

L'évènement logistique à ne pas manquer, organisé par

Logistiques
Magazine

23^{es} Assises de la Logistique

14 OCTOBRE 2008

Hôtel Intercontinental - Paris 9^e

**1 JOURNÉE D'ÉCHANGES
D'EXPÉRIENCES
4 GRANDS THÈMES AU CŒUR
DE LA LOGISTIQUE**

Externalisation

Entrepôt

Mutations du marché

Disponibilité produits

**AGRÉÉ
ORGANISME
DE
FORMATION**

 **Wolters Kluwer**
France

En partenariat avec



 **ProLogis**



DEMATIC



Intermec



 **ST logistics**



Agence de Développement Économique de l'Indre



LES ASSISES DE LA LOGISTIQUE : *optimiser l'exercice de votre métier*

Mondialisation, délocalisation, augmentation des prix du transport... De nombreux éléments économiques viennent bousculer les schémas classiques de la supply chain. L'aptitude à mettre en place des organisations logistiques réactives, capables de s'adapter aux revirements de situation parfois brutaux, doit être une nécessité pour les logisticiens à l'affût de méthodes et solutions innovantes.

Les Assises de la Logistique représentent en cela un moment privilégié pour échanger des expériences vécues et anticiper les mutations à travers des témoignages concrets, gage d'authenticité et de crédibilité.

Comme tous les ans, les thèmes abordés reflètent les problématiques d'actualité que doivent résoudre les directeurs supply chain et responsables logistiques.

Pour cette édition, l'accent est mis sur l'externalisation logistique, les défis de la logistique de distribution, les évolutions de l'industrie et de la grande distribution et leurs impacts sur la supply chain, la disponibilité des produits pour un service client optimisé.

Les témoignages de plus de 20 directeurs logistiques lors de ces Assises de la Logistique sont pour vous une occasion unique de confronter vos stratégies et vos pratiques et par là même, d'apporter des éléments pertinents de réponses pour optimiser l'exercice de votre métier.

C. Fournier

Catherine Fournier
Rédactrice en chef
Logistiques Magazine



CARREFOUR A

L'entrepôt : une vision industrielle de la logistique de distribution

CARREFOUR B

L'externalisation : changement du contexte de l'externalisation au regard des grands enjeux économiques

CARREFOUR C

Les mutations du marché : évolutions de l'industrie et du commerce, quels impacts sur la supply chain ?

CARREFOUR D

La disponibilité des produits : aligner les processus pour une disponibilité optimale des articles.

La Grande soirée de remise du Prix du Manager Logistique

Logistiques Magazine remet le Prix du Manager Logistique de l'année 2008 dans le cadre des 23^{es} Assises de la Logistique.

Venez découvrir qui est Le Manager Logistique de l'année et rencontrez vos confrères lors de cette soirée prestigieuse dans le Salon Opéra de l'Intercontinental.

La remise du Prix sera suivie d'un cocktail dînatoire.

Ce prix récompense le directeur logistique/supply chain manager de l'industrie ou de la grande distribution qui aura permis à son entreprise de progresser tant sur le plan de la productivité interne que de la qualité du service client et qui, d'une manière générale, aura contribué à promouvoir la fonction logistique.

Renseignements/Inscriptions au :

01.76.73.30.55



En partenariat avec



8h45 ■ 9h15 Accueil des participants**9h15 ■ 10h00** Séance plénière**Philippe Delaide**
Directeur Général
de Kiala France**Existe-t-il une logistique européenne pour le e-commerce?**

Le boom du e-commerce en Europe (BtoB comme BtoC) représente une formidable opportunité pour les logisticiens. Mais ces derniers doivent souvent composer avec les différences de maturation de chaque pays (ex : libéralisation des postes...). Ils doivent également s'adapter à l'organisation logistique des e-commerçants afin de tenir compte des pratiques des consommateurs variables selon le pays (ex : modes de livraison, gestion des retours...).

