

# TRANSPORT MANAGEMENT SYSTEM VOUS AVEZ UN NOUVEAU TMS

**LE VASTE MARCHÉ DES SOLUTIONS DE GESTION DES TRANSPORTS EST TIRÉ PAR LA RECHERCHE D'UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES COÛTS DE SES TRANSPORTS, PLUS QUE JAMAIS D'ACTUALITÉ. AVEC UN PÉRIMÈTRE FONCTIONNEL À GÉOMÉTRIE TRÈS VARIABLE ET UNE SEGMENTATION DE L'OFFRE QUI S'EFFACE, LE NOUVEAU VISAGE DES TMS VEUT CERNER UNE DEMANDE AUSSI VARIÉE QUE COMPLEXE.**

## ■ INVITÉ

Fabrice Horbaczewski,  
adjoint à la direction  
générale d'Ingrif

## ■ ENQUÊTE

Vous avez un nouveau  
TMS

C'est avec toute son habituelle sobriété que la dernière étude Gartner sur les TMS pointe du doigt, sur la carte des systèmes d'information, l'île au trésor. L'étude indique que le marché mondial des TMS génère un revenu en constante progression, de plus de 15% par an depuis quelques années. En 2012, il devrait atteindre 963 millions de dollars, soit plus de 700 millions d'euros. Presque deux fois plus qu'en 2007 (538 millions de dollars, presque 400 millions d'euros). Une vraie mine d'or.

## ELDORADO

Et le marché aurait pu être encore plus porteur, sans une crise qui a gelé certains investissements informatiques : «Le contexte délicat des années 2008 et 2009 a poussé certains clients potentiels à l'attentisme», explique Pierre-Jacques Evrard, consultant Supply Chain Management Senior, spécialisé dans le transport chez **Acteos**. Et quand ils n'attendent pas, c'est qu'ils ont déjà bénéficié des réductions de tarifs consenties par des transporteurs en difficulté». Bref, pour Alexandre Morel, directeur commercial pour cette même société, c'est clair, «l'explosion aurait pu être bien plus conséquente. La demande devrait croître cette année, avec une hausse du coût du carburant dans le viseur. D'ailleurs, nous n'avons jamais eu autant de projets!» Et ce n'est pas le seul éditeur de TMS à s'en vanter : Jean-Marie Laine, depuis plus de quinze ans à la tête de Gols, prétend

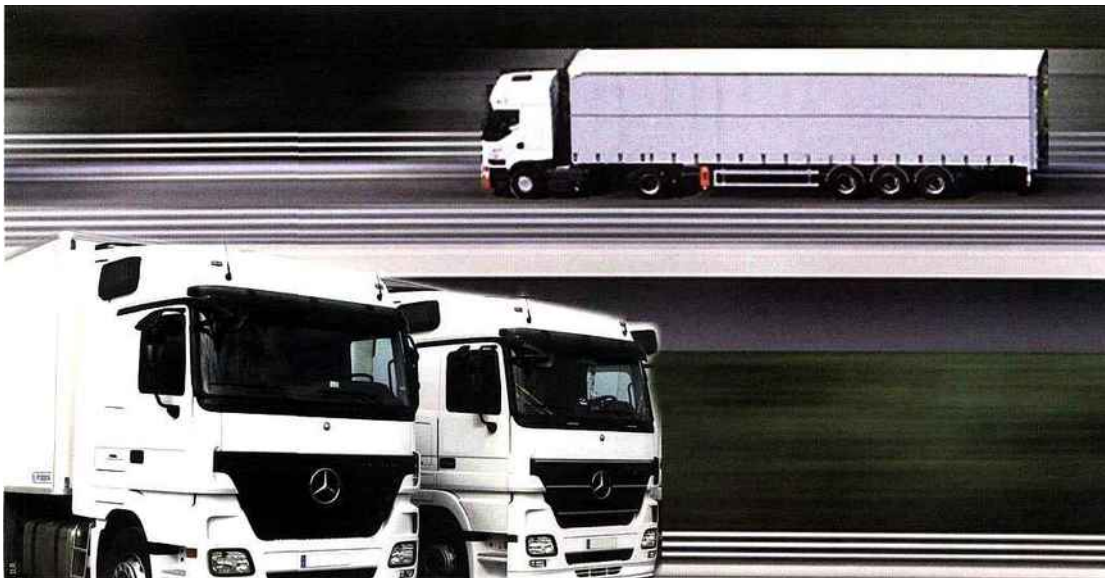
«faire deux démonstrations par semaine, contre deux par an il y a cinq ans». Jérôme Bour, le Pdg de DDS Logistics, 20 ans de recul sur ce marché, prétend «n'avoir jamais vu autant de dossiers». Chez RedPrairie, c'est simple : s'il n'y avait aucun client pour ce progiciel dédié à la gestion des transports en 2008, deux contrats d'envergure ont depuis été signés, avec Sanofi et Lacat. Leur directeur France, Dominique Monier, remarque d'ailleurs que «le marché doit avoir du potentiel, puisqu'on en voit encore apparaître de nouveaux acteurs». Ce n'est en effet pas son ancien collègue Ottavio Rivelli qui le démentira : directeur France de RedPrairie jusqu'à peu, il est désormais directeur général France d'Inconso, éditeur allemand et nouvel entrant sur le marché français du TMS.

