

# Supply Chain

by Agrostar

n° 4 - octobre 2003

LE SYSTÈME D'INFORMATION DE LA SUPPLY CHAIN ALIMENTAIRE

## ÉDITO



Pour ce dernier numéro de l'année 2003, nous vous proposons un "spécial filière produits de la mer". Cette filière met en œuvre 3% du tonnage des denrées alimentaires transportées en frais et connaît une croissance moyenne annuelle de près de 9% ! Les schémas logis-

tiques qu'elle recouvre sont certes complexes mais passionnants.

Les contraintes logistiques sont nombreuses : variabilité des prix et de la production, rareté des ressources françaises de la pêche, déséquilibres géographiques entre zones de production et zones de consommation, petits colis, sourcing atomisé, température entre 0 et 2°C, typologie de produits nécessitant une attention particulière, etc.

Le contexte est celui des flux tendus et du développement des flux internationaux sans oublier les exigences croissantes de maîtrise des coûts et de traçabilité depuis la zone de pêche.

Les réponses logistiques passent par des solutions de cartographie des flux logistiques adaptée à la filière et des solutions de standardisation des procédures. Les systèmes d'information collaboratifs permettent de réunir tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement et de conjuguer les différents cycles logistiques.

Le témoignage de Jacques LE CARDINAL, directeur de la filière des produits de la mer chez AUCHAN et les points de vue des différents intervenants que nous avons interviewés apportent les principaux éléments de réponse à une gestion logistique optimisée de la filière.

Qui plus est, les modèles de systèmes d'information, développés pour les produits de la mer, sont transposables à d'autres filières basées sur les cours du jour, comme celle des fruits&légumes. Celles-ci feront l'objet d'un prochain numéro.

Bonne lecture !

Serge Capitaine  
Président d'Agrostar



**AGROSTAR**  
Food • Supply Chain • System Solutions

## RÉPONSES LOGISTIQUES LOGIFISH

La solution qui pilote  
les flux produits de la mer

GRAND TÉMOIN

 Auchan

ACTUALITÉ  
Nouvelle codification  
des produits de la mer

PAROLES D'EXPERTS  
Tradimar

L'AGENDA  
Nos prochains événements



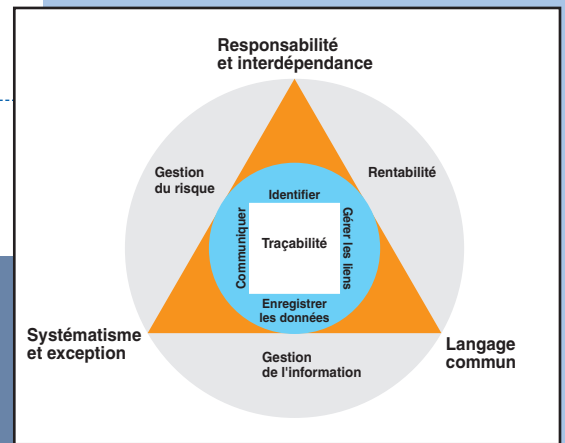
## Publication de la nouvelle codification nationale des produits de la mer

Gencod EAN France, structure chargée de définir, d'assurer la maintenance et de diffuser les standards EAN, va publier prochainement la version 3 de la codification nationale des produits de la mer.

Cette nouvelle version a été développée par le Groupe de travail Marée réunissant différents acteurs de la filière (mareyeurs, grossistes, industriels, transporteurs et distributeurs) afin de prendre en compte la nouvelle réglementation européenne sur l'étiquetage des produits de la mer. Ainsi chaque code fournira notamment, l'espèce, le mode de production ainsi que le pays de production

ou la zone de pêche. Cela permettra aux différents acteurs de la filière de disposer d'un référentiel commun des produits de la mer.

