



# Les Rois de la Supply Chain 2009

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	TOUPARGEL
Secteur d'activité	Distribution de produits alimentaires
Chiffre d'affaires annuel	346 M€ en 2007
Effectif	3 366 en 2007
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	TCHENIO Roland, Président
N° de téléphone	04 72 54 10 00
e-mail	<a href="mailto:roland.tchenio@toupargel.fr">roland.tchenio@toupargel.fr</a>
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	ORTEC
Nom du représentant (signataire du document)	Bernard Van Oudenaarden
N° de téléphone	01 44 25 05 25
e-mail	boudenaarden@ortec.com
PROJET réalisé depuis 2006	
<p>1. Problématique</p> <p>La société Toupargel est spécialisée dans la livraison à domicile de produits surgelés avec vente par téléphone par appels sortants : à une tournée d'appels d'un télévendeur correspondait une tournée de livraison. Aujourd'hui, la problématique est de déconnecter la prise de commande et la livraison et d'organiser de façon dynamique les tournées de chaque agence de livraison en mutualisant toutes les commandes à livrer.</p>	
<p>2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)</p> <p>Mise en place du logiciel d'optimisation de tournées Shortrec Distriplanner. Cela a impliqué l'installation de serveurs pour créer très rapidement 900 à 950 tournées de façon centralisée; à acquérir des licences pour que nos responsables d'agence de livraison puissent se connecter sur les serveurs centraux et modifier en temps réel les tournées.</p>	
<p>3. Objectifs : de plusieurs ordres</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Economique : Réduire le coût de la livraison de l'ordre de 10%, soit 6 millions d'euros en réduisant le nombre de véhicules de livraison et les kilomètres parcourus.</li> <li>• Amélioration du service à nos clients : Mieux respecter les horaires de livraison souhaités par nos clients, pouvoir accepter les commandes entrantes (appels entrants, re-livraison de clients, commandes Internet) et mieux mesurer le service apporté à nos clients.</li> <li>• Amélioration du management de nos agences de livraison : Responsabilisation des responsables d'agences, outils de dialogue avec les livreurs (Attachés Service Clients) permettant d'évaluer leurs performances</li> </ul>	
<p>4. Description de l'application</p> <p>Chaque jour, 30 000 commandes doivent être livrées chez des particuliers sur toute la France à partir de 113 agences de livraison. Dans un premier temps, le logiciel d'optimisation Shortrec Distriplanner, sous forme de composant sans Interface Homme-Machine (IHM) précalcule automatiquement les tournées de livraison pour chaque agence. L'outil mutualise les commandes à livrer et prend en compte les horaires de livraison souhaités des clients, leurs adresses... L'outil propose les plans de tournées les plus rentables en terme entre autres de kilomètres parcourus, d'heures travaillées et d'utilisation de véhicules.</p> <p>Dans un deuxième temps, chaque responsable d'agence de livraison a la possibilité de valider ou de modifier si besoin en temps réel l'organisation des tournées proposées selon les aléas du jour ou les contraintes d'exploitation : chauffeurs absents, livraisons annulées ou reportées... avant de transférer les commandes sur les plates-formes de préparation de commandes permettant de préparer et de facturer les commandes par tournées de livraison ainsi organisées.</p> <p>Puis, les tournées de livraison sont chargées sur les terminaux GPS embarqués dans les véhicules pour l'aide à la navigation des livreurs.</p>	

<p>5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)  Organisation quotidienne de 900/950 tournées de livraison. 30 000 commandes livrées en moyenne, réparties sur 113 agences de livraison. Livraisons assurées sur la totalité du territoire français. 1,1 million de clients particuliers.</p>
<p>6. Date de mise en œuvre  Le projet a démarré au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre 2008.</p>
<p>7. Durée de la mise en place  Le projet doit être terminé à la fin de l'année 2008 pour être complètement opérationnel au 1<sup>er</sup> janvier 2009.</p>
<p>8. Nombre d'utilisateurs concernés  Nos 113 responsables d'agence de livraison, mais également nos 1 100 Attachés Service Clients (livreurs)</p>
<p>9. Difficultés rencontrées et réponses apportées</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il a été nécessaire d'adapter l'outil Shortrec Distriplanner pour permettre la mise en place de contraintes flexibles : développement réalisé par la société ORTEC, ainsi que d'autres adaptations.</li> <li>- Le projet a impliqué un déploiement rapide et à grande échelle. Réponse apportée : Formation par les équipes Toupargel et ORTEC de nos Directeurs Régionaux et Responsables Régionaux de livraison, formation et monitoring par 16 « ambassadeurs » (au préalable formés par nos soins) des 97 Responsables Régionaux de livraison</li> <li>- Il a été nécessaire de géocoder la totalité de nos clients (plus d'un million de clients) : adresse postale et position GPS.</li> </ul>
<p>10. Résultats obtenus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quantitatifs : 10% de véhicules de livraison en moins, environ 7% de kilomètres parcourus en moins,</li> <li>• Qualitatifs : amélioration du service à nos clients (respect des horaires de livraison souhaités, clients mieux informés), fidélisation de la clientèle, meilleur management et contrôle des performances des équipes</li> </ul>
<p>11. ROI estimé  Un projet dont les investissements, cumulés en équipement de nos véhicules (GPS, terminaux portables) et en achat de licence et développement, représentent sur les trois dernières années un montant de l'ordre de 3 à 4 millions d'euros, qui devraient être amortis sur environ <u>moins d'un an</u>.</p>
<p>12. Perspectives d'évolution  La mise en place d'une seule organisation pour mutualiser deux activités distinctes de notre groupe (livraison de produits surgelés, et distribution de produit frais et épicerie).</p>
<p>13. En quoi cette solution est-elle innovante ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La planification et l'optimisation <u>au quotidien</u> d'un énorme volume de tournées de livraisons : <u>900 à 950 tournées dynamiques</u>.</li> <li>- La planification en deux temps : 1. centralisée, automatique, sous forme de composant sans IHM et 2. ré-optimisation si besoin en local selon les contraintes quotidiennes</li> </ul>
<p>14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?  En terme d'efficacité, de réduction des coûts opérationnels, et d'amélioration du service à la clientèle.</p>
<p>15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)  D'une façon générale, la livraison à domicile de produits alimentaires réduit les kilomètres que devraient effectuer nos clients pour accomplir leurs courses alimentaires. Deux de nos confrères, les sociétés Télémarket et Auchan Direct ont évalué la réduction d'émission de gaz à effet de serre, respectivement pour 446 000 commandes et 380 000 commandes, de 14.7 kg par commande pour l'un et 14.8 kg pour l'autre (rappel : 7 500 000 commandes livrées en 2008 par Toupargel).  Ce projet particulier aura pour effet de réduire le nombre de véhicules de livraison et le nombre de kilomètres parcourus, renforçant ainsi l'impact sur l'émission de gaz à effet de serre.</p>