



CANDIDATS AU FORUM des Rois de la Supply Chain 2018

Supply Chain
MAGAZINE

DOSSIER 10

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	Bridgestone EMEA
Secteur d'activité	Production de Pneus
Chiffre d'affaires annuel	3.100 M€ (Europe)
Effectif	12500 employés (Europe)
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	Christophe Boulet Directeur Supply Chain & Customer Service France & Benelux
N° de téléphone	
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE 1	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	Bluecrux
Nom du représentant (signataire du document)	Anneleen Tronquo
N° de téléphone	+
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE 2	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	OM Partners
Nom du représentant (signataire du document)	Luc Schepens
N° de téléphone	+
e-mail	
PROJET réalisé depuis 2015	
1. Problématique	<ul style="list-style-type: none">Le Projet Visibility (VI-P) a été lancé par le département Supply Chain afin de permettre une amélioration du service client ainsi qu'une réduction des coûts.Les enquêtes annuelles successives auprès des clients révélaient année après année le même souhait de voir la visibilité sur la disponibilité produit au-delà de l'horizon d'une semaine. Bridgestone était en retrait par rapport à ses concurrents sur ce point.Bridgestone ne pouvait donner une date de livraison fiable en cas de rupture de stock dans le centre de distribution régionale.Les équipes Supply Chain régionales ne disposaient pas d'outils suffisants pour leur permettre une interaction professionnelle avec leurs collègues des équipes commerciales.
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<ul style="list-style-type: none">Organisation : Intégration du département Service Client dans le département Supply Chain et standardisation de l'organisation dans les différentes régions européennes (clarification des responsabilités Service Client, Planning et Logistique). Segmentation des rôles et responsabilités avec la création de fonctions Key-Account pour les clients

	<p>premium.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Processus touchés : Planning de production, DRP & ATP • Logiciel : implémentation de l'APS (Advanced Planning System) d'OMP Plus pour la planification de la production et DRP et développement de la partie ATP dans SAP.
3. Objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la visibilité de 1 à 5 semaines pour les clients retail et de 1 à 12 semaines pour les clients distributeurs. • Amélioration de la fiabilité des ordres de transfert de stock inter sites de 70% à 95%.
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<ul style="list-style-type: none"> • Le projet a été bâti autour de 3 piliers : organisation, outils SI et conduite du changement, véritable clé de la réussite de ce projet. • Aujourd'hui, les processus et les systèmes mis en place permettent aux clients d'être informés sur la disponibilité des pneus dans l'ensemble de la Supply Chain de Bridgestone, aussi bien au travers des outils d'e-commerce que via le Service Client. • Bridgestone s'engage de manière fiable sur la date de livraison de pneus, dont une partie n'est pas encore fabriquée au moment de la commande, mais intégrée dans la planification de production. • Le principe de base 'Un engagement est un engagement' est mis en place, grâce à une logique revue et respectée à tous les échelons du processus, aussi bien dans OMP que dans SAP. • La mise en place a été supportée par un plan spécifique d'accompagnement du changement auprès de toutes les équipes commerciales et Supply Chain. Des règles de conduites ont été définies avec les différents acteurs et un comité de maintien mis en place afin de garantir leur pérennité et leur adaptation aux potentielles évolutions futures. Chaque membre est devenu acteur du changement.
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	<ul style="list-style-type: none"> • 18 pays répartis dans 6 régions • 800 personnes de différentes fonctions : Service Clients, Supply Chain, Logistique, Production, Ventes
6. Date de mise en œuvre	Mars 2016
7. Durée de la mise en place	<p>Conception Générale : 2013 – 2014 jusqu'à l'approbation du business case</p> <p>Mise en œuvre : Septembre 2014 – Mars 2016</p>
8. Nombre d'utilisateurs concernés	Plus de 800 personnes
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnement au changement dans les départements Supply Chain et Ventes
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	<ul style="list-style-type: none"> • Bridgestone est maintenant capable d'offrir une visibilité à ses clients de façon segmentée. Les clients retail ont une visibilité fiable des disponibilités à venir jusqu'à cinq semaines. Les distributeurs bénéficient d'une visibilité sur 12 semaines à l'aide d'un processus de collaboration client-fournisseur (avec injection de prévisions de ventes fournies par le client). • Le processus de collaboration client-fournisseur permet de réduire les coûts logistiques par le biais de livraisons optimisées en direct usine.

	<ul style="list-style-type: none"> • La visibilité sur l'évolution stock/production/demande a été augmentée de 1 semaine à 16 semaines. • La fiabilité d'exécution des ordres de transfert de stock inter sites a été améliorée de 70-75% en 2013-2014 à 92-95% en 2016-2017
11. R.O.I. estimé	<ul style="list-style-type: none"> • Retour sur investissement : 2,5 années • Augmentation du volume de vente : jusqu'à 4% • Réduction des coûts logistiques : 10-15%
12. Perspectives d'évolution	
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	<ul style="list-style-type: none"> • Une méthodologie nouvelle (appelée MOUNTK) a été développée par Bluecrux en collaboration avec Bridgestone. Cette méthodologie permet, pour la première fois, de suivre de façon factuelle le progrès de l'accompagnement au changement. • Une logique de calcul spécifique dans OMP Plus, aussi bien pour le plan de production que pour le plan de distribution, permet de promettre au client des pneus qui ne sont pas encore produits, même quand la production fluctue encore !
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	<ul style="list-style-type: none"> • Une communication plus professionnelle vis à vis des clients • Une augmentation de 20% de la fiabilité de la Supply Chain
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	<ul style="list-style-type: none"> • L'augmentation des flux en direct usine vers le client nous permet de réduire les émissions de CO2.

Signature et cachet du représentant

De la société utilisatrice

Bridgestone France

LSCM

Parc d'activités du Moulin de Massy

23 rue du Saule Trapu

91882 MASSY CEDEX

Tél. : 01 69 19 27 00 / Fax : 27 21

Signature et cachet du représentant

de la société partenaire 1

Annabelle Tranquo

Signature et cachet du représentant

de la société partenaire 2