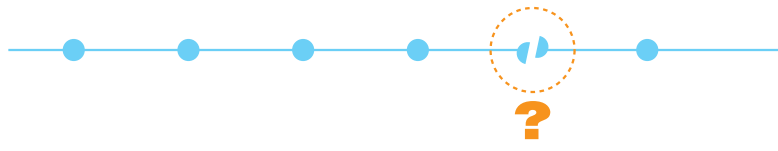
Cette publication constitue un préalable important à une amélioration des processus logistiques et commerciaux. En effet, les entreprises mettant en place la codification ne pourront bénéficier de ses avantages que dans la mesure où un nombre suffisant d'autres partenaires en auront fait de même. Cette généralisation peut se produire dans un délai relativement court si quelques acteurs prennent la



décision de lancer des pilotes pour démontrer le bien fondé de la démarche et fournir au secteur des éléments de résultats tangibles (aussi bien aux plans financier, qu'organisationnel) afin de convaincre les autres entreprises de s'engager dans cette voie.

Gencod EAN France souhaite accompagner ces entreprises pilotes en leur fournissant une assistance sur l'utilisation de la codification, du code à barres et de l'EDI et en effectuant la promotion des résultats auprès des organismes professionnels.

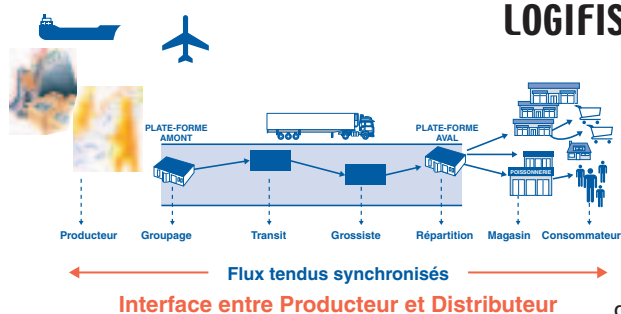
La traçabilité du maillon le plus faible détermine la traçabilité de toute la chaîne d'approvisionnement.



## RÉPONSES LOGISTIQUES



## LOGIFISH, la solution qui pilote les flux produits de la mer



### de la traçabilité complète de la chaîne.

L'architecture fonctionnelle de LOGIFISH place le serveur de données au cœur du processus. Cette place de marché privative relie tous les membres de la filière géographiquement dispersés :

- fournisseurs, producteurs, transformateurs,
- acheteurs/vendeurs des centrales et bureaux d'achats/ventes,
- points de ventes des réseaux de distribution,
- prestataires logistiques,
- comptables et contrôleurs de gestion,
- marketing.

L'information unique, enrichie au fil de l'eau, est accessible en temps réel et par profil personnalisé.

La suite logicielle LOGIFISH est composée de trois espaces distincts :

- le noyau LOGIFISH regroupant cinq fonctionnalités principales (Référentiel commun, Achats, Ventes, Logistique, Gestion),

Historiquement proche de Tradimar, l'un des principaux acteurs dans la logistique des produits de la mer en Europe, Axe Information, devenu Agrostar, a créé et développé un outil de pilotage des flux adapté aux contraintes spécifiques de ce marché. LOGIFISH est une solution complète, de l'achat en ligne à la relation avec le point de vente. Elle intègre tous les besoins d'échanges et de partages d'informations, indispensables aujourd'hui, à la synchronisation des flux physiques. **Fondé sur les nouvelles technologies et bâti autour d'un "portail collaboratif", LOGIFISH est garant**

- FRONTOFISH, espace internet d'échanges amont,
  - BACOFISH, espace internet de gestion de la relation client.
- Le portail collaboratif LOGIFISH, "One Stop Shopping" des produits de la mer, permet à une communauté organisée de piloter, du local à l'international, les 24 heures chrono du poisson !



jjbecker@agrostar.fr



## Les produits de la mer chez Auchan

### Des achats en environnement complexe et en flux tendu.

La ressource en produits de la mer varie en permanence ; ce sont des produits "cours du jour", c'est à dire des produits de capture et de production dont le prix fluctue quotidiennement. Leur sourcing est mondial, dans des zones de plus en plus éloignées, ce qui accentue les risques de ruptures. Les zones d'approvisionnement varient et les quantités



sont limitées dans un contexte mondial de pénurie.

Ces produits sont, par ailleurs, traités en flux tendus pour respecter leur fraîcheur et ne sont pas "Gencodé" à la différence des produits industriels...