## FREIN OU ACCELERATEUR ?

Loi Perben sur le prix du carburant, Grenelle de l'environnement et ses conséquences, les idées de «taxe carbone», d'éco-taxe ou de péage urbain, peur de la hausse d'un coût de carburant au redoutable comportement erratique, etc. : la maîtrise des coûts du transport, représentant en moyenne 7% des dépenses d'une entreprise, et la moitié des coûts dits logistiques (selon Gartner), est un enjeu d'actualité. Cela peut sembler paradoxal, mais c'est le contexte qui est ambivalent : d'un côté, la crise a pu freiner certains investissements dans l'informatique, mais de l'autre, les lois et les incitations à la «reprise verte» sont de véritables accélérateurs pour ces solutions qui cumulent des promesses très recherchées : allier l'écologie à l'économie dans le cadre d'une amélioration de la gestion de ses transports.

La comparaison avec son cousin le WMS fait apparaître un autre vecteur de croissance : «C'est un marché de renouvellement pour les WMS, et d'équipement pour les TMS», résume Dominique Monier. Une nuance de taille, alléchante. Selon les estimations recueillies auprès des éditeurs interrogés ou de consultants extérieurs, il resterait les deux tiers du marché à équiper. Au moins. Bien placée pour confirmer cette différence avec les WMS, Evelyne Raynaud, directrice commerciale France chez a-SIS, qui édite les deux progiciels, juge le marché des «TMS pas du tout aussi mûr que celui





des WMS, car il reste encore beaucoup d'évangélisation à faire» Même sentiment chez Genex qui développe aussi les deux solutions en comparaison avec le WMS, Christophe Deflorenne, chef de produit TMS, admet que «les demandes ne sont pas encore totalement arrivées à maturité, même si elles ont énormément mûri ces dernières années avec des cahiers des charges plus clairs, renseignés et réalistes» Pour Ottavio Rivelli, qui a longtemps été chargé de la vente de ces deux logiciels au sein de plusieurs sociétés, «il y a beaucoup moins de croissance sur le marché des WMS, que sur celui des TMS, qui a encore de beaux jours devant lui »

### À CHACUN SON TMS

Mais derrière la dénomination commune TMS se cachent des solutions adressant des cibles bien différentes Christophe Deflorenne file la comparaison avec le WMS «le périmètre du transport est différent, peut-être plus vaste que celui de l'entrepôt, dont l'environnement est aussi mieux connu, et mieux maîtrisé » C'est sans doute ce qui le pousse ensuite à affirmer qu'il y a «autant de besoins différents en transport que d'utilisateurs de TMS» Ce ne sont pas les cas clients de ce dossier (cf pages suivantes) qui vont démontrer le contraire

Face à cette diversité, les TMS sont traditionnellement divisés en deux catégories les solutions pour les chargeurs et celles pour les transporteurs (intégrant