Peut-on parler de véritable e-logistique européenne ? Quels sont les différents schémas (modèle centralisé ou non...) qui s'offrent aux e-commerçants ? Quels sont ceux qui sont les mieux adaptés à une e-distribution européenne ? Pourquoi le concept de Points Relais constitue une solution adéquate en alternative à la livraison à domicile ?

Témoignage étayé par des exemples concrets.

10h00 ■ 11h15**Benoît Quantin**
Directeur,
Valtech Axelboss**Jean-Pierre Perez**
Senior Manager,
Valtech Axelboss**Une vision industrielle de la logistique de distribution**

L'univers de la logistique de distribution a fortement évolué ces dernières années en termes de maîtrise de la performance. De nombreux projets ont été menés pour :

- aligner les "pratiques",
- faire converger les systèmes d'information,
- mettre en place des standards de productivité,
- optimiser la gestion des ressources,
- installer des systèmes Qualité,
- prendre en compte le volet développement durable,
- gérer la logistique multi-canaux.

Sur la base de cette nouvelle maturité, il devient possible de développer aujourd'hui une "vision industrielle" du métier de la logistique de distribution. En envisageant les sites logistiques "comme des usines", cette nouvelle approche propose de mettre à profit les méthodes développées dans le monde industriel – en particulier les méthodes de progrès continu et la culture "Lean".

Une telle approche demande une capacité d'innovation dans l'entreprise pour construire une démarche qui réponde aux spécificités des métiers de la logistique : mobilité des postes de travail, réactivité vis-à-vis de la variabilité de l'activité, niveaux de qualification des équipes, adaptation aux contraintes réglementaires.

11h15 ■ 11h30 Pause**11h30 ■ 12h30****Laurent Orlandi**
Directeur Logistique
et Transport
d'Avenir Telecom**Chantal Ledoux**
Directeur Général
de a-SIS**Gérer du "multi-canaux" sur un site centralisé**

Avenir Telecom, premier distributeur européen multi-canaux spécialisé dans la téléphonie mobile (735 millions d'euros de CA, 2 200 collaborateurs en France) s'adresse à 4 000 revendeurs indépendants en Europe, aux enseignes spécialisées (Cdiscount, Fnac, Boulanger, Gitem...), à la grande distribution (Auchan, Carrefour, Leclerc, Al Campo, Tesco...). Internity est une chaîne de magasins lancée par le groupe en 1999 (plus de 553 magasins en propre en Europe aujourd'hui). Son idée novatrice : la convergence des univers télécom

avec l'image numérique et le multimedia pour satisfaire les consommateurs dans la recherche de produits nomades qui les accompagnent dans leur quotidien. Le défi de cette logistique "multi-canaux" est de servir chaque client suivant ses spécificités propres avec une réactivité maximale. Située en région parisienne, une plate-forme permet de centraliser les produits destinés à cette diversité de clients nationaux et export. Grâce à une refonte du système informatique et à l'adoption du WMS de a-SIS LM7, il a été possible de gérer la complexité des flux (600 commandes par jour) en tenant compte des opérations spéciales (gestion des retours, mise sous blister, co-packing...), d'une traçabilité globale, dans un objectif de forte réactivité du service client.

12h30 ■ 14h30 déjeuner**14h30 ■ 15h30****Bruno Swolarski**
Directeur Logistique du site Flammarion
de Sermaises dans le Loiret**Flammarion : rationaliser pour produire plus**

Face à la montée en puissance de son activité commerciale, Flammarion a dû reconfigurer sa plate-forme logistique de Sermaises (45) de 45 000 m² qui gère 7 000 points de livraison. Il s'est agi de refondre complètement l'architecture de l'ensemble du système de préparation de commandes afin d'optimiser le circuit et le trajet des opérateurs, l'ensemble des travaux étant réalisé en maintenant l'exploitation avec une coordination au jour le jour. Objectif : fluidifier l'ensemble des flux pour éviter des trajets complexes générateurs de saturation et d'engorgement. D'où la création d'une zone de lancement centralisée, de véritables gares de préparation avec des zones d'accumulation, d'une plate-forme de 600 m² à l'aplomb de la zone de tri expédition. Résultats : la durée de vie moyenne d'un produit qui était de 2h30 entre son entrée en phase de préparation de commandes et son évacuation est passée à 35 minutes, le gain de productivité est de 41%, avec une réduction du nombre de formats de colis de 3 à 2.

