

# Les solutions digitales au service de mes opérations de transport

Webinar du 9 juin 2023

| un partenariat



# Confidentialité

**France Supply Chain s'interdit d'entrer dans toute discussion, activité ou démarche, qui pourrait, de sa part ou de celle de ses membres et participants, enfreindre les lois de la concurrence.**

À titre d'exemple, les membres de l'association (administrateurs, adhérents et salariés) ne doivent pas débattre, communiquer ou échanger d'informations commerciales confidentielles, y compris des informations non publiques sur les prix, la stratégie marketing et publicitaire, les coûts et les revenus, les conditions commerciales, les contrats avec les prestataires, dont les stratégies d'achats, les contrats d'approvisionnement, les programmes commerciaux et de distribution. Cela s'applique non seulement aux réunions officielles, mais aussi aux discussions informelles avant, pendant et après les réunions.

Cette disposition s'applique également à tous les participants aux réunions des groupes de travail organisées par FSC et elle est rappelée à chaque réunion d'ouverture d'un nouveau groupe de travail.

Tout participant estimant que des propos, de quelque nature que ce soit, tenus en séance, contrevenant aux règles déontologiques ci-dessus exposées, interpelle immédiatement l'assemblée afin qu'il soit mis fin au trouble, et sera en droit d'exiger de l'assemblée qu'elle prenne les sanctions adéquates pour faire cesser le trouble. À ce titre, un tel incident sera soumis, au conseil d'administration.

# France Supply Chain

- > Permettre aux Supply Chains de **contribuer à un monde durable** pour la planète, les personnes et la performance
- > Renforcer l'impact de la Supply Chain dans la **performance/compétitivité** de leurs entreprises
- > Promouvoir les métiers de la Supply Chain pour **développer attractivité et reconnaissance**

450

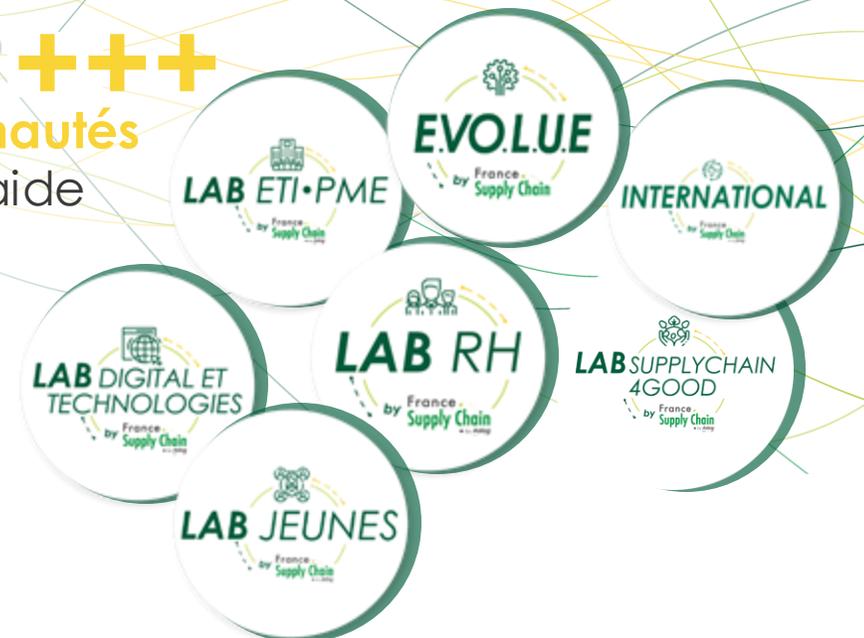
Entreprises et Écoles  
adhérentes

4900

Membres

5

Labs et +++  
Communautés  
d'entraide



# Ce webinar et ce livre blanc voient le jour grâce à l'engagement de nos membres



**FATIMA-ZAHRA CHERKAOUI**  
Consultante en Supply Chain  
WAVESTONE



**LAURENT DENUIT**  
SCM Transformation  
Director  
ORACLE



**FABIEN GAIDE**  
Directeur Projets Opérations  
DERICHEBOURG  
ENVIRONNEMENT



**GEOFFREY THIERY**  
Consultant senior en  
Supply Chain  
WAVESTONE



**ETIENNE TOURNIER**  
Partnership Manager  
S2PWEB



**RÉMY VERNET**  
Head of Digital Supply  
Chain France  
SAP

# Une Supply Chain de plus en plus intégrée et connectée

La Supply Chain est devenue de plus en plus complexe à piloter.

