

MONOPRIX

UNE GESTION PLUS FINE POUR RÉDUIRE LES STOCKS

AFIN D'OPTIMISER LA PERFORMANCE DE SES MAGASINS, MONOPRIX S'EST APPUYÉ SUR CSC POUR DÉVELOPPER UNE APPLICATION DE BACK-OFFICE INNOVANTE. À MI-CHEMIN D'UN DÉPLOIEMENT D'UNE AMPLÉUR INÉDITE, L'ENSEIGNE MESURE DÉJÀ SUR SES STOCKS ET SUR SES VENTES LES BÉNÉFICES D'UN PROJET MENÉ AVEC RIGUEUR.



Désireux de toujours rendre un meilleur service à ses clients tout en optimisant son organisation, Monoprix envisage dès 2004 d'innover en adoptant une gestion dite « unitaire ». En permettant de connaître et d'ajuster en permanence les quantités disponibles de chaque article à l'unité près, celle-ci offre les conditions d'une gestion plus fine, avec une meilleure visibilité, une anticipation accrue et des possibilités d'optimisation nouvelles. Cependant, une telle évolution touche de nombreux processus (commandes, réception, réapprovisionnement, stocks...). Or, à cette époque, le logiciel chargé du

back-office des magasins est vieillissant et incapable d'accompagner une telle démarche. Dans le respect du schéma directeur établi préalablement, la première étape de la transformation du système d'information consistera donc à remplacer l'application existante par un outil adapté aux nouveaux enjeux.

UN DOUBLE RÔLE POUR CSC

Approuvé par le comité exécutif en juillet 2005, le projet Sequoia débute en novembre. Piloté par la direction des ventes, qui en est le sponsor métier, ce projet très transversal implique de nombreux acteurs internes, comme

Les magasins Monoprix proposent une offre riche dans tous les univers, dont le textile.

les directions achats ou la logistique. Il s'agit pour Monoprix d'un chantier d'une ampleur inédite puisqu'il touche à son cœur de métier et qu'il doit, à terme, concerner chacun de ses 300 magasins. L'entreprise fait alors appel à CSC, qui tiendra deux rôles : il assistera la maîtrise d'ouvrage pour épauler la direction de l'organisation sur le pilotage du projet et la préparation de la conduite du changement, et il interviendra auprès du département études marchandises de la DSI, en maîtrise d'œuvre déléguée. Quant au progiciel retenu, il s'agit de GOLD Shop d'Aldata, une solution spécialisée pour la distribution.

FOCUS

MONOPRIX, LE LEADER DU COMMERCE DE CENTRE-VILLE EN FRANCE

Présent dans 85% des villes de plus de 50 000 habitants, Monoprix est le leader du commerce de centre-ville en France. En complément de son enseigne traditionnelle, le Groupe développe des concepts inédits en France afin de répondre aux nouveaux besoins de la vie citadine. En 2005 sont lancés Monop', un magasin d'hyperproximité qui répond aux besoins du quotidien, et beauty monop, dédié à la beauté. Dernière-née des enseignes Monoprix, dailymonop' allie restauration rapide et ultrafraîcheur. Depuis le 15 septembre 2008, le Groupe a lancé son site de vente en ligne Monoprix.com, accessible dans un premier temps à Paris et proche banlieue. Monoprix est détenu à parts égales par Casino et le groupe Galeries Lafayette.

Les six premiers mois sont consacrés à la conception générale du nouveau système, qui sera centralisé, contrairement à son prédécesseur. « Outre la rationalisation de l'exploitation, cette architecture permettra des vues consolidées. En revanche, elle demande de redoubler de précautions en matière de sécurité et de disponibilité du système », souligne Benoît Frémaux, directeur des flux de Monoprix. Le paramétrage et le développement de quelques fonctionnalités spécifiques se déroulent de mars à novembre 2006. Après une rigoureuse phase de tests, un premier pilote est déployé dans le magasin de La Celle-Saint-Cloud, en banlieue parisienne, en mars 2007. Choisi pour sa taille modeste, afin de limiter les impacts, sa proximité du siège et sa représentativité des métiers de Monoprix, ce magasin est, de plus, dirigé par une équipe très motivée à l'idée d'expérimenter le nouvel outil.

UN PILOTE RICHE D'ENSEIGNEMENTS

Préparé avec grand soin et mobilisant d'importantes ressources, le pilote ne tarde pas à fournir de précieux enseignements. Avec son interface Web, l'outil est facilement pris en main par les utilisateurs, et la gestion unitaire apporte rapidement les résultats escomptés en matière d'optimisation des stocks. « Sur certains produits, nous avons, par exemple, constaté que nous avions l'équivalent de deux mois de ventes sur la surface de vente, alors que deux semaines sont largement suffisantes », rapporte Benoît Frémaux. L'usage met également en évidence la nécessaire amélioration de la qualité du référentiel de données. « Avec la multiplicité de domaines à la gestion très spécifique, comme le textile, le



maquillage ou les produits frais, les derniers réglages ont été très délicats », note David Kott, manager chez CSC et responsable du projet. Rien, toutefois, qui n'entraîne la fermeture du magasin ou la baisse de son chiffre d'affaires, ni même de conséquences visibles par la clientèle.

DES BÉNÉFICES IMMÉDIATS

Après un deuxième pilote, le déploiement global de la solution commence. Il concerne 14 magasins à la fin 2007, 135 à la fin 2008, et il devrait s'achever à la fin 2009, tant pour les enseignes propres que les affiliées. Ce déploiement progressif permet d'accompagner les équipes locales avec des cycles de formation adaptés et approfondis. Une comparaison entre les magasins équipés du nouveau système et ceux restés sur l'ancien fait apparaître une baisse des « non-ventes » et des ruptures en linéaire. À ces bénéfices quantitatifs s'ajoutent des bénéfices qualitatifs, comme pour la gestion de la casse, ce qui permet de prendre les mesures adéquates. Cependant, le principal motif de satisfaction est

LES CHIFFRES

Plus de
300
magasins

20 000
collaborateurs

4
enseignes

3,6 milliards d'euros
de chiffre d'affaires en 2007



« Pas un magasin ne souhaiterait revenir en arrière. »

BENOÎT FRÉMAUX,
DIRECTEUR DES FLUX, MONOPRIX

l'adoption sans réserve de l'outil par les utilisateurs. « Les enquêtes montrent que pas un magasin ne souhaiterait revenir en arrière, et ce sentiment est partagé de la direction aux réceptionnaires », se félicite Benoît Frémaux. Avec de tels résultats, le projet Sequoia est un incontestable succès. Benoît Frémaux l'attribue notamment à l'esprit d'équipe qui a animé de bout en bout l'ensemble des acteurs : « Dans toutes les directions concernées, chacun s'est impliqué, avec la réussite du projet comme seul objectif. CSC s'est parfaitement intégré à cette dynamique, nous apportant de surcroît les outils et les méthodes qui ont permis de structurer et de cadencer la démarche. »

CONTACT

DAVID KOTT // dkott@csc.com