15h30 ■ 15h50 Pause**15h50 ■ 17h00****Pierre Orsatti**
Directeur Construction du groupe FM Logistic
(Pôle NG Concept)**Toiture photovoltaïque pour une plate-forme logistique pionnière**

La plate-forme de Laudun (Gard) de FM Logistic (90 000 m² au total) présente une première tranche de 55 000 m² opérationnelle depuis juin 2008, destinée à Carrefour pour la distribution des produits de bazar saisonnier (piscines, motoculteurs, salons de jardin...). Ce site traitera plusieurs centaines de palettes par an, avec 2 500 expéditions/jour, avec système vocal. L'accent a été mis sur le développement durable avec l'utilisation en toiture (considérée comme une "surface perdue") d'une centrale photovoltaïque à grande échelle. Il s'agit de devancer une recommandation thermique qui incite à « produire autant qu'on consomme ». Bilan de cette plate-forme d'avant-garde avec explication du montage financier (1,56 million de kilowattheure vendu à EDF), retour sur investissement et enjeux d'économie d'énergie.

17h30 ■ 18h30Remise du **Prix du Manager Logistique** de l'année**18h30 ■** Cocktail dînatoire

L'externalisation : changement du contexte de l'externalisation au regard des grands enjeux économiques

8h45 ■ 9h15 Accueil des participants**9h15 ■ 10h00** Séance plénière

Philippe Delaide
Directeur Général
de Kiala France

Existe-t-il une logistique européenne pour le e-commerce?

Le boom du e-commerce en Europe (BtoB comme BtoC) représente une formidable opportunité pour les logisticiens. Mais ces derniers doivent souvent composer avec les différences de maturation de chaque pays (ex : libéralisation des postes...). Ils doivent également s'adapter à l'organisation logistique des e-commerçants afin de tenir compte des pratiques des consommateurs variables selon le pays (ex : modes de livraison, gestion des retours...).

Peut-on parler de véritable e-logistique européenne ? Quels sont les différents schémas (modèle centralisé ou non...) qui s'offrent aux e-commerçants ? Quels sont ceux qui sont les mieux adaptés à une e-distribution européenne ? Pourquoi le concept de Points Relais constitue une solution adéquate en alternative à la livraison à domicile ?

Témoignage étayé par des exemples concrets.

10h00 ■ 11h15

Luc Ducaroir
Contract Logistics Director
Sud-Ouest Europe de Kuehne + Nagel

Changement du contexte de l'externalisation au regard des grands enjeux économiques.

Avec la montée en puissance de la mondialisation, l'accélération des flux, les nouvelles données économiques, comment les prestataires doivent s'adapter aux nouvelles demandes de leurs clients et faire évoluer le contrat d'externalisation en conséquence ?

- Développement des contrats "gagnant-gagnant" impliquant plusieurs donneurs d'ordre parfois concurrents (pooling).
- Nouvelles contraintes de distribution (prix du gas oil, développement durable et protection de l'environnement).
- Accompagnement des clients sur de nouveaux marchés

La présentation sera étayée de deux cas concrets :

- L'adaptation d'un réseau national d'entrepôts embranchés fer destinés à devenir des sites multi users (Brasseries Kronenbourg).
- Le développement de plates-formes sous température dirigée sur la base du modèle français dans les pays d'Europe de l'Est.

11h15 ■ 11h30 Pause**11h30 ■ 12h30**

Maître Jacqueline Tropin
Avocat au Barreau de Paris, associée dans le cabinet
Lartigue, Tournois & Associés, Chargée de cours de Droit
des Transports et de la Logistique en 3e cycle
universitaire à Paris, Rennes et Rouen

Hausse du prix du gazole : quel impact sur les contrats logistiques ?