S'équiper d'outils digitaux permet d'offrir une logistique plus agile, performante et durable.



L'évolution des attentes clients, ...

**Attentes des clients** sur les produits et **le service**

Une **diversité** des produits

Des **modes et points de livraison multiples**

Des **délais** de plus en **plus courts**.



les enjeux économiques et environnementaux ...

Des consommateurs plus exigeants sur **l'empreinte carbone** des produits

La **digitalisation des process** transport devenue un **levier de compétitivité**

**Inflation du prix du carburant** et la **pénurie de chauffeurs**



transforment la Supply Chain et son pilotage ...

Des **Supply Chains internationalisées** : enjeu sur le **coût complet produit**

Besoin d'un **pilotage en temps réel**



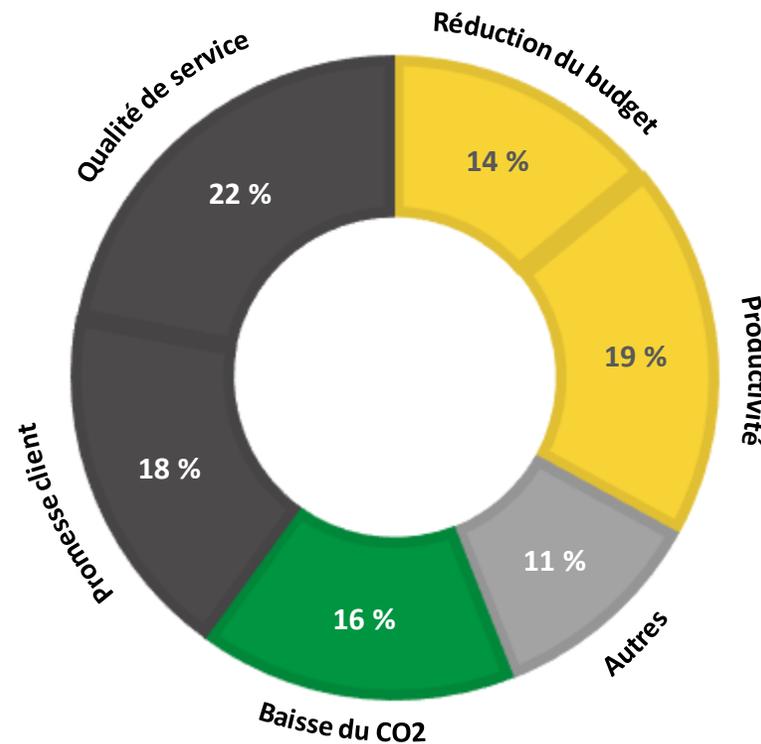
et imposent une maîtrise des opérations transport et logistique

Une **complexification** de la logistique

Un besoin de **maîtriser les risques**

# 3 motivations principales pour adopter des solutions transport

1. Service aux clients



2. Efficacité opérationnelle & économique

3. Impact environnemental

Résultats d'un sondage réalisé en 2022 auprès de 139 entreprises adhérentes à France Supply Chain, à la fois des industriels et des distributeurs.

