

<b>SOCIETE UTILISATRICE</b>	
Nom de la société :	MICHELIN
Secteur d'activité	Industrie Manufacturière
Chiffre d'affaires annuel	2,42 MD€ de Resultat Operationnel (2012)
Effectif	113443
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	
N° de téléphone	
e-mail	
<b>SOCIETE PARTENAIRE</b>	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	GXS
Nom du représentant (signataire du document)	
N° de téléphone	
e-mail	
<b>PROJET réalisé depuis 2012</b>	
1. Problématique	<p>En 2011, un projet de modernisation de l'infrastructure EDI &amp; Intégration B2B a été initié pour remplacer les outils disparates et obsolètes utilisés sur l'Europe. L'obsolescence de la solution avait de nombreux impacts négatifs : faible flexibilité, croissance difficile, et très faible réactivité aux besoins d'évolution réclamés pas la Supply Chain ainsi que le Marketing/Sales de Michelin.</p>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p>La migration vers le Cloud de GXS a permis d'adresser ces contraintes et surtout a accru nos capacités de déploiement.</p> <p>Pour cela, Michelin s'appuie sur l'offre Managed Services de GXS. Utilisant une plateforme de type SaaS hébergée sur un Cloud, nous avons accru nos possibilités de développements, de formats d'échange de données et enfin, de protocoles de communications.</p> <p>D'Européenne, la plateforme est devenue globale. Ainsi, sur 2012-2013, nous avons pu accompagner les ambitions de l'entreprise sur la zone Chine en traitant l'intégralité des flux Supply Chain en direction de 2 WMS et 1 TMS par lesquels transitent environ 5.000 flux / jour.</p>
3. Objectif	<p><b>Supply Chain</b></p> <p>Développer notre potentiel de conquête et de service de nos clients en s'appuyant sur des partenaires 3PL locaux.</p> <p>Sécuriser les échanges entre Michelin et les partenaires de la Logistique et Supply Chain.</p> <p>Disposer de leviers pour gagner en flexibilité et déployer des nouveaux sites prestataires.</p> <p><b>IS/IT</b></p> <p>Développer drastiquement la flexibilité, le potentiel de croissance et la réactivité aux besoins du business, afin d'accroître significativement la satisfaction client, réduire le « time to market » et réduire les coûts de gestion.</p> <p>Développer et rationaliser l'infrastructure B2B de Michelin au niveau mondial.</p>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<p>L'application fournit une seule plateforme d'échange entre Michelin et ses partenaires commerciaux, mondialement.</p> <p>Michelin se connecte à une seule plateforme pour échanger ses documents Supply Chain avec ses partenaires, qui de leur côté, se connecte simplement au Cloud de GXS.</p>
5. Périmètre de l'application	Supply Chain Europe puis Chine.

6. Date de mise en œuvre	Octobre 2013
7. Durée de la mise en place	9 mois
8. Nombre d'utilisateurs concernés	Une centaine d'utilisateurs directs.
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	Difficulté à connecter l'ensemble des partenaires de Michelin sur une seule plateforme. Utilisation des services « Expert On Boarding » de GXS qui s'est chargé du travail.
10. Résultats obtenus (qualitatifs <u>et</u> quantitatifs)	Qualitatif : la complexité est ainsi purement et simplement supprimée, C'est le Cloud de GXS qui réalise les transformations nécessaires entre les formats utilisés par les partenaires de Michelin et le format de Michelin.
11. R.O.I. estimé	<p>En 2011, la solution B2B existante ne permettait pas de supporter les formats d'échanges de flux Supply Chain en Asie, alors que la Chine faisait l'objet d'un fort développement commercial et que Michelin avait décidé de déployer son nouvel environnement ERP/WMS. Le coût du remplacement de la solution B2B obsolète avait été évalué à environ 300K€, sans compter les impacts sur les ventes qu'auraient représentés les retards liés au temps d'adaptation et de mise au point. C'est un risque que Michelin ne souhaitait pas prendre du fait de la forte demande de la part de ses clients et distributeurs en Asie.</p> <p>Michelin a ainsi décidé de déployer en Asie une instance du <i>Core Model B2B/EDI</i> construit en Europe sur le Cloud GXS. En effet, cette solution est compatible avec les types de caractères et formats échangés localement, sans nécessité d'adaptation particulière. En quelques semaines et pour un coût très faible, Michelin a été capable de mettre en place des flux commande et livraison sur le nouvel environnement ERP/WMS en Asie.</p> <p>Le chiffre d'affaire réalisé en Asie a progressé de 5,8% en 2012, grâce notamment à la mise en place rapide de flux vers des nouveaux clients et distributeurs chinois, pour un coût proche de zéro, à comparer aux 300K€ estimés initialement. Au-delà des 300K€ économisés, le ROI est d'autant plus significatif que sans la plateforme Cloud B2B mise en place, Michelin se serait trouvé dans l'incapacité d'utiliser son nouvel environnement ERP/WMS en Chine, ce qui aurait ralenti le traitement des flux entre Michelin et ses distributeurs chinois, et donc aurait impacté la croissance du CA.</p>
12. Perspectives d'évolution	Montée en puissance et déploiement progressif avec les solutions de type ERP Supply Chain Amont & Aval sur l'ensemble de l'Europe puis l'Amérique.
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Une seule plateforme d'échanges Supply Chain mondiale dans le Cloud.
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	La mise en œuvre du projet Chine est une étape importante pour l'Entreprise car c'est une zone de croissance.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	Il y a autour de cette plateforme un écosystème de solutions fournies par GXS, notamment la dématérialisation fiscale de factures qui nous aide à réduire notre consommation en impression.