

Edito

Pour bien envisager les solutions supply chain à mettre en œuvre, il faut pouvoir appréhender correctement non seulement les contraintes endogènes à l'entreprise et à ses marchés mais également les contraintes exogènes issues de changements technologiques ou d'évolutions sectorielles majeures.

La technologie RFID, si elle a pris un tant soit peu de retard dans son développement, n'en présente pas moins un potentiel considérable dans le cadre des applications qui seront susceptibles d'être déployées sur la supply chain. Mais au-delà des applications envisageables, il faut savoir s'attacher aux conséquences que ce déploiement pourrait avoir en matière de liberté personnelle et en matière de confidentialité des informations relatives aux opérations au sein des entreprises. Le supply chain manager, sur ce domaine comme dans celui du développement durable que nous avons abordé dans le cadre de notre précédent numéro, se doit d'être vigilant aux conséquences de ce qu'il est amené à promouvoir.

Ce nouveau numéro de notre Newsletter vous permettra d'avoir un aperçu des enjeux en matière de RFID, suite à un certain nombre de missions que Newton.Vaureal Consulting a déjà menées dans ce domaine, afin d'être toujours à la pointe des innovations et des réflexions qui changent l'univers de la supply chain.

Ainsi, nous aurons également le plaisir d'ici la fin de l'année de vous présenter la nouvelle édition de notre ouvrage « La logistique globale ».



Philippe-Pierre Dornier
Associé



Michel Fender
Associé

Point de vue

RFID (RadioFrequencyIdentification) – Une question de foi ?

Croyez-vous dans la RFID?

Tant de choses sont affirmées et il y a tellement de mystères autour de ce sigle de quatre lettres, qu'avant même de faire un pas, le décideur doute et préfère attendre pour en savoir un peu plus - voire pour y croire.

Plus il s'interroge, plus grandit son sentiment d'insécurité, ses doutes sur l'adaptabilité de cette technologie à ses processus et sur son mode de déploiement : les différences de position sur les méthodes de mise en œuvre proposées par les experts intégrateurs, comme par les producteurs de puces ou distributeurs de tags le submergent, la technicité inextricable du débat normatif le noie.

On peut se demander si le développement de la technologie RFID dans l'industrie ne passe pas avant tout par la maîtrise de la communication qui en est faite.

En ce moment, les discussions sont tellement techniques et se perdent dans une telle quantité de détails accessoires à la problématique, que l'industriel y perd ses repères (multitude de définitions, normes, modèles, acteurs, etc.).

Personne ne semble aujourd'hui capable d'affirmer concrètement si telle ou telle solution RFID est ou non la réponse la plus adaptée à tel ou tel enjeu business, aussi bien du point de vue technologique que du point de vue économique.

Au delà de ces considérations opérationnelles et propres à chaque entreprise, des discussions d'ordre stratégique ont lieu tant sur le choix des standards, des normes que sur les fournisseurs de technologie. Une fois encore on se perd dans la théorie de la conspiration et les résultats contribuent à l'inaction.

Nombre d'industriels font le choix d'attendre, de se positionner en tant qu'observateur de celui qui, représentatif de son secteur, se lancera. Cette inertie a certainement un prix, considéré néanmoins moindre que celui de l'investissement au cœur des débats sans fin des organisations qui contribuent plus à gonfler la polémique qu'à faire avancer les projets.

Que proposer pour clarifier le débat et redonner foi dans la RFID?

L'étude sur la traçabilité des objets (1^{er} trimestre 2006), lancée par le Ministère de l'Economie et des Finances et par la DGE, a permis de recueillir l'avis de 20 grandes entreprises de l'industrie française sur l'utilisation de la technologie RFID ainsi que les témoignages de très nombreux experts..

Modèle économique

Seule une minorité des entreprises (1/4) participant à l'étude a élaboré un modèle économique pour mesurer l'impact de l'utilisation de la RFID.