# Pourtant des freins à la digitalisation du transport persistent

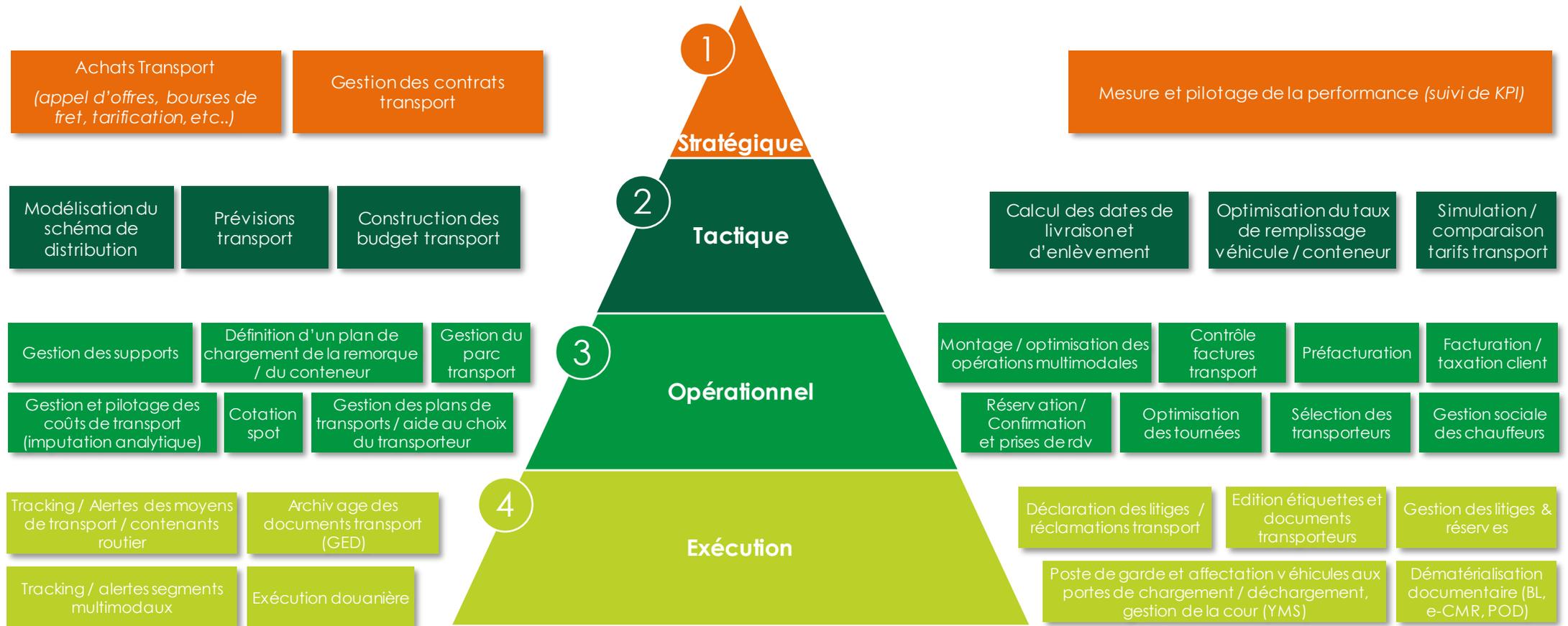
Résistances  
à l'adoption  
de solutions  
TMS

- **Manque de connaissance** lié aux solutions
- **Coût, ROI non démontré**
- **Perception de complexité : Choix du TMS** adapté aux besoins et **mise en œuvre**

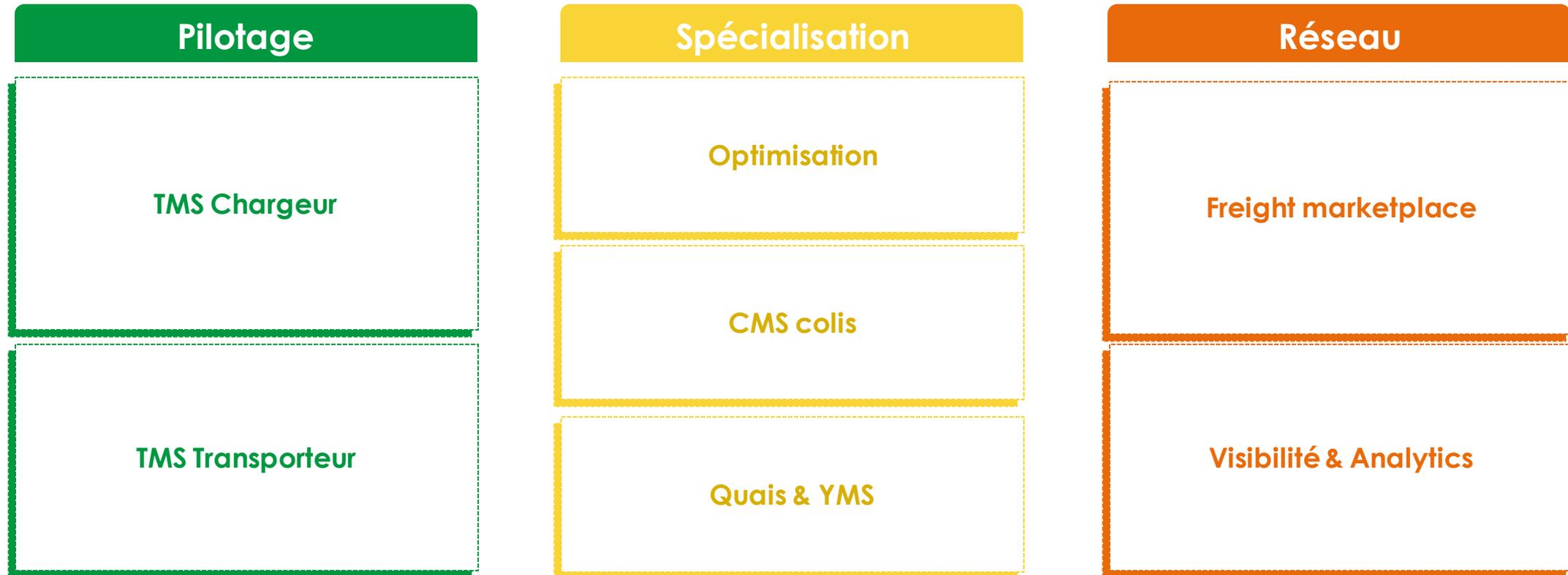
Des  
solutions  
digitales  
encore peu  
diffusées

