

Visibilité en temps réel des entreprises sur leurs opérations Supply Chain : quelle maturité en France et en Europe du Sud ?

La mondialisation des échanges commerciaux, l'émergence de nouvelles technologies et l'avènement du e-commerce ont profondément bouleversé les opérations Supply Chain. Celles-ci se sont complexifiées et nécessitent une parfaite maîtrise de chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement.

Pour relever ce challenge d'envergure, les entreprises doivent pouvoir bénéficier d'une visibilité en temps réel sur les opérations Supply Chain qui permettent une meilleure collaboration entre les différentes parties prenantes et une plus grande agilité en cas de besoin. À la clé, le respect de la promesse faite au client final, ce dernier exigeant désormais, en sus, un service qui lui offre la possibilité de suivre le cheminement de sa commande en temps réel.

Après avoir mené plusieurs études visant à identifier le niveau de visibilité en temps réel des entreprises d'Europe du Sud sur leurs opérations, Generix Group, éditeur de solutions SaaS collaboratives pour l'écosystème de la Supply Chain et du Commerce, a souhaité mettre en évidence les différences de niveaux de maturité entre la France d'une part, l'Espagne, le Portugal et l'Italie d'autre part, et aider les enseignes à adapter leur stratégie omnicanale en fonction de ces spécificités.

Chiffres-clés
L' Espagne est le pays où les informations sur les stocks sont les plus fiables .
31% des entreprises françaises estiment que la visibilité en temps réel doit permettre de tenir la promesse faite au client, et 50% qu'un des enjeux stratégiques de la visibilité est la réduction des coûts d'expédition et de livraison.
L' Italie est le pays où l' échange de données informatisé (EDI) est le plus développé avec les clients finaux : 54% .
64% des entreprises du BtoC au Portugal ne proposent pas de service de tracking lors des livraisons et pour les retours de commande.

Les enjeux de la visibilité en temps réel

En Italie (45%), en Espagne (36%), et au Portugal (28%), la visibilité en temps réel doit avant tout répondre aux exigences du client final afin de le fidéliser au maximum . L'arrivée d'Amazon, leader mondial du e-commerce, a favorisé la traçabilité des commandes et des stocks et a ainsi influencé le

comportement des consommateurs, qui exigent toujours plus de transparence. Pour répondre à cet enjeu, les entreprises espagnoles ont notamment mis en place des solutions de tracking alertant le consommateur en temps réel. En Italie, les clients finaux souhaitent une transparence totale et une anticipation de leurs besoins, ce qui implique une complexification importante des réseaux logistiques.

C'est seulement dans un second temps que les entreprises d'Europe du Sud jugent la visibilité comme une opportunité pour proposer des services additionnels (tracking, modification du choix de livraison, retour).

En revanche, **pour les entreprises françaises (31%), le principal enjeu lié à la satisfaction client est le maintien d'une qualité de service irréprochable grâce à une parfaite maîtrise de la Supply Chain.** Pour ce faire, les entreprises françaises mettent à la disposition de leurs clients des applications smartphone intégrant une solution de géolocalisation qui informe le client en temps réel sur le statut de sa commande.

Dans tous les pays couverts par cette étude, **la mesure de la performance globale de la Supply Chain est un enjeu majeur**. Au sein de la chaîne logistique, **l'entrepôt et le transport sont les deux maillons considérés par les entreprises comme étant les plus stratégiques** car ils permettent de réaliser d'importantes économies d'échelle sur les processus ayant un impact direct sur la chaîne globale. **Les flux avec les fournisseurs sont perçus comme secondaires**, malgré l'influence qu'ils peuvent avoir sur la performance.

La croissance des ventes en ligne a augmenté le nombre de commandes mono-produit en Espagne, favorisant le besoin de visibilité sur les opérations afin d'en améliorer le processus. Au Portugal, il reste encore beaucoup d'opérations de Supply Chain gérées manuellement. **En France, la traçabilité requiert pour les entreprises d'être en mesure de collecter, nettoyer et analyser des données en grande quantité.** Outre la satisfaction client et une Supply Chain End-to-End sous contrôle, le troisième enjeu stratégique de la visibilité pour les entreprises est la **réduction des coûts, d'expédition et de livraison (50% en France, 48% en Italie, 38% en Espagne et 35% au Portugal).**

La fiabilité des stocks

À l'ère de l'omnicanal, la notion de localisation des stocks a énormément évolué afin d'offrir aux consommateurs des solutions de mise à disposition des produits comme les consignes Click & Collect en magasin. Les résultats de l'étude mettent toutefois en évidence **le chemin qu'il reste à parcourir pour obtenir une vision 360° des stocks et améliorer la fiabilité des informations.**

En France, 59% des entreprises déclarent bénéficier d'une meilleure visibilité des stocks disponibles en entrepôt, voire d'une visibilité excellente pour 18% d'entre elles, par rapport à ceux situés en usines et en points de vente. Cet écart s'explique principalement par le fait qu'historiquement, la fonction première de l'entrepôt est de stocker et gérer les entrées et sorties de marchandises. Les entreprises ont pour cela déjà équipé leurs entrepôts de solutions (WMS) leur permettant d'avoir une vision fiable des stocks, alors qu'à contrario les outils de caisse n'ont pas été conçus pour gérer les stocks.