**Autant de paramètres à concilier au quotidien pour le BAM (Bureau des Achats Marée) d'Auchan piloté par Jacques LE CARDINAL.**

Un défi quotidiennement relevé : en effet, chaque jour il faut trouver au national ou en importation le bon produit, en quantité suffisante, puis, affecter aux 650 points de vente du groupe servis par le BAM les quantités requises et ce dans un laps de temps record !



### Les 24 heures du poisson chez Auchan



## Le cas Auchan – Produits de la mer

### Contexte

Après le rachat de Docks de France (France et Espagne) dans le cadre de sa croissance externe, le groupe Auchan souhaite refondre et homogénéiser son système de pilotage des flux produits de la Mer. **La solution doit être un outil métier capable de piloter l'import et l'international**, (dans un contexte de sourcing mondial), **doit fonctionner en réseau** (intégration du BAM Espagne) et **assurer une fiabilité sans faille** (application classée critique).

### La démarche

En 1995, des choix organisationnels sont opérés et regroupent à Lille les bureaux d'achat historiquement implantés sur 3 sites Strasbourg, Tours et Lille. La solution

LOGIFISH, initialement mise en œuvre chez Docks de France est étendue à l'ensemble du nouveau périmètre permettant, par son mode collaboratif fondé sur les nouvelles technologies, de gérer à distance et de façon synchronisées les activités du BAM français. Ainsi, le BAM de Tours n'est pas physiquement déménagé et constitue alors un bureau d'achat virtuel parfaitement synchronisé avec celui de Lille.

En 1998, la nouvelle version permet la mise en réseau du BAM Espagne. Le projet est mené par Jacques LE CARDINAL qui permet alors au groupe AUCHAN d'atteindre ses objectifs en se dotant d'un outil capable de gérer la filière marée à l'échelle européenne. **"On l'a rêvé, LOGIFISH l'a fait" souligne-t-il.**

### Les achats produits de la mer Auchan en chiffres :

- ➔ 32 500 lignes de commandes traitées par jour simultanément dont les 2/3 en 45' entre 7h15 et 8h00 du matin
- ➔ 2 à 3% du CA du magasin
- ➔ 18 personnes en France
- ➔ 14 plates-formes
- ➔ 2 Bureaux d'Achats Marée (BAM) en réseau : France et Espagne
- ➔ Autour de 650 clients servis quotidiennement en Europe
- ➔ Depuis la France, gestion des magasins en France - Luxembourg et Europe de l'Est : Hongrie, Pologne, Russie – Moscou.
- ➔ Depuis l'Espagne, gestion des 150 magasins espagnols ALCAMPO et SABECO

Jacques LE CARDINAL  
Directeur de la filière  
produits de la mer



### Les résultats obtenus

- La création d'une organisation unique pour traiter import et le national
- BAM virtuel sur plusieurs sites
- 18 personnes en France pour gérer 500 magasins et plus de 25 000 lignes de commandes quotidiennes
- Temps réel et effet réseau permettent d'avoir la synthèse instantanée de l'évolution du marché au niveau mondial
- Une traçabilité informatisée et opérationnelle des colis avec capacité à intégrer les futurs décrets de la loi sur la sécurité alimentaire
- Une dynamique d'accompagnement du groupe AUCHAN dans son développement et ses nouvelles implantations
- Un délai de mise en œuvre rapide < 1an sur l'ensemble du groupe
- Des magasins satisfaits !
- ...



Pierre Guyot



Étienne Blondel

## Le marché des produits de la mer est une course permanente après le temps.

Un produit pris en charge dans un port le lundi doit être en rayon de l'autre côté de l'Europe le lendemain matin.

L'approvisionnement depuis l'Europe vers la France est réalisé en 24 heures, et grâce aux aéroports, depuis toute origine internationale sous 48 heures.

Ce marché pénurique oblige les principaux acteurs de la filière à élargir leur champ d'action vers de nouveaux sourcings.

L'équation est complexe, il faut trouver le produit de plus en plus loin, dans des quantités amoindries, donc, au départ de différentes zones de pêche ou de production qui bougent. Les zones de livraison ont des horaires inamovibles. Les coûts sont de plus en plus serrés. Et il faut, au-delà de tout ceci, maintenir une qualité de produit identique, correspondant à l'attente des consommateurs.