- Un **taux d'adoption faible** des solutions digitales
- TMS est de plus en plus présent chez les **chargeurs : mais taux d'usage** relativement **faible** qui varie entre 15% et 40%

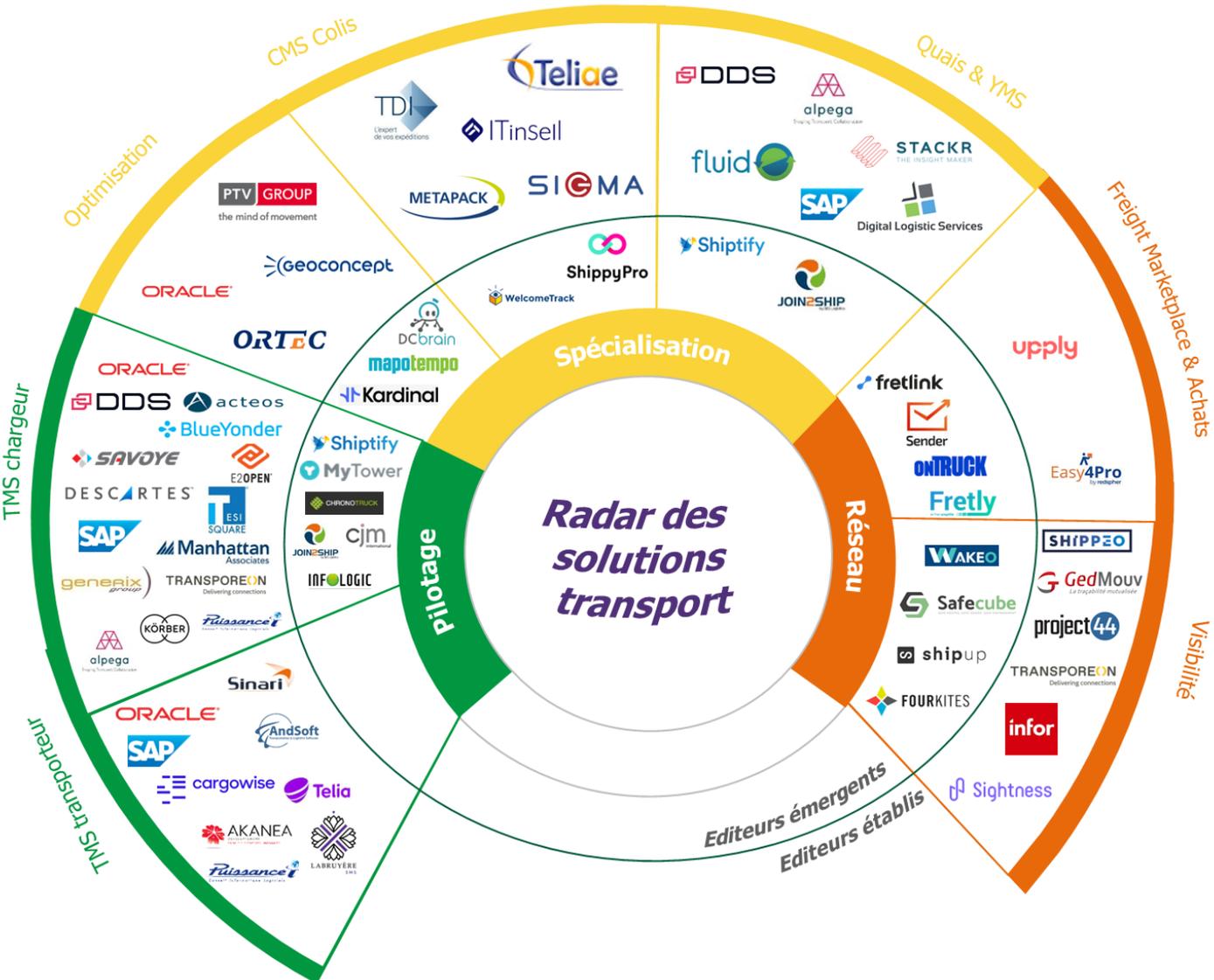
# Digitalisation du transport : les processus couverts