L'Espagne est le pays où les informations sur les stocks sont les plus fiables. Les entreprises y déclarent accéder à un excellent niveau d'information, que ce soit dans les entrepôts (69%), les usines (61%) ou les points de vente (50%). **En Italie, la fiabilité des informations est considérée comme « bonne »**. Seules 39% des entreprises Italiennes affirment avoir une vue fiable sur leurs stocks. **Au Portugal, la visibilité étant encore majoritairement assurée par les prestataires logistiques et les transporteurs, 39% des entreprises jugent son niveau « satisfaisant ».**

Les échanges avec les partenaires, les services de tracking et l'accès à l'information

En Europe du Sud, les remontées d'informations se font encore majoritairement manuellement. L'Espagne et le Portugal sont notamment les pays où la visibilité en temps réel est la plus développée avec les transporteurs. En Italie, l'échange de données informatisées est davantage développé avec les clients finaux (par 54% des entreprises).

Toutes les entreprises interrogées déclarent s'appuyer majoritairement sur les solutions de leurs transporteurs : 52% en France, 46% en Espagne, 43% au Portugal et en Italie. Les investissements sont donc largement supportés par les prestataires pour le compte des donneurs d'ordres.

Les entreprises estiment que leur visibilité sera meilleure d'ici 3 ans. Et c'est encore **au Portugal** que les investissements devraient être les plus importants : **64% des entreprises estiment qu'elles auront une visibilité comprise entre 75% et 100%. Dans ce pays, la visibilité est perçue comme un standard des services de transport.**

C'est en Espagne que les entreprises proposent le plus souvent un service de tracking à leurs clients pour la livraison (48% dans le BtoB et 39% dans le BtoC), tandis que l'Italie est le pays où le plus de projets sont en cours. En revanche, par manque de solutions, plus de la moitié des entreprises BtoC au Portugal ne propose pas de service de tracking lors des livraisons et des retours de commandes (64%).

L'accessibilité à l'information est plus développée chez les entreprises du BtoB que du BtoC mais reste manuelle, notamment par le biais de correspondances téléphoniques (28% en Italie, 27% en France, 17% en Espagne). **Au Portugal, grâce aux investissements des transporteurs, 16% des entreprises sont en mesure de proposer à leur clients BtoB un suivi de la livraison. Un taux deux fois plus élevé que dans les autres pays de l'étude.**

La mondialisation, la délocalisation des usines de production et le boom du e-commerce ont multiplié le nombre de partenaires intervenant dans les chaînes logistiques. Face à un nombre croissant d'interlocuteurs, la nécessité de visibilité est de plus en plus importante.

La Supply Chain est stratégique pour la performance des entreprises, et ses maillons doivent être davantage connectés. La visibilité sur toute la chaîne permet le tracking et est considérée par la majorité comme un véritable levier de satisfaction. Nombreuses sont les enseignes à déclarer avoir des projets en cours dans ce sens, notamment en France et en Italie. Bien que proches géographiquement, les deux extrêmes se situent en Espagne, où la visibilité est la plus développée, et au Portugal, bien moins pourvu.

À noter que la charge de ces outils de visibilité repose trop souvent sur les transporteurs, qui en supportent seuls le coût sous la pression des chargeurs. Les informations provenant de la visibilité en temps réel permettent de placer les flux sous contrôle, d'analyser, d'identifier de nouveaux leviers d'amélioration mais aussi de planifier. Autant de bénéfices pouvant contribuer à améliorer la performance de la Supply Chain et, in fine, la satisfaction des consommateurs.

Méthodologie : enquête réalisée par Generix GROUP auprès d'un échantillon de 292 entreprises – industriels, distributeurs et sociétés de services– domiciliées en Espagne, France, Italie et Portugal.

Pour consulter l'ebook et en savoir plus

-> <https://info.generixgroup.com/FR-Ebook-Supply-Chain-Visibility-Europe-du-Sud-2020.html>

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

Contacts presse : Open2Europe

Louise Caetano - Sarah Ousahla

l.caetano@open2europe.com - s.ousahla@open2europe.com

+33(0) 1 55 02 15 13 - +33 (0)1 55 02 15 31