Lors de l'examen du projet de Loi de Modernisation de l'Economie au cours du premier semestre 2008, les députés ont adopté un projet d'amendement visant à pénaliser la "clause gazole" instaurée au profit des transporteurs routiers par la Loi Perben du 5 janvier 2006.

Dans ce contexte législatif, et à l'heure où la France s'apprête à présider l'Union Européenne, quelles sont les implications à attendre de cette pénalisation de la clause gazole ?

- Prix du transport : les règles en la matière ;
- Le contexte législatif de la clause gazole ;
- La clause gazole : fonctionnement, pénalisation et conséquences sur la renégociation entre chargeurs et prestataires.

12h30 ■ 14h30 déjeuner**14h30 ■ 15h30**

Christophe Dubes
Directeur des Opérations
de Quicksilver



Eric Sarrat
PDG de GT Logistics

Maîtrise des process et des ressources humaines

Quicksilver, leader mondial de l'outdoor a externalisé à GT Logistics la gestion d'un entrepôt européen basé à Rives (région grenobloise) qui dessert les régions EMEA. Dans ce nouvel entrepôt de 18 000 m² aux normes HQE, le prestataire prend en charge la réception des marchandises, la préparation de commandes (60 000 pièces à traiter par jour), l'étiquetage (20 000 pièces à réétiqueter par jour). Les spécificités de cette logistique du vêtements sportswear (chaussures et accessoires compris) sont : la forte saisonnalité, le nombre important de SKU, la grande compression des délais, l'approvisionnement 100% outsourcé et off-shore (+ de 70% des produits sont en provenance d'Asie le solde de pays proche Europe). Au-delà de la maîtrise des process (mise en cohérence de la chaîne d'approvisionnement et de l'exécution logistique), il s'agit, pour GT Logistics, de mener à bien le volet "ressources humaines", en accompagnant des salariés de Rossignol (35), jusque là opérateurs de production dans les usines Rossignol, à se convertir en opérateurs logistiques.

15h30 ■ 15h50 Pause**15h50 ■ 17h00**

Jean Kyanakis
Directeur des pièces
de rechange
Dassault Falcon



Jean-Claude Levi
Président de DHL
Global Forwarding
France

Pilotage des flux mondiaux de pièces de rechange selon les niveaux de criticité imposés

Dassault Falcon, (groupe Dassault Aviation), assure la commercialisation et le support des avions d'affaires Falcon à travers le monde. Depuis le lancement du premier Falcon 20 en 1963, près de 2 000 avions Falcon ont été livrés dans 65 pays. Pour Dassault Falcon Spares, qui assure la gestion des pièces de rechange des Falcon, le challenge est de répondre, à tout moment, aux demandes de clients qui font appel à son service de support dans le cadre d'opérations de maintenance ou de besoins d'assistance immédiate.

Depuis 25 ans, DHL Global Forwarding, à travers son Département des Marchés Aéronautiques (DMA), pilote les flux de pièces détachées de Dassault Falcon Spares entre la France et le centre distribution de Teterboro (New Jersey, USA).

Depuis 10 ans, DHL assure la gestion mondiale des flux des pièces de rechange de la flotte Falcon depuis son implant logistique du Bourget avec :

- expédition des pièces de rechange 24h/24 et 7J/7, vers 220 pays dans le monde.
- réponse logistique adaptée aux niveaux de criticité requis par DAFS ou ses clients (AOG, critical et routine)
- pilotage des flux incluant gestion des flux physiques, documentaires et d'information
- gestion d'un portail Internet permettant le suivi des dossiers de bout en bout par tous les intervenants.