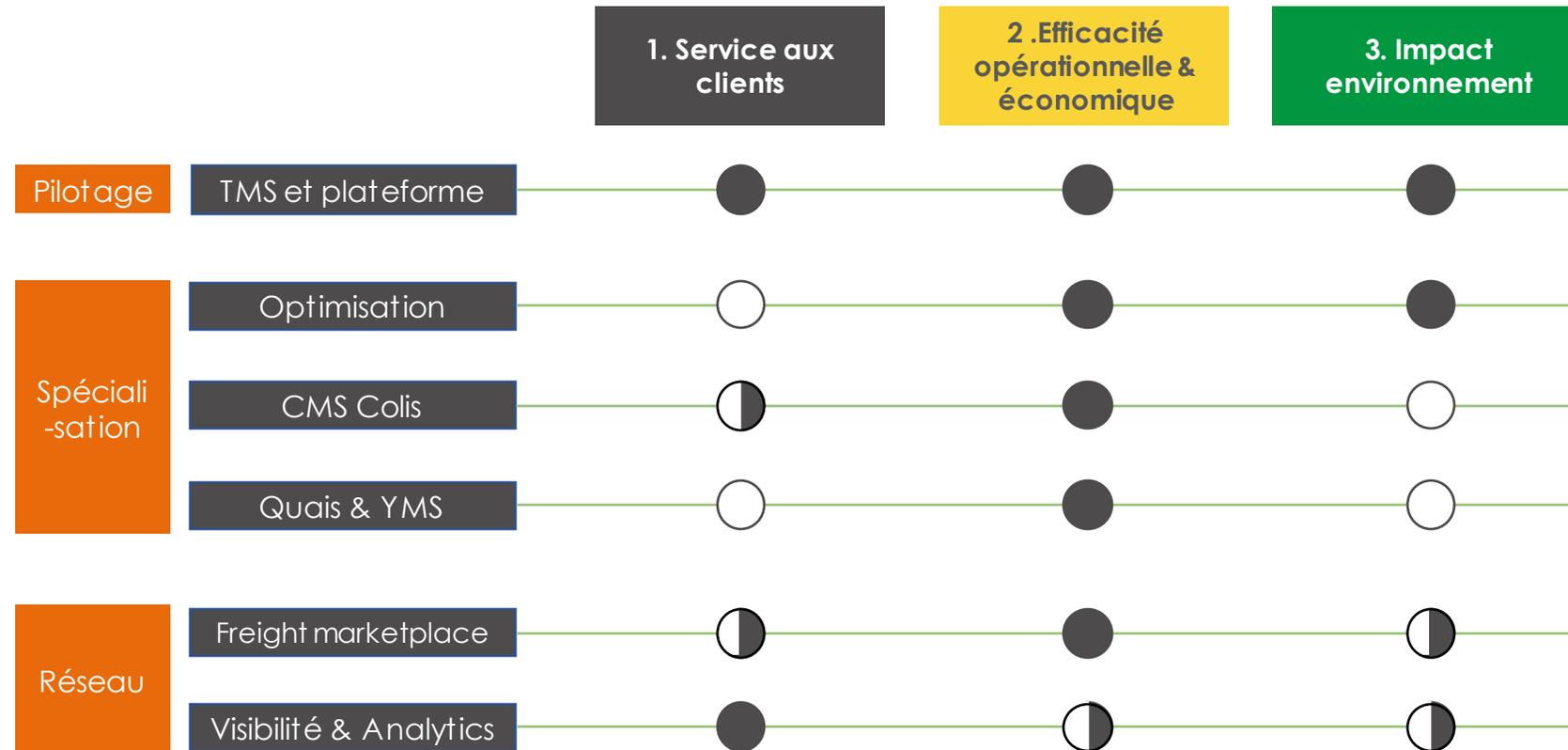
# Radars des solutions transport 1/2



# Radars des solutions transport 2/2



# Quel type de solution choisir selon son objectif de gain?



# Comment réussir le cadrage d'un projet SI transport ? Les prérequis



*Partir du  
besoin métier*



*Adopter une  
