

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 5 mars 2020

Visibilité en temps réel des opérations Supply Chain : quel est le degré de maturité des entreprises françaises ?

Étude menée par Generix Group et l'Institut du Commerce

Les technologies qui permettent aux entreprises d'améliorer la visibilité en temps réel des opérations de leur Supply Chain connaissent une certaine accélération de leur déploiement. En plus de permettre de s'assurer de la disponibilité du produit et du bon déroulement des opérations, elles permettent de développer de nouveaux services pour le client final. Pour mesurer l'avancée et les besoins des entreprises dans ce domaine, Generix Group et l'Institut du Commerce ont mené une étude conjointe auprès de 120 industriels, distributeurs et sociétés de service.

Les 3 grands enjeux de la visibilité de la Supply Chain en temps réel

- **Satisfaction client**

Pour un peu plus de 30 % des entreprises interrogées dans le cadre de l'étude, **la visibilité en temps réel de la Supply Chain doit permettre de garantir une qualité de service irréprochable**, gage de satisfaction et de fidélisation. Elles sont autant à estimer que l'un des principaux enjeux réside également dans la possibilité de connaître la disponibilité des produits en stock, tandis que **près de 20 % voient en elle une opportunité de proposer à leurs clients des services additionnels** tels que le suivi d'une livraison en temps réel.

- **Mesure de la performance de la supply chain end-to-end**

La visibilité temps réel représente pour près de **1 entreprise sur 2, un levier de mesure de la performance globale de la Supply Chain dans l'objectif d'en assurer un meilleur contrôle**. Si elles disposent déjà d'indicateurs individuels sur les différents maillons de la chaîne d'approvisionnement (transport, entrepôt, fournisseurs), **les entreprises recherchent désormais une vision globale de la performance de leurs opérations**. Celle-ci leur permettrait en effet de faire remonter rapidement de possibles anomalies, d'être plus agiles et de prendre de meilleures décisions. Néanmoins, elles doivent pour cela se mettre en capacité de collecter, nettoyer et analyser des données en grande quantité : un véritable challenge !

- Réduction des coûts

Enfin, l'étude met en évidence que **pour 50 % des entreprises françaises, la réduction des coûts d'expédition comme de livraison est un enjeu clé de la visibilité en temps réel de la Supply Chain. En effet, grâce à celle-ci**, les entreprises évitent les ruptures de charge, fluidifient mieux leurs flux, voire s'offrent des opportunités de mutualisation de commandes. Enfin, **1/4 des entreprises interrogées estiment que c'est également un bon moyen de soulager le service client en charge de la gestion des appels entrants.**

Améliorer la fiabilité des stocks et la communication avec les partenaires

- La fiabilité des stocks

Près de 60 % des entreprises interrogées déclarent avoir une bonne visibilité des stocks disponibles en entrepôt par rapport à ceux situés en usines ou en points de vente. **À l'ère de l'omnicanal, les résultats de l'étude montrent très clairement qu'il reste un travail à faire de la part des enseignes pour obtenir une vision 360° de leurs stocks.** Cette possibilité leur permettrait notamment d'écouler les invendus sur Internet avant même les périodes de soldes.



Fabricants et distributeurs doivent de plus en plus être en capacité de connaître les quantités en stock de leurs produits à tout instant et de manière fiable, afin de pouvoir satisfaire la demande de consommateurs plus exigeants en termes de disponibilité et d'immédiateté

Xavier Hua, Directeur général de l'Institut du Commerce ”

- Les échanges d'informations avec les partenaires

C'est principalement **avec les transporteurs que la visibilité en temps réel se développe** : 22 % contre 11 % avec les transitaires, 8 % avec les clients et 3 % avec les fournisseurs. Cette tendance s'explique par le fait que de nombreux outils de tracking ont émergé ces dernières années sur le marché français. **Une tendance qui devrait se confirmer dans les 3 années à venir, puisque 43 % des entreprises envisagent d'investir en vue d'améliorer leur visibilité en temps réel.**

Tracking et informations clients : BtoC versus BtoB

Seul 1/4 des entreprises du BtoC proposent aujourd'hui un service de tracking à leurs clients pour le suivi de leurs commandes. **Un ratio quasi identique dans le secteur du BtoB (23 %).** 64 % des entreprises du BtoC ne disposent d'ailleurs d'aucun service de ce type pour la gestion des retours et ne prévoient pas de s'équiper. Là encore, ce pourcentage est sensiblement identique en BtoB. Sur le segment professionnel, le suivi de commandes (28 %) et la gestion des réclamations (26 %) se font encore essentiellement par téléphone. Quant au BtoC, en matière d'accessibilité de l'information en temps réel pour les clients, **les entreprises se reposent là aussi sur les plateformes des transporteurs.**

« L'analyse des résultats de l'étude montre que la plupart des entreprises sont encore peu investies par la visibilité en temps réel de leur Supply Chain, alors même qu'elles ont conscience des enjeux et opportunités autour d'elles. Aujourd'hui, elles laissent à la charge de leurs partenaires transport le coût de cette visibilité. Cela limite la rapidité de déploiement des technologies de captation de l'information et les prive surtout de la collecte d'une donnée essentielle à la compréhension et à l'amélioration de leur performance de livraison. »

Isabelle Badoc, Product Marketing Manager chez Generix Group

Pour découvrir l'intégralité du livre blanc, cliquez [ici](#).

À propos de Generix Group

Generix Group est un expert de la Supply Chain Collaborative présent dans plus de 60 pays, grâce à ses filiales et son réseau de partenaires. Ses solutions SaaS sont utilisées par près de 6 000 entreprises dans le monde. Les 550 collaborateurs du groupe accompagnent au quotidien des clients comme Carrefour, Danone, FM Logistic, Fnac-Darty, Essilor, Ferrero ou encore Geodis, dans la transformation digitale de leur Supply Chain.

Sa plateforme collaborative, Generix Supply Chain Hub, aide les entreprises à tenir la promesse faite à leurs clients. Elle combine des capacités d'exécution des flux physiques, de dématérialisation des flux d'information, de gestion collaborative des processus et de connexion des entreprises à l'ensemble de leurs partenaires, en temps réel.

Generix Supply Chain Hub s'adresse à tous les acteurs de la Supply Chain : industriels, prestataires logistiques (3PL/4PL) et distributeurs.

Créée en France en 1990, la société est cotée en bourse sur le marché Eurolist d'Euronext Paris, compartiment C (ISIN : FR0004032795). Pour en savoir plus : www.generixgroup.com

À propos de l'Institut du Commerce

L'Institut du Commerce est la seule plateforme de partage permettant à tous les acteurs du commerce de travailler ensemble sur l'intégralité de la chaîne de valeur (de la Supply Chain au merchandising) pour répondre efficacement et de façon responsable aux attentes des consommateurs.

Il a pour mission de mieux répondre aux besoins communs de ses membres en les aidant à construire collectivement les trajectoires du commerce à moyen et long terme à partir des attentes des consommateurs et d'une meilleure compréhension des mutations profondes de la grande consommation, la distribution et le commerce.

<https://institutducommerce.org>