Les appréciations du ROI sont très divergentes – de 18 mois à 10 ans au mieux – et certains industriels, en particulier dans le secteur logistique, estiment même que cette technologie devra être adoptée avant tout pour des raisons de stratégie commerciale, même si le retour sur investissement peut s'avérer nul ou négatif.

Le nombre d'inconnues restent trop importants pour que les résultats économiques puissent être communiqués ou utilisés de façon publique :

Nature économique :

- Coût des équipements et de la mise en œuvre

- Evolution du coût du tag (puce et antenne)

Nature opérationnelle :

- Chiffrage complet des économies réalisées dans les processus industriels et logistiques

Nature technique :

- Taux d'erreur de lecture
- Durée de vie des tags
- Fréquences utilisées par activité/domaine

Une fois de plus, le manque de formalisation et de communication sur les résultats contribue à augmenter le scepticisme autour de la technologie.

Influence sur les réflexions et orientations

Dans le fond, le débat reste influencé par peu d'intervenants.

Trois organisations apparaissent aujourd'hui comme acteurs dominants dans le jeu de la guerre d'opinion qui entoure la RFID :

- GS1 France
- EPC Global
- GALIA

Dans l'océan d'information qui submerge le marché, certaines sources d'information restent dominantes et écoutées. Dans l'ordre :

- Conférences et salons professionnels
- Manifestations GS1 et EPC Global.
- Forum RFID
- Fournisseur partenaire et mise en place de pilote

Afin d'améliorer et de structurer l'information disponible sur les technologies RFID, et de conduire le débat vers des prises de position plus crédibles, il paraît nécessaire de mettre en place :

✓ *Un observatoire indépendant*

Cet observatoire neutre doit informer sur les technologies, les normes, les réglementations, et publier régulièrement des synthèses sur les évolutions récentes.

✓ *Une plateforme d'échange d'expériences (bonnes pratiques)*

L'information quantitative et qualitative sur les réussites opérationnelles reste en effet aujourd'hui le parent pauvre de la communication autour de la RFID. La présentation d'applications concrètes (entrepôt, distribution, etc.) fournira aux interlocuteurs à la fois des exemples de bonnes pratiques et des références de benchmarking.

Seul un tel investissement, aussi bien public que privé, peut permettre une structuration de l'information et la mise en place d'une communication du retour sur expérience. Ainsi le déploiement de la RFID avancera de façon plus homogène en France, et plus en ligne avec les avancées de la RFID aux Etats-Unis.



Mario Lima
Partner LogProfile

Les directions Supply Chain au cœur des enjeux environnementaux

Préserver l'environnement est une priorité croissante pour les décideurs. Le fait que l'entreprise doive préparer un monde plus propre, est, bon gré, mal gré une certitude : les menaces sur les prix des billets d'avion, les taxes sur les appareils ménagers, les chartes appelant à la certification ISO 14001 sont là pour leur rappeler tous les jours.

Les boards que nous connaissons rapprochent de la supply-chain bien des fonctions : achats, production, distribution. Mais nous n'avons pas encore rencontré de directeur qui couvre les deux fonctions : « supply-chain et développement durable » !

Examinons pourtant les principaux postes responsables de pollution environnementale. Hormis les pollutions au kérosène dues aux déplacements aériens

des collaborateurs, ceux sont bien les activités de la supply chain qui occupent le premier plan : Transport de livraison/distribution (process Deliver) et ses émissions, effluents de production (Process Make), composants utilisés, leur nature, source et approvisionnement (Process Source).

Si le directeur supply chain doit rendre compte de la façon dont il préserve son environnement, c'est qu'il est, *de facto*, le premier à pouvoir poser les choix qui comptent : Que faut-il approvisionner ? Comment ? À quelle cadence ? Et nous pouvons préciser : par avion, par voie maritime, par rail ou par route ? En flux tendu ou non ? En privilégiant le trade off taille de livraison / fréquence ? Ces questions à enjeu environnemental sont nombreuses et quotidiennes pour le supply-chain manager.