démarche progressive*



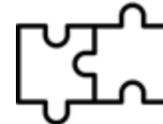
*Définir l'organisation  
et les processus cible*



*Vérifier la qualité  
des données*



*S'assurer de la  
disponibilité des  
ressources projet*



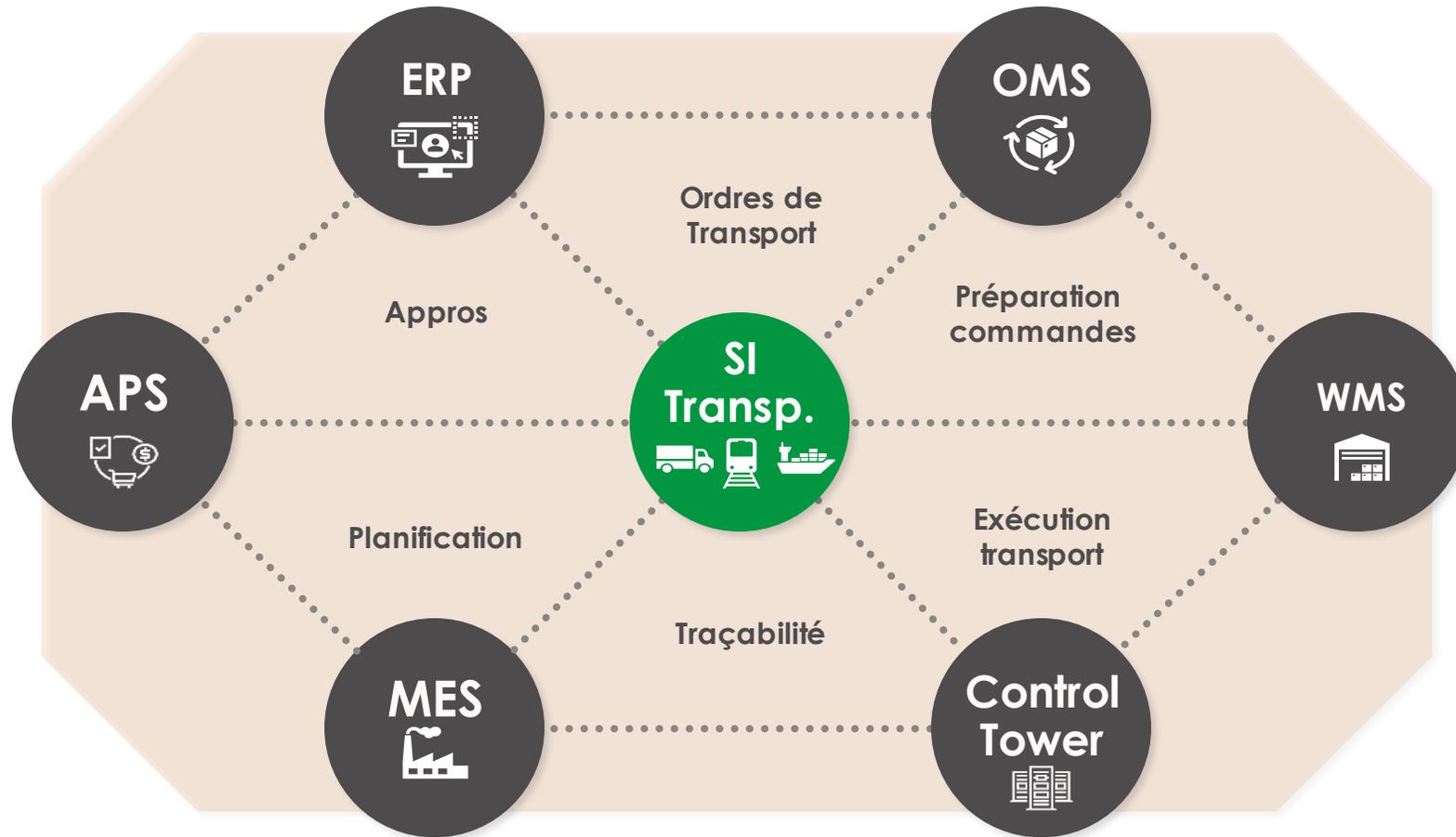
*Valider les capacités  
internes en matière  
d'intégration*