17h30 ■ 18h30Remise du **Prix du Manager Logistique** de l'année**18h30 ■** Cocktail dînatoire

8h45 ■ 9h15 Accueil des participants**9h15 ■ 10h00** Séance plénière**Philippe Delaide**
*Directeur Général
de Kiala France***Existe-t-il une logistique européenne
pour le e-commerce ?**

Le boom du e-commerce en Europe (BtoB comme BtoC) représente une formidable opportunité pour les logisticiens. Mais ces derniers doivent souvent composer avec les différences de maturation de chaque pays (ex : libéralisation des postes...). Ils doivent également s'adapter à l'organisation logistique des e-commerçants afin de tenir compte des pratiques des consommateurs variables selon le pays (ex : modes de livraison, gestion des retours...). Peut-on parler de véritable e-logistique européenne ? Quels sont les différents schémas (modèle centralisé ou non...) qui s'offrent aux e-commerçants ? Quels sont ceux qui sont les mieux adaptés à une e-distribution européenne ? Pourquoi le concept de Points Relais constitue une solution adéquate en alternative à la livraison à domicile ? Témoignage étayé par des exemples concrets.

10h00 ■ 11h15**Didier Givert**
*Directeur du cabinet
PRTM Management
Consultants***François Soubien**
*Principal du cabinet
PRTM Management
Consultants***Mutations de l'industrie et du commerce :
quels impacts sur la supply chain ?**

Accélération des flux, mondialisation des échanges et des moyens de production, optimisation des coûts de la chaîne logistique... les défis des supply chain managers doivent prendre en compte une multitude de facteurs pour optimiser l'efficacité de leur mission dans un contexte où l'industrie et la grande distribution doivent s'adapter à des marchés volatils et à des demandes clients plus contraignantes.

- Comment trouver les leviers d'amélioration permanente et gagner en flexibilité tout en gardant un cap économique supportable ?
- Prendre en compte l'impact de la mondialisation sur les schémas industriels et d'approvisionnement
- Anticiper le poids économique croissant du transport dans les structures de coûts
- Développer les approches de développement durable
- Anticiper l'évolution des schémas logistiques
- Mettre en place d'une logistique multi-canaux
- Utiliser le référentiel SCOR® comme référence pour la conduite de l'optimisation de la supply chain

11h15 ■ 11h30 Pause**11h30 ■ 12h30****Yvan Nambotin**
*Directeur
Supply Chain
du groupe Grosfillex***Jérôme Bour**
*PDG de DDS Logistics
PRTM Management
Consultants***Grosfillex/DDS Logistics : le poste transport revu à
la loupe**

Chez Grosfillex, leader dans la fabrication de mobilier d'extérieur, d'intérieur et de produits de construction, le poste transport figure dans le Top 4 des achats du groupe. Chaque année, 600 000 m³ de produits soit 16 000 envois avec des pointes de 170 camions par jour sortent des 4 sites du groupe (usines avec entrepôts attenants). Dans le cadre d'un projet d'envergure baptisé « Hermes » touchant à la partie amont (achats fournisseurs), à

l'organisation structurelle (centraliser une fonction atomisée) et au volet "outil métier", il a été décidé de remettre à plat les flux globaux de transport (import/export, inter-sites, sous-traitants et sourcing lointains, distribution client). Objectif : rationaliser des flux complexes (express, messagerie, lots complets) mais aussi mettre fin à des coûts de transport inflationnistes avec peu de visibilité sur ces dérapages. Doté d'une direction supply chain récente chargée d'avoir une vision globale de la logistique, Grosfillex s'est attaqué à ce poste transport en priorité. Il s'est tourné vers DDS Logistics pour implémenter un ensemble de modules en 3 étapes : préfacturation, gestion de la traçabilité et des litiges puis automatisation du groupage. A terme, l'adoption de DDS Shipper pourra permettre de piloter l'ensemble des flux des sites d'Amérique du Nord et de Russie.

12h30 ■ 14h30 déjeuner**14h30 ■ 15h30****Eric Charrier**
*Directeur Supply Chain
de Wolseley France***Wolseley : une logistique pour les professionnels
du bâtiment à fort degré d'exigence de service**