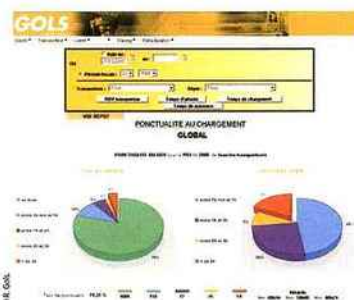
les optimisations d'itinéraires et la gestion de flotte) La première vise les acheteurs de transport, ce qui regroupe déjà des métiers et des problématiques transport aussi vastes que différents prestataires logistiques 3 ou 4PL, commissionnaire de transport, mais aussi industriels, etc Boostées par la pénétration de l'informatique embarquée (cf JdL 69) et par l'insolente croissance du e-commerce, et de son corollaire, la distribution fine «du dernier kilomètre», ces deuxièmes solutions «TMS transporteurs» sont, en général, réalisées par des éditeurs nouant des partenariats avec des fabricants de hardware (de terminaux embarqués) C'est pourquoi la couverture fonctionnelle des TMS est à géométrie (très) variable «Ce qu'on appelle TMS est large, convient Jean-Marie Laine Mais il s'agit d'une solution communicant entre les acteurs de la supply chain, pouvant optimiser les flux en amont comme en aval et proposant souvent des indicateurs pour mesurer la performance et aider à la décision Outil de tracing, d'analyse, etc aujourd'hui on appelle tout ça TMS Certains qui ne font que de l'organisation de tournées se prétendent éditeurs de TMS, alors que c'est quand même, selon moi, plus large »

### NOUVELLES FRONTIÈRES

Mais cette frontière, entre les TMS chargeurs et les TMS transporteurs est de plus en plus tenue pour certains Des éditeurs adressant historiquement des chargeurs



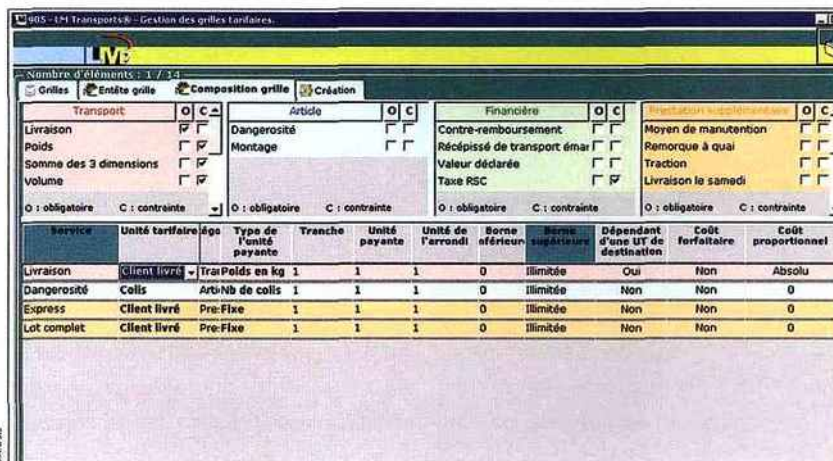
**Loi Perben sur le prix du carburant, projets de «taxe carbone», d'éco-taxe ou de péage urbain, peur de la hausse d'un coût de carburant : la maîtrise des coûts du transports est un enjeu d'actualité.**



se rapprochent désormais des solutions transporteurs. Dominique Monier n'exclut pas que sa société RedPrairie, tout juste rachetée par New Mountain Capital, investisse dans un optimisateur de tournées et adresse ainsi les transporteurs. Pour Ottavio Rivelli, représentant une société éditant un TMS plutôt orienté chargeurs, «ce qui n'est pas forcément aujourd'hui le marché le plus porteur», voit «de plus en plus de terminaux embarqués s'intégrer avec des TMS orientés optimisation de tournées, et cela devrait augmenter : il faut envisager dans ce cas des partenariats. Chez Inconso, nous avons commencé par les WMS et les TMS chargeurs, mais nous commençons à aller vers les transporteurs.» Ce n'est pas le seul. Chez Generix, Christophe Deflorenne définit sa société comme «spécialisée dans les problématiques des chargeurs» mais «travaille sur la verticalisation de son offre» et, notamment sur un moteur d'optimisation de tournées... pour les transporteurs. Et chez a-SIS, un ajout fonctionnel récent cible les chargeurs organisant leur propre transport et intègre donc une gestion d'itinéraires. Un premier pas. Interrogée sur le sujet des partenariats entre éditeurs de software et fabricants de hardware, Evelyne Raynaud, n'hésite pas à faire valoir l'expérience d'a-SIS dans les WMS, qui l'a conduit à côtoyer les distributeurs des terminaux embarqués dans les entrepôts. Une expérience partagée par d'autres éditeurs.