*Mobiliser les  
partenaires externes  
et notamment les  
transporteurs*



# Comment intégrer le transport dans un écosystème IT de plus en plus complexe et imbriqué ?



# Embarquer son écosystème de partenaires dans un projet de digitalisation du Transport

## Les freins existants

Une **maturité** très variable, une digitalisation **non homogène** des transporteurs, un large **éventail de solutions techniques** possibles, une complexité supplémentaire liée à la **sous-traitance**.

## Les facteurs clés de réussite



- Privilégier une approche 80/20, en commençant par embarquer les transporteurs **à plus fort volumes**
- Eviter l'effet 'Big Bang' et **procéder par étapes**, en progressant fonctionnalité par fonctionnalité
- Renforcer et faire évoluer le **partenariat** Transporteur / Chargeur
- Intégrer les échanges d'information dans les **contrats** et les **plans de progrès**
- Embarquer également ses **clients destinataires** ou ses **fournisseurs sur le flux amont**

# Les gains attendus pour convaincre une Direction Générale

## 1/ Catégorisation du gain opérationnel

- Réductions de coûts **directs**
- Gains **indirects** en évitant des coûts supplémentaires

### Gains directs

Réduction du budget transport

Réduction des distances

Réduction des erreurs de facturation

### Gains indirects

Respect de la promesse client

Productivité et lissage des opérations

Réduction des émissions de CO2

## 2/ Business case qualitatif

Des gains **qualitatifs** avec des retombées positives au-delà du transport

- Qualité des données
- Promesse client
- Meilleure gestion de ses transporteurs
- Capacité à centraliser et à fédérer

## Classement des fonctionnalités Transport par ROI attendu

1 Contrôle de facture ou pré-facturation

2 Bourse de fret / Optimisation achats

3 Optimisation groupage et tournées

4 Optimisation utilisation & chargement

5 Visibilité

# Un retour sur investissement généralement inférieur à un an

## Un retour sur investissement souvent inférieur à 1 an

1	Coûts directs	De 3 à 10 % de réduction du budget
2	Productivité	10 à 30 % de gain de productivité
3	Qualité de service	Des gains de taux de service de 1 à 5 %
4	Logistique durable	Réduction des émissions par produit transporté de 5 à 20%

# Les apports des solutions digitales pour réduire ses émissions de CO2

Des initiatives pour accélérer la transition vers une économie plus durable telles que '**Fret 21**'

Apports de la digitalisation : **recueillir et piloter la data** relative au calcul des émissions et améliorer la **performance**



**Taux de chargement**



**Distance parcourue**



**Moyens de transport**



**Achats responsables**

## Exemples de gain

- 10 % des flux en complet en rail-route = 350 tonnes de réduction GES
- 5 % des flux en motorisation alternatives au diesel = 100 tonnes de réduction GES

Pour rester connecté :

**LinkedIn :**

@FRANCE SUPPLY CHAIN by Aslog  
@France Supply Chain Team by Aslog

**Contact :**

[contact@francesupplychain.org](mailto:contact@francesupplychain.org)

ISBN : 978-2-915311-08-2

EAN : 9782915311082

