

<b>SOCIETE UTILISATRICE</b>	
Nom de la société :	YellowKorner & Zeinberg YellowKorner commercialise des tirages d'Art à série limitée – Zeinberg est leur laboratoire photographique partenaire
Secteur d'activité	Edition de livres et de photos d'Art à série limitée
Chiffre d'affaires annuel	28M€
Effectif	100
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	Christian Autié, Directeur Général
N° de téléphone	
e-mail	
<b>SOCIETE PARTENAIRE</b>	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	LimeStreams
Nom du représentant (signataire du document)	Mathieu Colin, Directeur Général
N° de téléphone	
e-mail	
<b>PROJET réalisé depuis 2012</b>	
1. Problématique	<p>YellowKorner est une société française qui s'est fortement développée en France comme à l'international. Connaissant une croissance fulgurante, YellowKorner a souhaité remettre en question son modèle et sa relation avec son partenaire historique, le laboratoire photographique Zeinberg.</p> <p>Basés sur cette dynamique, les deux partenaires se sont concertés pour remettre à plat leurs organisations respectives et partager des investissements permettant de consolider leur position de leader sur le marché.</p>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p>Quatre projets menés en simultanée, entre YellowKorner et Zeinberg :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Remise à plat du schéma directeur industriel et logistique entre les deux entités</li> <li>- Design et mise en place d'un nouveau site de production ultra-moderne et optimisé pour Zeinberg</li> <li>- Mise en place d'un système d'information ERP/MES pour faciliter le suivi en temps réel, entre les deux partenaires</li> <li>- Renégociations pour partager les gains de manière équitable</li> </ul>
3. Objectif	<p>YellowKorner : Réduction du Time To Market pour passer d'une livraison en S+8 à une livraison en S+2 puis S+1, renégociations tarifaires avec le partenaire Zeinberg, réduction des coûts de distribution.</p> <p>Zeinberg : Réduction des coûts et délais de production, augmentation des capacités de production, optimisation des opérations pour préserver leur marge.</p> <p>Pour les deux partenaires : passer d'un modèle de production et distribution en push à un modèle en pull, production à la demande.</p>

4. Description de l'application (20 lignes maxi)	Côté système d'information, ce ne sont pas moins de 6 systèmes qui communiquent en temps réel : - Le système de gestion des commandes galeries (Cégid) - Le site de vente Web (Développement maison) - L'ERP qui réalise la planification des volumes et les lancements en production (Sylob) - Le système permettant d'optimiser la composition de plaques comprenant plusieurs photos et de réduire les pertes papier (Automation Engine) - Le système permettant de découper les photos en automatique (iCut Layout) - Le module MES de l'ERP afin de suivre la production, opération par opération, en temps réel (Sylob)
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	L'application est hébergée en France et est utilisée à l'international pour le suivi des commandes (dont Asie et Amériques), partout où YellowKorner est présente.
6. Date de mise en œuvre	Août 2014
7. Durée de la mise en place	5 mois, compte tenu du pic d'activité de fin d'année et du montant des investissements, tout devait être prêt en un temps particulièrement record.
8. Nombre d'utilisateurs concernés	En direct production Zeinberg et Supply Chain Management YellowKorner : 80 personnes. 1 personne par galerie ensuite.
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	Un timing très serré et une importance de la motivation des équipes pour qu'elles acceptent la « mission impossible ». La différence culturelle et le fait que les partenaires avaient besoin d'un tiers de confiance pour échanger des informations pourtant confidentielles. Réponses apportées : management des risques par checklist, en anticipation, recours à un tiers de confiance, mise en œuvre d'une méthodologie en temps standards pour faciliter le planning & forecast, ainsi que les négociations en calcul de coûts théoriques. Les systèmes d'informations sont venus après l'analyse métier.
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	50% de volumes supplémentaires traités, en l'espace d'un mois. Livraisons en S+2, réduction des coûts de distribution de 30%, livraison à 2 semaines, réduction des coûts de fabrication drastiques (mais confidentiels).
11. R.O.I. estimé	6 mois, conseil inclus.
12. Perspectives d'évolution	Développement du même type de partenariat à l'étranger, pour couvrir les zones Amériques et Asie.
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Développement partenariat entre un retailer/concepteur et son fournisseur. Suivi en temps réel des gains. Respect d'un timing pourtant intenable.
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Dégagement de cash rapidement, pour pouvoir continuer à développer le réseau commercial et envisager de réitérer ce projet sur les 2 prochaines zones, dès 2015.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	Réduction des émissions de CO2 grâce au nouveau schéma directeur logistique. Réduction de 5 250 km parcourus par semaine, en pic.