Wolseley France, distributeur de matériaux de construction (enseignes Réseau Pro, Brossette, Panofrance..., 2,8 milliards de CA au 31/07/2007, 10 000 collaborateurs et 800 points de vente), s'adresse aux professionnels du bâtiment, une activité B to B qui requiert un niveau de service élevé. Les produits vendus, souvent pondéreux et à marge faible, entraînent une problématique de logistique différenciée : le groupe gère ainsi ses transports en propre (1 500 camions, 1 800 chauffeurs) et s'attache à minimiser ses coûts de distribution, d'où la construction de plates-formes régionales et nationales pour compléter un dispositif qui s'élève à une quinzaine de sites en France. Le challenge permanent consiste à arbitrer entre des livraisons directes des fournisseurs et un passage par les plates-formes. Cette stratégie logistique va également jusqu'à rationaliser l'offre produits avec une réduction du nombre de références pour des coûts d'achat optimisés. Autre problématique à prendre en compte : le traitement de produits non référencés dont la part pèse pour 25% du CA du groupe et requiert une logistique sur-mesure.

15h30 ■ 15h50 Pause**15h50 ■ 17h00****Comment gérer la logistique des produits vendus
via le « multi-canal »**

Cette conférence donnera la parole à un industriel qui utilise différents canaux de vente : boutiques, e-commerce, vente par correspondance, pour répondre aux besoins des consommateurs et à leurs modes d'achat différenciés. Comment, dans cette configuration complexe, les ressources logistiques doivent être allouées ? La logistique fait-elle l'objet de traitements spéciaux avec des circuits de flux parallèles aux flux classiques ? Ou bien est-elle traitée à part, dans une logique de supply chain dédiée ? Quels impacts sur le schéma logistique général, le choix des technologies, les systèmes d'informations ?

17h30 ■ 18h30Remise du **Prix du Manager Logistique** de l'année**18h30** ■ Cocktail dînatoire

8h45 ■ 9h15 Accueil des participants**9h15 ■ 10h00** Séance plénière**Philippe Delaide**
Directeur Général
*de Kiala France***Existe-t-il une logistique européenne pour le e-commerce ?**

Le boom du e-commerce en Europe (BtoB comme BtoC) représente une formidable opportunité pour les logisticiens. Mais ces derniers doivent souvent composer avec les différences de maturation de chaque pays (ex : libéralisation des postes...). Ils doivent également s'adapter à l'organisation logistique des e-commerçants afin de tenir compte des pratiques des consommateurs variables selon le pays (ex : modes de livraison, gestion des retours...).

Peut-on parler de véritable e-logistique européenne ? Quels sont les différents schémas (modèle centralisé ou non...) qui s'offrent aux e-commerçants ? Quels sont ceux qui sont les mieux adaptés à une e-distribution européenne ? Pourquoi le concept de Points Relais constitue une solution adéquate en alternative à la livraison à domicile ?

Témoignage étayé par des exemples concrets.

10h00 ■ 11h15**Guillaume Botti**
Consultant Senior
*Möbius***Aligner les processus pour une disponibilité optimale des articles**

Les dirigeants des sociétés leaders ont compris qu'ils doivent mettre en ligne l'ensemble de la supply chain afin de s'orienter encore plus vers le marché. Or les clients deviennent de plus en plus exigeants en termes de prix, de disponibilité immédiate et de customisation des produits. Dans ce contexte, les entreprises sont conduites à mettre en place des processus performants pour minimiser le "manque à gagner" (rupture de stock...) et augmenter le taux de fidélisation clients, tout en réduisant les coûts opérationnels. Les principaux leviers sont notamment :

- L'établissement d'une supply chain agile qui permet de répondre rapidement aux variations de demande dans des contextes de longs délais de réapprovisionnement.
- La mise en place des processus de planification intégrés et synchronisés offrant une visibilité partagée et des prises de décisions rapides.
- L'implémentation de processus collaboratifs entre clients et fournisseurs pour augmenter la vitesse et la fiabilité des flux sur toute la chaîne de valeur.
- L'optimisation des niveaux de stocks sur les différents échelons de la chaîne afin de maximiser la disponibilité des produits (matières premières, composants, produits finis) tout en minimisant le besoin en fonds de roulement.

