



**Etude Kurt Salmon-Generix | « Supply Chain Collaborative, quels indicateurs de performance pour les managers en 2014-2015 ? »**

## **Les responsables Supply Chain et leurs indicateurs de performance s'invitent dans les comités de direction**

Paris, le 20 décembre 2013 – En misant sur l'anticipation, les indicateurs et la collaboration, les directeurs supply chain français s'imposent de plus en plus comme des acteurs clé de la stratégie de leur entreprise.

C'est notamment ce que révèle l'étude Kurt Salmon-Generix, menée avec la participation de l'Aslog et l'Agora Club du Supply Chain Management auprès des professionnels Français. La nomination de Mary Barra à la tête de GM, le parcours de Tim Cook chez Apple où l'embellie des derniers résultats financiers de Home Depot, sont trois exemples récents de la contribution et de l'importance des responsables supply chain à la stratégie et aux performances de grands groupes internationaux. En France, l'étude Kurt Salmon-Generix révèle que 37% des responsables supply chain sont membres du Comité de Direction de leur entreprise.

Pourquoi les responsables supply chain revêtent-ils cette nouvelle dimension au sein de leur entreprise ? En quoi peuvent-ils participer à décliner les objectifs stratégiques de l'entreprise sur le plan opérationnel ? Quels sont les indicateurs clé de performance - les fameux « KPIs » - qui contribuent à leur succès ?

### **Le taux de service, indicateur clé de la contribution de la supply chain à la performance globale de l'entreprise**

Parce qu'il est bien connu que l'on ne gère correctement que ce que l'on mesure, les indicateurs de performance et de pilotage constituent un élément clé de la gestion d'entreprise. Nous en prenons conscience dans nos vies professionnelles lorsque, par exemple, un objectif nous est fixé de manière trop vague, sans que les critères de mesure soient précisément établis.

*« Non seulement le niveau cible où le taux de progression à atteindre doit être précis et chiffré, mais la manière de calculer l'objectif se doit également d'être expliquée et partagée », précise Fabien Gaide, Senior Manager chez Kurt Salmon. « Cet exercice nécessite que les directions générales déclinent les objectifs stratégiques de l'entreprise en éléments plus opérationnels dans les services pour garantir la cohérence globale du pilotage nécessaire à l'efficacité générale. En période de crise, la stratégie de l'entreprise se teinte souvent de prudence. Les directives visent alors à réduire les coûts tout en limitant l'incidence sur les clients pour maintenir le niveau de revenus ».*

**Dans un tel contexte, le directeur supply chain dispose de plusieurs leviers d'action, qui se transforment en autant d'objectifs chiffrés devant être mesurés.**

Il peut, par exemple, *abaisser les niveaux de stock* en limitant ses commandes de réassort ou en ralentissant la production. L'impact sur le Besoin en Fond de Roulement est direct, c'est moins de cash qui sort.

Mais quand le stock baisse, le risque de ne pouvoir satisfaire les commandes clients augmente. Et ceci s'intensifie avec l'explosion de nouveaux modes de consommation qui nécessitent de développer une distribution omni-canal en complément de la logistique traditionnelle. Il faut livrer les magasins plusieurs fois par semaine et les clients chez eux en 48h, mais aussi savoir livrer le client de sa commande internet dans le magasin ou le point relai de son choix.

## Communiqué de Presse

« Le maintien d'un niveau de stock très bas tout en respectant le délai de livraison promis au client devient périlleux », poursuit Fabien Gaide. « Le taux de service constitue un indicateur stratégique car il est le témoin de la capacité de l'entreprise à concrétiser ses commandes reçues en chiffre d'affaires facturé. Il est de l'entière responsabilité du Supply Chain Manager et suivi en comité de direction : il permet ainsi de mesurer la contribution de la Supply Chain à la performance globale de l'entreprise ».

### **Perspectives 2014-2015 : les responsables supply chain misent sur l'anticipation et la collaboration**

L'édition 2013 de l'étude Kurt Salmon-Generix, intitulée « *Supply Chain Collaborative, quels KPIs pour les managers en 2014-15 ?* », menée avec la participation de l'Aslog et de l'Agora Club du Supply Chain Management, montre que **les indicateurs dont les logisticiens sont le plus satisfaits concernent le suivi des coûts** : de stocks (considérés comme optimaux par 24% des répondants), de transport (optimaux pour 25%) ; et bien entendu leur contrepartie : le *niveau de service*, dont la mesure est déjà considérée comme optimale pour 29% des managers.

**La capacité à anticiper les événements constitue un levier essentiel d'efficacité pour les Supply Chain managers.** L'augmentation de la collaboration avec les clients, les fournisseurs, les transporteurs ou prestataires permet d'améliorer significativement leur visibilité pour un pilotage plus anticipatif et une logistique moins coûteuse au global. Elle constitue un axe de progression majeur identifié dans l'étude.

