

## Les process

# Vers la fin des stocks en magasin

**La logistique textile est une logistique aval de distribution. Peu externalisée, elle mélange trois activités classiques de lançements, de réassorts et de reverse. Grâce notamment aux systèmes d'information, elle tente de composer avec les contraintes de son marché : forte saisonnalité, flux tirés, juste-à-temps...**

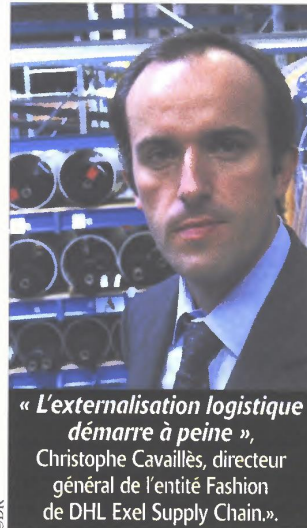
La logistique du secteur textile, c'est celle des entrepôts de distribution à destination des points de vente. En France, ces entrepôts sont très souvent tenus par les professionnels de la filière. « L'externalisation logistique démarre à peine, constate Christophe Cavaillès, directeur général de l'entité Fashion de DHL Exel Supply Chain. La filière textile commence à intégrer cette possibilité depuis 5 ans seulement. » « Le textile est opérateur de sa logistique dans 9/10<sup>e</sup> des cas », confirme Laurent Raoul, consultant associé au cabinet XLc, spécialisé dans la logistique textile. Pour lui, l'externalisation n'a commencé que depuis 2 ans.

« Le nombre important de PME dans le secteur, PME qui font elles-mêmes leur logistique explique en partie ce schéma », considère François Bertreau, président de Norbert Dentressangle Logistics. « Il faut dire aussi que les prestataires sont peu nombreux à proposer une offre ad hoc », complète Laurent Raoul. « Il y aurait de la place pour d'autres, notamment pour des prestataires de taille moyenne adaptés au marché. On attend de voir ce que la nouvelle offre de l'entité de Sed Logistique va donner » (voir encadré). Il est vrai aussi que l'externalisation a un coût. « Quand la

logistique est externalisée, estime Gilles Baulard, directeur commercial de SDI Industries, le coût de traitement à la pièce est plus élevé. Mais dès que les volumes sont importants, les coûts fixes s'amortissent mieux. La décision doit se prendre au cas par cas, et souvent nos clients optent pour des solutions mélangées. » « De plus, souligne Laurent Raoul, la mutualisation des moyens dans des entrepôts multi-clients, particulièrement intéressante pour affronter les phénomènes de saisonnalité, peut compenser ce coût plus élevé. De même que la simple expertise de spécialistes. »

### Lancements, réassort et reverse logistics

Dans ces entrepôts, on trouve les trois types d'activités classiques de la distribution : les lançements, les réassorts et la reverse, signale Christophe Cavaillès. La zone de stockage pour les lançements à date varie beaucoup selon le type de clients. Elle est fortement soumise à la saisonnalité lorsqu'il y a deux collections par an. Mais aujourd'hui, les marques-enseignes lancent des mini-collections tous les 15 jours, remarque Christophe Cavaillès. « Le nombre de collections annuel dépend aussi beaucoup de la segmentation de l'habillement, observe Gilles



« L'externalisation logistique démarre à peine », Christophe Cavaillès, directeur général de l'entité Fashion de DHL Exel Supply Chain.

Baulard. Le secteur des adolescents est plus soumis à la mode et aux rotations que celui de l'homme classique, par exemple. » A côté des lançements, on trouve une zone de stockage pour le réassort des magasins. « Depuis une quinzaine d'années, les magasins avaient encore des réserves. Mais aujourd'hui, le coût de l'immobilier ayant bondi, notamment dans les centres villes où ils sont localisés, ces magasins ne veulent plus de réserve, souligne Gilles Baulard. Avant, on estimait le réassort en fonction de l'activité passée. » « Aujourd'hui, chaque vente génère un réapprovisionnement automatique. C'est-à-dire une préparation de commande dans l'entrepôt central dès le lendemain pour des livraisons le surlendemain, en J+2 », complète Christophe Cavaillès de DHL, qui précise toutefois que les détaillants multi-marques échappent à ce modèle. Notons avec François Bertreau, que la mise en place des collections peut être faite en cross-doc-

king (on trie sans stocker), seul le réassort est stocké, ce qui permet un gain de coût. Même s'il ne va pas sans inconvénients – consommation de place sur les quais et de main d'œuvre, configuration d'entrepôt particulière, délicat à régler, pas justifié pour tous les fournisseurs –, le cross-docking permet un gain de coût logistique de 15 à 30 % estime le cabinet XLc.

