

FICHE 19

DIGITALISATION DE LA SUPPLY CHAIN

► DESCRIPTIF/DÉFINITION

Les enjeux de la digitalisation de la supply chain sont nombreux, le plus important étant de décloisonner les frontières entre les différents services de l'entreprise, afin de faciliter la construction d'un plan commun et de proposer de nouvelles expériences aux clients. Tous les acteurs (supply, production, logistique, marketing, finance) auront ainsi une visibilité améliorée de la chaîne logistique globale ce qui leur permettra d'optimiser leurs processus, réduire les coûts, gérer les stocks, servir l'omni-canalité et, finalement, améliorer les marges et augmenter les parts de marché. Cette digitalisation doit consentir d'orchestrer la supply chain en temps réel, ou tout du moins de tendre vers cette unité de mesure du temps d'approvisionnement.

S'il s'agit bien sûr d'une révolution numérique, la transformation digitale est d'abord culturelle. Au-delà des outils qui, de manière inéluctable, arrivent dans les usines, les entrepôts et chez les transporteurs, une transition technologique réussie semble passer par la prise en compte de projets menés conjointement et impliquant tous les acteurs concernés.

L'environnement collaboratif est décrit par les experts comme une des clés du succès. Il permet à chacun d'apporter sa pierre à l'édifice par l'apport d'informations en temps réel, par une meilleure lisibilité, mais aussi un gain de sécurité, ce que demandent aujourd'hui les équipes en place. L'évolution technologique consiste alors à mettre davantage en relation les parties prenantes avec la société (acteurs du transport, fournisseurs...), dans un objectif de normalisation des échanges pour qu'ils soient simplifiés et utilisables facilement et avec plus de pertinence au quotidien.

La démarche consiste également à mettre à profit la quantité phénoménale de données collectées par les outils des différentes parties prenantes (sociétés de transport, services des douanes...) en les restituant et en les analysant, car ces dernières constituent une excellente base pour faire évoluer les procédures logistiques et de transport. L'idée est de faire

en sorte que les différents acteurs renseignent l'ensemble de la chaîne de valeur avec les données disponibles, permettant ainsi de prendre les bonnes décisions d'investissement et de planification de toute la chaîne logistique.

De plus, avec la complexité des réglementations du commerce international, les outils informatiques apportent aux entreprises une traçabilité améliorée, une meilleure sécurité des écritures, ainsi qu'un moyen de communication simplifié avec les plateformes de gestion commerciale.

On peut résumer le processus de planification de la chaîne logistique globale en trois étapes.

- La première consiste à analyser le passé pour comprendre le présent et tenter de prévoir le futur en déduisant des scénarios pertinents de la demande.
- La seconde étape va planifier les ressources humaines et matérielles afin de satisfaire au mieux les différents scénarios de demande retenus.
- La troisième étape va appliquer ces plans en temps réel, en prodiguant des éléments pour éventuellement les revoir et/ou corriger les modèles de demande.

► ENJEUX (AVANTAGES)

Sur le plan économique

- Amélioration des résultats de l'entreprise en réduisant le gap entre les plans planifiés, émanant de la stratégie de l'entreprise, et leur exécution.
- Détermination des meilleurs potentiels de vente, élimination des pénuries, optimisation et planification des flux logistiques, anticipation de l'activité humaine.

Sur le plan technologique

- Simulation de plusieurs scénarios afin d'anticiper la demande et de planifier d'une façon optimale et robuste les différentes ressources disponibles.
- Travail sur des volumes de données extraordinaires, prise

FICHE 19

DIGITALISATION DE LA SUPPLY CHAIN

en compte de données exogènes (météo, tendances des réseaux sociaux, etc.), et mesure d'impact de chaque caractéristique produit sur sa courbe de vente (prix, composition, niveau d'exposition, etc.).

Sur le plan de la transformation de l'entreprise

- La digitalisation permet de décloisonner les frontières entre les différents acteurs de l'entreprise et de faciliter leur interaction.
- La digitalisation stimule également l'automatisation des tâches et l'optimisation du flux documentaire pour, au final, accélérer le flux logistique global. Mais la digitalisation ne se limite pas à dématérialiser et automatiser des processus documentaires.
- Les entreprises qui s'équipent avec des systèmes d'information capables de collecter ces données, et de les traiter pour les rendre exploitables sous forme de tableau de bord, gagneront un avantage compétitif puissant en termes de business intelligence.

Sur le plan environnemental, sociétal

La combinaison des expertises métier et des outils d'optimisation et de prévision nouvelle génération améliore la performance globale, en facilitant l'anticipation et la décision, mais aussi en permettant de gérer plus facilement les cas particuliers ou exceptions du schéma logistique global. L'impact socio-environnemental est ainsi réel.

► LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

Au niveau technologique

- Des solutions permettant de centraliser les données facilement et rapidement en faisant évoluer régulièrement les cas d'usage associés.
- Un système de gestion de contenus d'entreprise.
- Une brique opérationnelle et transactionnelle fédérant toutes les données de tous les silos pour disposer non seulement d'une vue consolidée mais aussi d'une capacité d'action pour servir les applications existantes et celles à venir.
- Une plateforme de planification intégrée permettant d'aligner les objectifs stratégiques de l'entreprise et de réduire le gap entre les décisions de planification et les opérations.

Au niveau numérique

- Modélisation mathématique et optimisation (avec les outils de la recherche opérationnelle) de la chaîne logistique globale.
- Compilation et analyse des données générées par les produits, associées aux informations sur les clients et aux données agrégées stockées sur les systèmes pouvant être utilisés pour le support et les opérations, pour créer de nouveaux services, optimiser la compétitivité et renforcer la satisfaction des clients.

FICHE 19

DIGITALISATION DE LA SUPPLY CHAIN

Au niveau des compétences à mobiliser, des connaissances et de la formation

- Équipes de spécialistes de l'analyse de la donnée, de la modélisation statistique, et de l'optimisation et la recherche opérationnelle.
- Profils de chief data officers ou encore de master data managers et data scientists pour organiser une meilleure gouvernance et exploitation de leurs données.
 - > Le *chief data officer* (CDO) assure la conciliation des données de référentiel, avec celles des ventes et celles des fournisseurs, tout en incluant les données relatives aux clients.
 - > Le CDO œuvre pour rendre la donnée interopérable à tous les services de l'enseigne et fait apparaître à chacun les opportunités masquées.

> Le CDO fait en sorte que les données soient mieux exploitées pour en tirer les meilleures décisions en lien avec la stratégie de l'entreprise.

- Intégrer les talents adéquats pour faire évoluer les missions traditionnelles tout en préservant l'expérience des équipes métiers.

Les questions à se poser

- Quels sont les cas d'usage ?
- Quelles expérimentations à périmètre raisonnable et forte valeur ajoutée puis-je mettre en place ?

► MATURITÉ DE L'OFFRE

Émergent	Laboratoire	Prouvé	Mature	Fréquent	Pervasif
----------	-------------	--------	--------	----------	----------