« Aujourd'hui, si les outils existent, les logisticiens considèrent majoritairement être insuffisamment équipés sur ce plan », commente Isabelle Badoc, Product Marketing Manager @Generix Collaborative Supply Chain. « Tendance déjà révélée en 2011, largement intensifiée cette année, 60% des répondants considèrent leurs outils de partage des KPIs comme rudimentaire en 2013, ils étaient 49% en 2011. Leur montée en puissance au sein des comités de direction s'accompagne de nouvelles exigences, plus en phase avec la dimension stratégique de leur activité ».

**Retrouvez l'ensemble des résultats de cette étude sur la fonction Supply Chain et ses leviers de performance au travers de l'analyse de son usage actuel et à venir des KPIs en téléchargement gratuit sur :**

<http://www.generixgroup.com/fr/actualites/communiques/11609,etude-complete-KPIs-Kurt-Salmon-Generix.htm>

ou sur [www.kurtsalmon.com](http://www.kurtsalmon.com).

Pour tout commentaire, décryptage et renseignement sur le contenu de cette étude, Fabien Gaide, Senior Manager chez Kurt Salmon et Isabelle Badoc, Product Marketing Manager, Generix Collaborative Supply Chain se tiennent à votre disposition.

*Méthodologie : L'étude Kurt Salmon-Generix a été menée en partenariat avec l'Aslog et l'Agora Club du Supply Chain Management, de juin à juillet 2013, sur un panel de 212 répondants au questionnaire de l'enquête « Supply Chain Collaborative, quels KPIs pour les managers en 2014-15 ? ».*

#### **A propos de Kurt Salmon**

Kurt Salmon est un cabinet de conseil en transformation des entreprises.

La vocation des 1400 consultants de Kurt Salmon est d'apporter aux dirigeants des entreprises le conseil et les idées originales qui ont un impact direct et concret sur la réussite de leurs projets et, en particulier, sur leurs projets de transformation.

Kurt Salmon accompagne les dirigeants dans l'exploration de nouvelles voies pour les entreprises. Nos équipes de conseil interviennent à leurs côtés pour mieux comprendre les attentes du marché, pour les aider à discerner les facteurs d'évolution de leur secteur d'activité et à trouver la différenciation compétitive qui leur permettra d'exprimer leur leadership.

Plus d'informations : [www.kurtsalmon.com](http://www.kurtsalmon.com)

#### **À propos de Generix Group**

Éditeur de logiciels collaboratifs pour l'écosystème du Commerce, Generix Group accompagne les distributeurs, les prestataires logistiques et les industriels, dans la gestion, la mutualisation et l'optimisation de leurs flux. Le bouquet de services Generix Collaborative Business s'appuie sur une forte expertise métier dans les domaines de l'ERP, la supply chain et le pilotage de la vente cross canal, l'ensemble porté par nos solutions d'intégration EDI, EAI et portails.

# Communiqué de Presse

Avec Carrefour, Gefco, Leclerc, Leroy Merlin, Nestlé, Unilever, DHL, Louis Vuitton, Sodial, Metro, Sara Lee, Kuehne+Nagel, Cdiscount... ce sont plus de 1500 acteurs internationaux qui ont choisi les solutions « Generix Collaborative Business », établissant Generix Group comme leader européen avec plus de 63 M€ de chiffre d'affaires.

Pour en savoir plus : [www.generixgroup.com](http://www.generixgroup.com)

## Contacts Presse

### WELLCOM

Sonia El Ouardi – Amélie Fournier – Elise Droze

Relations Presse

Tél. : 33 1 46 34 60 60

[se@wellcom.fr](mailto:se@wellcom.fr) – [afo@wellcom.fr](mailto:afo@wellcom.fr) – [ed@wellcom.fr](mailto:ed@wellcom.fr)

[www.wellcom.fr](http://www.wellcom.fr)

### Rumeur Publique

Thomas Boullonnois – Cédric Landu

Tél. : 01 55 74 52 29 – 01 55 74 52 31

[thomas@rumeurpublique.fr](mailto:thomas@rumeurpublique.fr) - [cedric.lan@rumeurpublique.fr](mailto:cedric.lan@rumeurpublique.fr)

[www.rumeurpublique.fr](http://www.rumeurpublique.fr)

### Kurt Salmon

Elise Carrard

Relations Presse

Tél. : 33 1 55 24 33 39

[elise.carrard@kurtsalmon.com](mailto:elise.carrard@kurtsalmon.com)

[www.kurtsalmon.com](http://www.kurtsalmon.com)

### Generix Group

Mike Hadjadj

Directeur Marketing & Communication

Tél. : 01 77 45 43 41

[mhadjadj@generixgroup.com](mailto:mhadjadj@generixgroup.com)

[www.generixgroup.com](http://www.generixgroup.com)