11h15 ■ 11h30 Pause**11h30 ■ 12h30****Rick Blanchahert**
Supply Chain Manager
*de Quick-Step***La disponibilité des articles comme facteur de différenciation**

Quick-Step (groupe Unilin) est une des marques les plus reconnues sur le marché du sol stratifié. Depuis plusieurs années, le fabricant d'origine belge a perfectionné ses produits en termes de qualité, d'esthétique et de facilité de pose. Depuis le mois de juillet 2005, le groupe Unilin fait partie de Mohawk Industries Inc., une société américaine cotée en Bourse (NYSE). En 2006 le groupe Unilin a réalisé un chiffre d'affaires consolidé total de 1,1 milliard d'euros. Il emploie 3 500 collaborateurs.

Convaincus que l'image supérieure d'une marque dépend de la qualité des

produits mais aussi de la fiabilité et de la réactivité de la livraison aux clients finaux, les responsables Quick-Step ont décidé de mettre la disponibilité des produits au cœur de la différenciation de la société. Dans ce contexte, Quick-Step a implémenté un processus S&OP global qui équilibre la demande et la capacité entre l'Europe et les Etats-Unis. Ce processus permet à l'entreprise de maximiser l'utilisation de la capacité globale, d'optimiser la disponibilité des produits et de réduire les stocks. En outre, Quick-Step s'est aperçu que la disponibilité des produits dépendait fortement de la qualité du réseau de distribution. Par conséquent, la Supply Chain a entrepris des initiatives d'optimisation du réseau en Europe et dans les pays émergents. Des premiers résultats ont été obtenus.

12h30 ■ 14h30 déjeuner**14h30 ■ 15h30****Jacques Fougerousse**
Directeur Logistique
*de Goodyear Dunlop***S'organiser pour tenir une promesse de livraison rapide**

Goodyear Dunlop fait partie, avec Michelin, Continental et Bridgestone, des leaders mondiaux manufacturiers de pneumatiques. Au plan de la supply chain, le groupe doit faire face, comme tous les acteurs du secteur, à une double contrainte de base avec d'un côté la nécessité d'opérer une logistique de détail et, de l'autre, manipuler dans la chaîne un produit - le pneu - plutôt "récalcitrant" en termes de manutention. En dépit de cet écueil, l'industriel se doit de s'appuyer sur une logistique fine avec en France quelque 3 000 commandes par jour à satisfaire, représentant mensuellement près de 600 000 pneus livrés assez souvent de manière unitaire. Or, c'est justement à partir de ces difficultés inhérentes à la filière, que le groupe compte faire de logistique un facteur de différenciation en termes de service clients. A ce titre, la notion de disponibilité des produits apparaît toute aussi importante que le respect des délais. Pour les clients du pneumaticien, il est en effet essentiel de tenir une promesse de livraison rapide.

C'est notamment pour aller vers une disponibilité optimisée de ses produits, que Goodyear Dunlop a engagé un processus de Sales and Operations Planning mettant en étroite collaboration commerciaux, prévisionnistes, logisticiens et responsables industriels. La démarche devrait être totalement opérationnelle au plan européen d'ici à fin 2009.

15h30 ■ 15h50 Pause**15h50 ■ 17h00****Bertrand Brumel**
Supply Chain Manager
*de GrandOptical***Mettre en phase les profils de stocks avec les attentes des clients.**

GrandOptical, qui dispose de près de 200 magasins d'optique en France, ambitionne une croissance annuelle frisant les + 15% dans les années qui viennent. Pour se développer rapidement tout en continuant à afficher de bonnes performances financières, un des impératifs consistait à ajuster au mieux les stocks présents en magasin avec la demande.

Du coup, un programme d'optimisation de la supply chain, baptisé Gouvernail, a été lancé à l'initiative de Bertrand Brumel, supply chain manager. Un des axes de progrès a en toute logique porté sur l'amélioration du taux de disponibilité des modèles de montures.

