement de Eurochan jusqu'à nos magasins, notamment pour les hyper, avec des produits stockés en entrepôt. Tous les fruits et légumes, par exemple,

sont gérés en flux tendus pour livrer nos magasins tous les jours" précise Gilles Roux, DSI et Organisation.

projet Astere

La solution Acteos d'approvisionnement central est utilisée dans le groupe depuis 2007. "Ce climat de confiance et ce partenariat réussi ont permis de lancer le projet que nous appelons, en interne, Astere, Assistance pour Traitement des Engagements et du Réapprovisionnement, via la solution Acteos PPS", souligne Gilles Roux. Dans ce cadre, Schiever attache une importance particulière au mot "assistance". "C'est primordial, explique-t-il. Dans un projet comme celui-ci,

la conduite du changement est un aspect très important : il ne faut pas penser que l'outil va passer les commandes à la place des utilisateurs".

Les enjeux de la société sont clairs : d'abord éliminer les ruptures. "Avec des commandes manuelles, le personnel en magasin doit gérer les ruptures avec tous les aléas que cela peut comporter, notamment les turn-over importants et une connaissance métier parfois incertaines. Réapprovisionner est relativement compliqué", précise-t-il.

Deuxième enjeu : réduire le stock en magasin. Il s'agit de prévoir la demande au plus juste afin de ne pas stocker de produits inutiles.

Puis, vient ensuite un troisième niveau qui comprend l'optimisation du processus de passation de commandes en réduisant le nombre d'erreurs et, surtout, en libérant du temps en magasin pour des activités à valeur ajoutée (la gestion de stocks, la maîtrise des produits et des assortiments ainsi que le contact client). Schiever commence les implantations en 2009 en réalisant, au préalable, des tests sur quatre magasins pilotes choisis en fonction de leur différente taille. À partir de là, l'entreprise déploie 100 points de vente en une année. "Nous avons pris le mouvement en marchant et nous avons fait ce que vous ne devriez jamais lire dans un manuel de gestion de projet, c'est-à-dire déployé des versions successives de l'outil", précise Gilles Roux. L'interface a, ainsi, été progressivement personnalisée afin de mieux s'adapter aux utilisateurs. "Il faut leur donner l'essentiel très vite. Par exemple, il faut que l'outil permette que leurs propositions de commandes leur arrivent avec une gestion par exception. C'est-à-dire en soulignant les alertes, etc.", ajoute-t-il. Le logiciel se présente comme un outil d'aide à la décision, mais l'utilisateur reste responsable de ses rayons.

Pendant le déploiement qui a lieu en parallèle dans les magasins, une équipe de formateurs/déploieurs agit sur le terrain pour non seulement installer mais, également, assister le personnel en magasin. Des journées de sensibilisation sont organisées et un audit interne est actuellement conduit afin de recueillir les résultats. "C'est un peu comme la route des mines : il faut verrouiller le processus de façon à ne pas atteindre une performance inférieure mais, au contraire, supérieure", détaille Gilles Roux.

bons et moins bons élèves

Les résultats enregistrés sont variables selon les magasins : "il y a des bons élèves et des moins bons, mais sur certains, les tendances sont très encourageantes au niveau des taux de rupture. Ce qui s'explique, également, par

Schiever attache une importance particulière au mot "assistance" [...] Il ne faut pas penser que l'outil va passer les commandes à la place des utilisateurs.

notre approche, désormais globale : nous avons revu les assortiments et la détention des assortiments, conjointement avec les responsables merchandising, développe Gilles Roux. Elle joue, également, un rôle de fédérateur des bonnes pratiques en magasin au niveau des facings et des assortiments", poursuit-il. Concernant les produits à faible rotation, l'outil se comporte comme un outil historique avec un seuil de déclenchement. Chez les "bons élèves", 95 à 96 % des propositions de commandes sont validées et seuls les 4 % restants sont modifiées. La solution Acteos calcule chaque nuit le stock de sécurité pour chaque produit et le réapprovisionnement de chaque magasin qui évolue en fonction du comportement des produits. Pour tous les calendriers magasin, l'outil possède des dates de commandes et de livraison très claires. "Chez Schiever, l'utilisateur dispose d'une check list établie pendant le projet. Il se connecte le matin sur le logiciel, il traite un certain nombre d'alertes (de stock, par exemple) sachant que les entrées et les sorties ne sont pas toujours comptabilisées informatiquement (vol, casse).

Si jamais l'utilisateur trouve un stock négatif ou différent, il doit contrôler. Chaque article, dans chaque magasin, est réglé en prévision tous les jours et approvisionné par rapport à son stock corrigé tous les jours. L'article est vraiment tiré par le point de vente", intervient Christian Zelle, directeur R & D chez Acteos.

la première brique est posée

Les magasins non alimentaires, "très demandeurs", devraient prochainement être équipés, "même si nous nous attendons à de moins bonnes performances. Dans la plupart des cas, la solution va être un outil de réapprovisionnement sur seuil de déclenchement. À partir du moment où la prévision de la demande ne sera pas suffisamment précise en raison du flux de vente, nous allons nous contenter de calculer un stock de sécurité. Nous ne dégraderons pas le processus actuel", stipule Gilles Roux. Dans les projets, également, un travail sur les mécanismes saisonniers qui devrait compléter la solution informatique : "Il y a des coups de tournevis à donner". De même, pour le moment, les données explicatives ne sont pas incluses dans l'outil et restent à l'appréciation des magasins. "Il faut permettre, dans chaque magasin, de gérer des spécificités, des paramétrages particuliers : les fermetures des magasins frontaliers, etc.", souligne Gilles Roux qui envisage, également, de développer des versions du progiciel pour les produits mobiles en magasin, "c'est-à-dire des versions allégées en affichage pour les iPad et autres tablettes permettant de travailler sur l'outil et, éventuellement, de renseigner les clients". La première brique de la démarche flowcasting est ainsi posée. ■

