

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	AUCHAN France SA
Secteur d'activité	Grande distribution
Chiffre d'affaires annuel	16 Milliards Euros
Effectif	
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	Jérôme CARLE Approvisionneur des produits culturels
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	20th Century FOX –PATHE-EUROPA
Nom du représentant (signataire du document)	Guillaume PRENOT Directeur des opérations
PROJET réalisé depuis 2012	
1. Problématique	<p>Réassort automatique des nouveautés et saisonniers en produits culturels : Très courte durée de vie, écoulement spécifique et gestion de la reprise des invendus</p> <p><u>Les produits culturels : un « objet très spécial » en GSA</u></p> <p>De 2006 à 2009, Auchan a totalement centralisé l'approvisionnement des produits culturels de ses hypermarchés ainsi que le flux de logistique inverse de reprise des invendus. Les outils de référencement, d'approvisionnement et de commerce adaptés à cette centralisation ont été créés. Les objectifs portent sur la baisse des stocks magasins, un réassort systématique et automatique, une simplification des process magasins et un meilleur service client. 2 plateformes automatisées sont totalement dédiées à cette chaîne d'approvisionnement unique en Europe.</p> <p>Au démarrage de cette centralisation, les produits nouveautés et saisonniers (plus de 50% du CA) n'avaient pas de système de réassort automatique à cause de la très forte volatilité des ventes. Le zéro rupture jusqu'à la fin de vie du produit était garanti par le suivi des équipes magasins et un stock important. Cette situation engendrait une immobilisation financière, des frais logistiques superflus particulièrement en cas de mévente. A l'inverse, le risque de rupture était important en cas de succès car le très grand nombre de références rendait le suivi à la fois délicat et fastidieux.</p> <p>Auchan a choisi le développement d'une solution en propre répondant spécifiquement à ces produits si particuliers. En parallèle de ces développements, la collaboration avec les fournisseurs devaient être renforcée pour assurer l'approvisionnement.</p>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<ul style="list-style-type: none"> - Développement du système de calcul et de réapprovisionnement en étapes de maquettage, prototype sur un hypermarché, 5 hypermarchés pilotes de déploiement sur une durée totale de 3 ans. - Partage de l'information avec les fournisseurs lors des premières phases des tests. - Relecture du schéma logistique avec Fox Pathe Europa.

3. Objectif	<p><u>ENJEU pour Auchan France :</u> Réduire le volume de produits traités sans créer de rupture magasins. Réduire le volume produits en retour Augmenter le CA sur les meilleures ventes</p> <p><u>ENJEU pour Fox Pathé Europa :</u> Zéro rupture sur les produits en lancement dès le démarrage des ventes Réduction du niveau des retours</p>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<p>Création d'un nouveau mode de calcul spécifique de la projection des ventes futures et du réassortiment des produits nouveautés.</p> <p>Intégration au système existant pour fluidifier le fonctionnement et simplifier la formation des collaborateurs.</p>
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	<p>Formation de l'intégralité des équipes magasins. Intégration dans les outils de gestion standards Outils de suivi des performances commerciales et logistiques.</p>
6. Date de mise en œuvre	Aout 2013
7. Durée de la mise en place	
8. Nombre d'utilisateurs concernés	<p>Chez Auchan :</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipes commerciales magasins : 180 personnes Equipes logistiques des plateformes : 60 personnes Equipe approvisionnement : 4 personnes Equipe SI : 3 personnes Equipe achats : 5 personnes <p>Chez Fox Pathé Europa : Forces de vente</p>
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	<p>Conservation voire amélioration des parts de marché Auchan. Optimisation des flux logistiques avec la baisse des volumes tant en flux aller qu'en flux retour. (Baisse des flux entrants de 4%, niveau de rupture en baisse de 1%, taux de retour en baisse de 3%) Hausse de l'attention des équipes magasin par la « ritualisation » du suivi des produits en lancement.</p>
11. R.O.I. estimé	
12. Perspectives d'évolution	
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	<p>Par la mise en œuvre d'une méthode de calcul capable de réagir en tendance et en volume par titre et par magasin à l'évolution quotidienne des ventes. Par la capacité à conserver l'implication des équipes magasins en ouvrant une fenêtre d'action locale. Par la coordination Fournisseur-Distributeur sur la capacité à livrer en dans des délais courts (24h) et à anticiper la vie du produit dès les premiers jours de vente.</p>
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Une baisse des ruptures.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ?	non