Enfin, on trouve aussi une zone de reverse logistics. « Il s'agit de la reprise des invendus (20 % des produits) pour d'autres circuits de distribution ou la préparation des soldes, explique Laurent Raoul. On peut aussi souligner à cet égard le succès du second marché en ligne. Citons les sites Internet Rush Collection, Vente Privée ou Yoox pour le luxe... Ils n'existaient pas il y a trois ans et se révèlent très profitables. Leurs résultats sont stupéfiants. Néanmoins, l'activité reverse elle, est plutôt en baisse parce que l'on s'est rendu compte qu'il valait parfois mieux casser les prix et que les techniques de vente s'améliorent (discount). Si le coût de l'envoi est de 1, celui du retour s'échelonne entre 3 et 5 ! »

### De l'entreposage au défroissage

Dans le cadre de ces activités classiques, le secteur textile peut toutefois présenter quelques particularismes. « On peut nous demander une traçabilité des produits, pour ceux d'entre eux qui sont les plus coûteux, remarque François Bertreau. La prestation logistique peut aussi inclure des opérations de défroissage ou de repassage sur cintree. »



Geodis parle aussi de houssage. Le cintre, justement, contrairement au plié, nécessite un savoir-faire particulier, et notamment des outils de manutention et de transport adaptés, souligne le cabinet XLC. Plus onéreuse, la logistique en suspendu est plutôt le propre des segments du luxe.

Parfois, la prestation dépasse la logistique du vêtement. « En effet, dans le textile, le rythme d'ouverture de nouveaux magasins peut être élevé. Nous avons des clients qui peuvent ouvrir jusqu'à 120 nouveaux magasins par an ! D'autres font des opérations de restylage. Ils changent le mobilier et la décoration. Les entrepôts doivent alors préparer l'intégralité de ce que l'on trouve dans un magasin, soit de 5 000 à 15 000 pièces, selon la taille du point de vente », note Gilles Baulard.

Pour toutes ces opérations, la logistique textile s'appuie de plus en plus sur les systèmes d'information. Les éditeurs jouent volontairement sur une certaine forme de confusion pour prétendre traiter l'ensemble des problématiques, écrit XLC qui différencie quatre types de logiciels pour la Supply Chain textile : les ERP pour la gestion au sens large, les WMS pour la gestion de l'entrepôt, les APS pour la planification de l'activité et les RMS (Retail Management System) pour les points de vente. Tous ces outils s'accompagnent bien entendu d'équipements annexes : codes à barres, imprimantes codes à barres ou terminaux embarqués, réseaux de communication...

Dans ce tableau, seul l'éditeur d'ERP Cegid propose une solution métier. (voir encadré). « Les ERP généralistes ont voulu s'immiscer sur ce terrain mais la structure « modèle - tissu - coloris - taille - variantes » leur était difficile à prendre en compte, estime Laurent

## Cegid Business Mode 2006 autorise le réassort en temps réel



« La plupart de nos clients disposent de la totalité des modules de Cegid Business Mode, car ils gèrent de plus en plus l'ensemble de la chaîne », Nathalie Echinard, directeur des marchés verticaux de Cegid.

L'éditeur de progiciels de gestion intégrée Cegid est bien connu sur le secteur de la mode, pour avoir développé une offre dédiée, en l'occurrence Cegid Business Mode. Elle équipe toute la filière, de A à Z, avec des modules de gestion de fabrication, de gestion commerciale, de Supply Chain et de gestion des magasins. « La plupart de nos clients disposent de la totalité des modules, indique Nathalie Echinard, directeur des marchés verticaux de Cegid, car ils gèrent de plus en plus l'ensemble de la chaîne. » En effet depuis 15 ans, le modèle grossistes détaillants multi-marques a cédé le pas aux marques-enseignes. Jusqu'à présent, quand un pull était acheté, l'information était transmise à l'entrepôt dans la nuit pour le réassortiment. Avec le lancement de Cegid Web Access dans le cadre de la version 2006, les informations sont transmises en temps réel, ce qui permet un réassort au fil de l'eau, plusieurs fois par jour. Dans le même ordre d'idées, les modules ont été complétés de systèmes d'alertes, qui évitent à l'utilisateur d'aller chercher les informations lui-même. Elles arrivent automatiquement, en mode « push ». « Nous avons par ailleurs des clients de plus en plus mondiaux, ce qui nous emmène à développer des versions multi-lingues », souligne Nathalie Echinard. A cet égard, la version mandarine est en cours de finalisation.

Raoul. Car les ERP ne peuvent pas prendre en compte la structure arborescente de toutes les déclinaisons par produit. Alors on peut toujours bricoler, mais il faut

savoir qu'une collection textile c'est en moyenne 6000 SKU (Stock Keeping Unit - numéro d'identification d'un article en stock) remplacés tous les 3 à 6 mois. Et on

ne peut pas dans ce cadre imaginer pouvoir travailler 6 000 références isolément, ce serait idiot, donc il faut le niveau de finesse nécessaire. » **M.M.**

## Visite dans l'entrepôt Sed Fashion de Sed Logistique



« En 2005, nous avons créé Sed Fashion, une solution logistique dédiée à la filière textile répondant spécifiquement à ces contraintes », Christophe Dubois, PDG de Sed Logistique

Basé à Longueuil-Sainte-Marie, dans l'Oise, l'entrepôt Sed Fashion de Sed Logistique, dédié à l'activité textile du prestataire, fonctionne entièrement en radio-fréquence. Il est géré par le progiciel Reflex de Hardis, qui a été spécialement adapté pour l'occasion. Les fournisseurs transmettent les listes de colisage pour la pré-réception. Les informations permettent d'éditer les étiquettes de réception qui sont alors collées sur chaque colis. Ces étiquettes reprennent le numéro du colis, celui de la commande, la date de réception et la zone de stockage. Chaque matin, les ordres de préparation sont ensuite transmis à l'entrepôt via EDI. Ils indiquent l'adresse de l'emplacement du produit et la quantité à prélever. Il ne reste plus qu'à livrer.