## La réponse de Tradimar :

Des partenariats se créent entre producteurs et mareyeurs pour permettre de s'assurer des volumes nécessaires en matière première, pour optimiser les outils de production, massifiant ainsi les expéditions sur des points stratégiques et permettant de rationaliser les coûts logistiques.

Tradimar doit donc en permanence s'assurer de l'évolution des partenariats qui s'opèrent au sein de la filière, afin d'être proactif dans la création des nouveaux schémas logistiques.

## L'approche du logisticien des produits de la mer doit être "glocale", c'est à dire une vision globale du marché pour une réponse locale.

Cette adaptabilité constante impose à Tradimar une rigueur dans la gestion de ses trafics et une vision transparente à travers ses applications informatiques et notamment celle du transport. Pour la logistique d'exécution, Tradimar utilise LOGIFISH plate-forme.

Par ailleurs, la complexité de l'organisation transport, l'éloignement et l'explosion en nombre des zones d'approvisionnement imposent une traçabilité des produits de plus en plus pointue.

## De l'ère de l'information à la craie à celle de l'étiquette EAN...

Actuellement, seules les entreprises les plus importantes gèrent déjà leurs envois en traçant leurs produits. Cette évolution dans le partage de l'information permet aux acteurs de la plate-forme de gagner en productivité soit par anticipation des informations liées à la volumétrie (l'organisation de la plate-forme avant même de recevoir les produits), soit par le partage de l'information sur le routage d'un colis faisant partie d'un ensemble : en clair, la palette est-elle homogène ou hétérogène, et, doit-on allouer un ou plusieurs colis ?

Toutes les informations sont contenues dans l'étiquette apposée par le producteur, l'agent sur plate-forme n'ayant plus qu'à lire les instructions que lui annonce son pistolet laser.

Les évolutions des outils de traçabilité qui se cristallisent de plus en plus vont permettre, dans les mois et les années à venir, de détenir toutes les informations de vie du produit sur les différents cycles de la supply chain, améliorant de fait la fluidité du poisson jusqu'aux assiettes du consommateur !

## La logistique des produits de la mer doit être "glocale"



# TRADIMAR RESEAU

## A propos de Tradimar

Tradimar est le pôle produits de la mer du groupe Stef-TFE.

Le rôle de Tradimar consiste à créer physiquement chaque jour les liens entre les professionnels des produits de la mer, qu'ils soient importateurs, mareyeurs, grossistes ou distributeurs.

Tradimar représente aujourd'hui :

- 11 filiales qui assurent plus de 12000 connexions transport quotidiennes à travers la France, le Royaume Uni, l'Italie, l'Espagne, le Bénélux mais aussi des liaisons sur l'Allemagne, l'Autriche et quelques pays de l'Est.
- 1100 collaborateurs pour un parc de près de 450 véhicules.

Tradimar, c'est aussi un maillage entre des flux overseas au départ de plus de 20 aéroports européens et les transports routiers des différentes plates-formes.

Contact : [chmillot@tradimar.fr](mailto:chmillot@tradimar.fr)

## PROGILOG

Au CNIT La Défense  
Les 26 et 27 novembre  
STAND D25

Agrostar animera également 3 ateliers. Organisez d'ores et déjà votre rdv en nous contactant au 02 97 81 67 28

## Conférence NEORESTAURATION

"Logistique et systèmes d'information au service de la RHD"

Salons Hoche à Paris  
Le 4 novembre 2003

## Congrès de L'ASLOG 2004

Présentation et témoignage sur le pilotage de l'exécution des commandes.

Rennes, 21 et 22 janvier 2004

## Contacts

[anne.jan\\_lucas@agrostar.fr](mailto:anne.jan_lucas@agrostar.fr)

octobre 2003  
Directeur de la publication Serge Capitaine  
Rédaction Anne Jan-Lucas  
Conception graphique Agence Réseaux  
Crédit photos Agrostar, Agence Réseaux,  
Sucré-Salé / M. Roulier

735, rue Jacques Ange Gabriel  
56850 CAUDAN  
Tél : 02 97 81 05 84  
Fax : 02 97 81 45 75  
[www.agrostar.fr](http://www.agrostar.fr)  
[g\\_contact@agrostar.fr](mailto:g_contact@agrostar.fr)



Food • Supply Chain • System Solutions