

L'externalisation pour répondre aux défis de la Supply Chain Textile face aux nouveaux comportements des consommateurs par Hervé Maerten, Directeur Commercial de New Vogue Logistique.

Accélération des collections, multiplication des points d'expédition, développement du web to store et exigences de rapidité et d'économies sur la livraison, les enseignes textile doivent relever de nouveaux défis logistiques pour développer une véritable approche « cross canal ». Elles doivent y répondre pour satisfaire les consommateurs et développer leurs ventes, tout en maîtrisant leurs coûts logistiques et transport. La logistique externalisée, gage d'agilité et de mutualisation des flux, nous semble une réponse appropriée pour bénéficier de l'expertise métier d'un spécialiste, gagner en flexibilité et en maîtrise des coûts. Ce recours à la logistique externalisée s'adresse à tous les acteurs du textile, du « prêt à porter » au « sur mesure », notre spécialité comme Artisan Logistique !

Une gestion des flux toujours plus complexes et divers – Pour répondre aux changements des comportements des consommateurs, les enseignes textile doivent gérer des process et flux toujours plus hétérogènes. Les collections se renouvellent au fil de l'eau au delà des traditionnelles gammes été/hiver, les références se multiplient ce qui impactent la distribution, la préparation de commandes et l'approvisionnement. A cela s'ajoute la multiplication des points d'expédition, résultat d'un circuit de distribution étendu – ponts de vente en propre, boutiques multi-déposants, agents – et de l'essor des marketplaces. Enfin, la diversité des livraisons, toujours plus agiles, rapides et économiques, compose le dernier mètre, facteur de différenciation et satisfaction. Ainsi, le prestataire doit véritablement s'appropriier les attentes des consommateurs de l'enseigne afin de garantir les services logistiques les plus conformes à la rapidité et la proximité recherchées. A ce titre, il doit parfaitement maîtriser les process, les flux, et donc les données.

Des prestations sur mesure pour plus de réactivité et de maîtrise des coûts – La logistique du textile est par essence divers : elle varie selon le profil et le circuit de distribution de l'enseigne, son sourcing et stratégie « cross canal ». L'externalisation logistique doit être réfléchi et formalisée dans un cahier des charges où les objectifs sont clairement définis, de l'optimisation des coûts à la délégation de personnel en passant par les exigences de services. Outre une organisation logistique conforme au modèle « cross canal » recherché, le prestataire permet à l'enseigne de connaître précisément les prix d'entrée et de sortie, de contrôler ses frais d'approche, d'accélérer les préparations de commandes, de mutualiser les ressources en cas de pic d'activité et de supprimer les coûts cachés – assurance, formation, défauts, erreurs. De plus, le prestataire peut également aller au bout du circuit, en se chargeant de l'optimisation de la démarche textile.

Une montée en puissance de la Reverse Logistics, un gisement d'économie – La Reverse Logistics représente aujourd'hui un axe stratégique pour les enseignes du prêt à porter qui

subissent en moyenne entre 15% et 20% d'inventus. En plus d'optimiser les coûts logistiques de la gestion des retours devenu un argument de vente, les enseignes doivent pouvoir s'appuyer sur un prestataire capable d'ajouter de la valeur ajoutée pour réinjecter les produits dans un autre circuit de distribution – enseignes de déstockage, magasins d'usine, marketplace. Une nouvelle fois, le prestataire logistique doit être en mesure de pouvoir piloter précisément les flux et les process des plus traditionnels aux plus spécifiques – reconditionnement voire de réparations à la pièce -, selon les prix les plus justes.

Des tendances qui émergent : relocalisation, customisation et réduction de la période des soldes – Toujours dans la lignée d'accompagner les nouveaux comportements d'achats des consommateurs, on assiste aujourd'hui à de nouvelles tendances, qui peuvent croître dans les prochaines années. Le parcours du client se modifie, il recherche plus de proximité ; le « made in France » devient une nouvelle opportunité pour les enseignes. La personnalisation voire la customisation pour rendre unique le produit se développe, tendance majeure ou effet de mode ? Les soldes, qui impactent fortement les réappro et les retours surtout dans l'e-commerce, devraient connaître une nouvelle dynamique, avec le projet de l'exécutif de les réduire à quatre semaines en 2019. Les enseignes doivent pouvoir s'appuyer sur un prestataire logistique qui soit en mesure d'intégrer ses tendances et les traduire en process et flux logistiques efficaces.

Ancien confectionneur reconverti en prestataire logistique expert situé à Lille, nous sommes persuadés que l'externalisation des prestations logistiques prendra de l'ampleur. Elle permet aux enseignes de textile de se concentrer sur le cœur de métier, tout en optimisant leur logistique qui se doit être agile et rigoureuse. Afin de conjuguer la logistique à fluidité, agilité et compétitivité, nous avons fait le choix de l'intelligence métier avec des responsables d'exploitation qui connaissent les spécificités de ce secteur et de la solution logicielle BEXT d'Influx, qui optimise de « bout en bout » notre chaîne opérationnelle logistique, multi-déposants et multi-clients, des process aux flux.