

# La gestion des stocks s'optimise

En conduisant les enseignes à gérer leurs stocks en flux tendus, la récession les incite à s'équiper de solutions permettant d'optimiser leurs réassorts.



**MAGASIN EQUIPÉ D'UNE SOLUTION CEGID.**

La nouvelle suite logicielle Next de l'éditeur comporte des modules de gestion des assortiments, qui ont notamment séduit la chaîne Canelle Lingerie désireuse de réduire ses stocks résiduels. **DK**

**C**ONFIER la gestion des réassortiments et des approvisionnements à un système informatique n'est pas une démarche naturelle pour de nombreux professionnels de la mode. Hervé Ghoris, consultant expert métier chez *Cylande*, en convient. Les premiers projets intégrant les systèmes d'aide à la décision en matière d'approvisionnement sont nés il y a cinq ou six ans et se mettent progressivement en place. «*Les enseignes grossissent. A partir de 50 magasins, il devient très utile d'avoir recours à ces outils*», estime-t-il. Ces solutions de pilotage sont également très utiles en temps de crise, quand il s'agit de gérer les stocks en flux tendu. «*Nous sommes très consultés sur ces sujets aujourd'hui*», constate de son côté Nicolas Peraldo, responsable du développement du secteur mode et distribution textile chez *Txt e-solutions*, éditeur de solutions de gestion de la demande et de la supply-chain. «*Les grandes enseignes veulent des retours sur investissement rapides. Ces outils donnent des résultats immédiats*».

Point commun à tous les utilisateurs de ces solutions informatiques de l'approvisionnement : la centralisation des organisations. «*Le responsable en magasin n'est plus chargé de la réception des produits, de leur mise en rayon et de leur vente. Les données sur les ventes remontent généralement la nuit. Le système gère les réassorts et peut, avec des calculs complexes, émettre des suggestions si telle ou telle référence fonctionne bien, proposer de remplacer un produit ou suggérer de le mettre ailleurs*», précise Nicolas Peraldo. Il est aussi capable de gérer les pénuries et d'attribuer un stock à un magasin en rupture en fonction de son potentiel de vente. «*Dans*

*le luxe, certaines boutiques ne recevront jamais le produit. Cette gestion de la pénurie est parfois organisée*», souligne Nicolas Peraldo.

## Alertes

En centrale, l'approvisionneur n'a plus qu'à se concentrer sur les paramètres et les alertes délivrés par l'outil informatique. Ce dernier extrapole la courbe de vie d'un produit, calcule le stock idéal, anticipe les réassorts, décide des implantations des différents thèmes des collections en tenant compte des zones géographiques où sont implantés les magasins. Mais quand l'été indien se prolonge, comme ce

fut le cas cet automne en France, son «intelligence» a des limites. «*Dans ce cas, c'est l'intelligence de la cellule d'approvisionnement qui prend le relais et qui peut décider de pousser des produits intermédiaires*», admet Nicolas Peraldo.

*Txt e-solutions*, qui s'est spécialisé dans ces sujets, équipe quelques grands noms du luxe mais également *Auchan* pour son textile, *Dpam* et *Okaidi*. Mais l'éditeur est aussi concurrencé par les éditeurs de solutions de gestion des points de vente, qui ont quasiment tous développé leurs systèmes d'aide à la décision. *Raymark* propose dans sa solution *X-Perf Series* une fonction de recherche d'un article en spi-

rale qui, pour le magasin qui le réclame, aide à trouver l'article disponible le plus proche. «*Le système envoie un ordre automatique à l'entrepôt central pour que cet article soit réservé. Ces fonctions sont disponibles dans notre module X-Perf Replenisher*», précise Jean-François Codron, vice-président corporate Europe de *Raymark*. Un nouveau module, *X-Perf Vision*, capable de réaliser des projections de vente, est en test chez un client. Il gère les réassorts non seulement en fonction des historiques de vente d'un article mais aussi en prenant en compte des critères de mode (une tendance forte, comme une couleur de la saison, par exemple).

Chez *Cylande*, un système baptisé *Siad* (pour système informatique d'aide à la décision) est totalement intégré à son offre de gestion de point de vente. «*Il répond à plusieurs objectifs : analyser et piloter, optimiser l'approvisionnement, anticiper les réapprovisionnements et maîtriser l'approvisionnement*», explique Hervé Ghoris. Le système se base sur les historiques des ventes et apporte également de nombreux indicateurs. Il analyse par exemple les taux de rupture ou ce qui aurait pu être vendu si le stock avait été disponible au bon moment et au bon endroit. Il permet aussi d'identifier les meilleurs articles, les 20% qui font 80% du chiffre. «*Le but est toujours de présenter le bon assortiment, la bonne quantité, ne pas avoir de surstock, optimiser la marge et diminuer le stock résiduel*», indique Hervé Ghoris. *Toutes ces contraintes sont automatisées*».

*Retail Pro*, distribué notamment par *MX Data* en France, s'appuie de son côté sur des calculs de valeurs minimales et maximales pour proposer des commandes aux magasins. «*C'est un paramétrage assez fin qui calcule des valeurs à prendre en compte, comme la quantité minimale à présenter en fonction des ventes réalisées*», explique Gilles Domenech, dirigeant de *Mx Data*. L'outil est également capable d'analyser les ventes perdues.

*Cegid* propose de son côté, dans sa nouvelle gamme *Next*, une suite logicielle interoperable avec les autres systèmes du marché et comportant plusieurs modules intelligents comme des modules de gestion des assortiments. Ce dernier a été adopté par *Canelle Lingerie*, qui souhaite réduire ses stocks résiduels et suivre les collections du début jusqu'à la fin du cycle. D'autres modules de pilotage métier ont été développés pour l'approvisionnement des boutiques mais aussi des entrepôts en amont.

«*L'objectif de ces outils, c'est d'être toujours plus réactif en fonction des meilleures ventes*», indique le responsable informatique d'une enseigne qui déploie le nouveau module *Advanced Replenishment*, destiné à approvisionner les entrepôts. «*Avant, nous avions un niveau de stock défini au préalable par les magasins. Avec cet outil, on peut aussi retenir le stock à l'entrepôt afin de l'allouer aux magasins qui vendent le plus. C'est-à-dire répondre aux réalités du terrain et faire des allocations en fonction des ventes*».

Les solutions pour le textile commercialisées par la société *3 Li* en France se basent quant à elles pour l'ensemble de ces analyses sur le progiciel de gestion intégré *Microsoft Dynamics Nav*. «*Le fait d'être adossé à un Erp rend l'information unique et disponible pour l'ensemble des services, de la gestion de la production jusqu'au pilotage des magasins*», explique Patrick Thieffine, dirigeant de *3 Li*. Il n'y a pas besoin de développer des interfaces entre différents modules. Et notre solution est également nativement internationale, ce qui est un plus pour les enseignes qui ont des magasins à l'étranger.»

CATHERINE PETTI ●



**GILLES DOMENECH (MX DATA).**  
«*Notre solution calcule et ajuste la quantité minimale à préserver en fonction des ventes*». **DK**



**PATRICK THIEFFINE, DIRIGEANT DE 3 LI.**  
Ses solutions de gestion se basent sur le progiciel *Microsoft Dynamics Nav*. **DK**