Parce que la vision que nous proposons à nos clients et partenaires concerne leur évolution et celle de leur environnement concurrentiel, social, économique et légal, nous nous sommes engagés dans cette voie : permettre à nos clients d'intégrer l'impact environnemental dans le choix de leur stratégie supply chain et dans les choix opérationnels y afférant. C'est-à-dire les aider à apprécier l'impact des scénarios que nous construisons avec eux, au regard de l'environnement, dans une recherche de minimisation de l'empreinte écologique.

Il nous faudra sortir du choix simpliste entre les solutions extrêmes, qui sont soit « respectueuses mais onéreuses », soit « économiques mais polluantes ». Il nous faudra construire cette voie médiane et ambitieuse incluant naturellement la performance et la durabilité. La construire avec nos clients, et la développer avec nos partenaires.

Nous vous proposerons dans notre numéro de janvier un aperçu du cadre utilisé pour accompagner ces réflexions.



Marc Ferrey
Consultant

Évènement

Soirée des anciens de Newton.Vaureal Consulting

Nous avons eu dernièrement la joie d'accueillir dans nos murs, dans le cadre d'un cocktail, une trentaine de nos anciens collaborateurs avec lesquels nous avons su tisser des liens forts et qui nous ont parlé de leur carrière « après » Newton.Vaureal Consulting.

Les voies qu'un passage chez Newton.Vaureal Consulting ont permis d'ouvrir sont nombreuses : de l'aéronautique en passant par l'automobile, la pharmacie et la distribution. Certains ont choisi le secteur de la prestation logistique. Tous mettent en œuvre dans leurs pratiques quotidiennes, les connaissances qu'ils avaient pu acquérir et consolider tout au long des missions de conseil qu'ils ont menées.

Devant le succès de cette opération, nous avons décidé de réaliser un annuaire des anciens lequel sera mis à jour chaque année de manière à ce que « l'essaim » Newton.Vaureal Consulting puisse se retrouver non seulement au cours de soirées mais aussi dans le cadre plus quotidien de leur vie professionnelle.



Sophie Delair & Maria Camelot
Responsables développement commercial

Contact

Maria CAMELOT

Responsable du développement Commercial

mcamelot@newtonvaureal.com

Tél. : 01 40 17 99 18

Focus

Emmanuel Cheffert

Consultant



Emmanuel Cheffert marque le début de sa carrière sous le sceau de l'international avec un passage de près de 7 ans en Asie où il a managé des équipes multiculturelles et a conduit des projets industriels en Chine, Corée, Japon, Inde, Philippines et Thaïlande.

Au sein de la Logistique Monde d'un groupe industriel international, il a mené avec succès un projet de délocalisation de production du Japon vers l'Irlande, la Thaïlande et les Philippines dans un contexte de croissance des ventes de plus de 40% par an.

Responsable des flux, il a géré jusqu'à 4 lignes de produits stratégiques représentant plus de trente mille références. Il a coordonné les niveaux de production, managé les introductions de nouveaux produits et proposé les plans d'investissements à moyen terme pour l'outil industriel avec, comme objectifs principaux, l'amélioration du service client et l'optimisation des stocks.

Diplômé du DESS Optique et Matériaux, il complète sa formation par un Executive MBA à l'ESSEC.

Après 10 ans d'expérience dans les métiers d'opérations industrielles, Emmanuel Cheffert rejoint Newton.Vaureal Consulting.

Depuis son intégration chez Newton.Vaureal Consulting, il a su mener différentes missions d'amélioration des performances logistiques et financières.

Notamment, dans le secteur aéronautique, dans le cadre d'un projet de réduction des coûts opérationnels, où il a réalisé une analyse détaillée de chaque centre de coût (multi sites, multi fonctions), l'identification des leviers d'actions aboutissant à une proposition de projets d'amélioration illustrés par de véritables « business case » à horizon 5 ans.