Avec l'implication du service marketing produits, un seuil de stock par référence a ainsi pu être évalué par les équipes supply chain. Restait ensuite à trouver un progiciel apte à calculer de manière automatique le point de commande idéal pour chaque référence et par magasin. Dans la foulée, le pilotage du réapprovisionnement des surfaces de ventes a basculé d'un mode de gestion par article vers un mode de gestion par univers hommes, femmes et enfants. Cette segmentation, beaucoup plus proche des comportements d'achat, a permis d'atteindre l'objectif initial : mettre en phase les produits disponibles avec les attentes réelles des consommateurs.

17h30 ■ 18h30Remise du **Prix du Manager Logistique** de l'année**18h30 ■** Cocktail dînatoire

23^{es} Assises de la Logistique

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

DATE 14 octobre 2008 de 9h00 à 18h30
LIEU HOTEL INTERCONTINENTAL - 2 rue Scribe, 75009 PARIS

PARKING PUBLIC

Opéra - Meyerbeer : 3 rue de la chaussée d'Antin
Haussmann - Galeries Lafayette :
angle rue Mogador/Bd Haussmann
Haussmann - C&A : 16 rue des Mathurins

MÉTRO Station Opéra : lignes 3, 7 et 8
Station Havre Caumartin : lignes 3 et 9
Station Chaussée d'Antin - Lafayette : lignes 7 et 9
RER A : station Auber

TRAIN Gare Saint-Lazare

BUS Ligne Roissy Bus : aéroport Charles de Gaulle - Opéra
Station Auber : Lignes 81, 27, 22, 20, 15, 29, 16, 66, 53, 95, 21
Station Opéra : Lignes 20, 21, 22, 27, 29, 42, 52, 53, 66, 68,
81, 95

INSCRIPTION

Tél. 01 76 73 40 61 - Fax 01 55 02 91 05
Email : mcraynauddelage@groupe liaisons.fr

INTERNET

www.wk-transport-logistique.fr
onglet Agenda puis nos événements

FORMATION PROFESSIONNELLE

Wolters Kluwer France est agréé organisme de formation (N° 11 92 11 240 92). La totalité des frais d'inscription peut être prise en charge par votre employeur dans le cadre de la formation professionnelle.

OFFERTS À TOUS LES PARTICIPANTS

Le déjeuner, les pauses café, l'accès aux stands ainsi que la participation à la soirée de remise du prix du Manager Logistique de l'année suivie d'un cocktail dînatoire.

ANNULATION

En cas d'annulation au plus tard le 15 /09/08, 30% du montant total de l'inscription (TTC) seront retenus au titre de couverture des frais administratifs. Toute annulation survenant à partir du 16/09/08 entraînera le paiement total des frais d'inscription.

La direction des Assises de la Logistique se réserve le droit d'apporter des modifications au programme sans avoir l'obligation d'en avertir préalablement les participants et décline toute responsabilité concernant d'éventuelles annulations de conférences au dernier moment.

Nous vous rappelons qu'il est impératif que le montant de l'inscription soit réglé avant ou, au plus tard, le jour même des conférences ; dans le cas contraire, les personnes inscrites pourraient se voir refuser l'accès aux salles de conférences.



Wolters Kluwer
France

SAS au capital de 300 000 000 €
Siège social : 1, rue Eugène et Armand Peugeot
92856 Rueil-Malmaison cedex
RCS Nanterre 480 081 306
Siret : 48008130600023
TVA FR 55 480 081 306



AIR FRANCE
TRANSPORTEUR OFFICIEL OFFICIAL CARRIER

ASSISES DE LA LOGISTIQUE

Code Identifiant **04674AF**

Valable pour transport
du **09/10/2008** au **19/10/2008**.

Des réductions sont appliquées sur une très large gamme de tarifs dans toutes les classes de transport (Espace Première, Espace Affaires, Tempo) sur l'ensemble des vols Air France du monde.

Pour obtenir les tarifs préférentiels consentis pour cet événement connectez vous sur :
www.airfrance-globalmeetings.com
ou par le lien internet de cet événement.

Vous devez garder ce présent document de la manifestation comme justificatif.

Il peut vous être demandé de justifier l'utilisation du tarif consenti à tout moment de votre voyage.

Pour connaître votre agence Air France la plus proche, consultez :
www.airfrance.com