Avec ces frontières floues, la segmentation de l'offre TMS tend à s'effacer. Les besoins sont trop variés pour se laisser enfermer par ces étiquettes. Deux des éditeurs interrogés ont proposé une autre classification. Chez Acteos, Pierre-Jacques Evrard remarque qu'il y a sur ce marché «des spécialistes du sourcing, des tournées de transport ou du portail collaboratif.» Christophe Deflorenne sépare lui trois types d'éditeurs, issus de familles assez différentes : «Des généralistes, proposant un ensemble de briques

## Des éditeurs adressant historiquement des chargeurs se rapprochent désormais des solutions transporteurs.



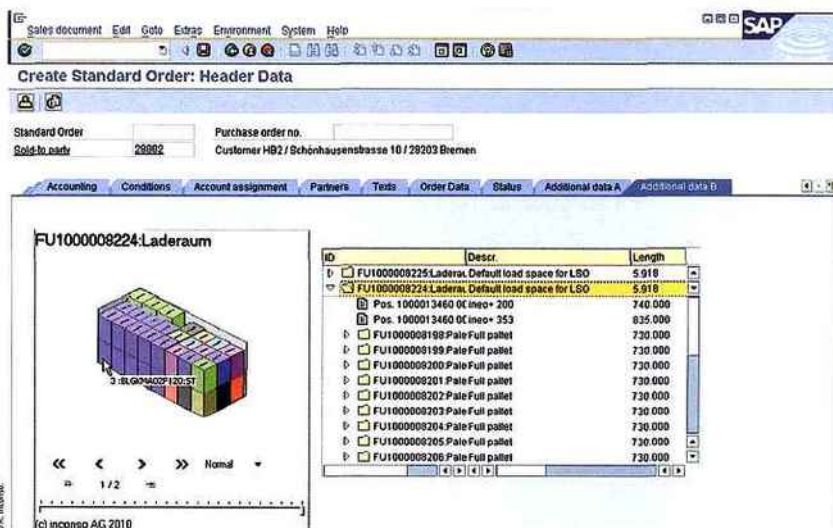
pour couvrir la totalité des besoins, bref un simili ERP transport. Des spécialistes, s'illustrant dans l'optimisation des tournées. Enfin, des experts de la bourse de fret, concevant des outils, des portails sur lequel les transporteurs se connectent pour trouver du travail.» Une segmentation peut-être aujourd'hui plus pertinente que l'habituelle dichotomie chargeur/transporteur.

### WEB, SAAS ET MUTUALISATION

Avec des solutions nécessitant des utilisateurs issus de sociétés différentes (les

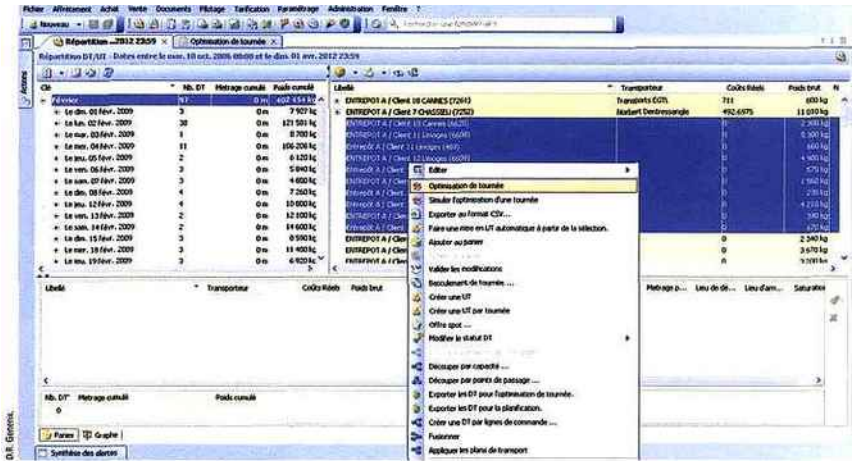


transporteurs et leur client, le prestataire logistique par exemple), l'accès par Internet à la solution ou à l'une de ses briques (la gestion des quais, des étiquettes ou le tracking par exemple) a le vent en poupe. Les portails web collaboratifs sont souvent choisis, tout comme le SaaS (soit



l'hébergement externe de la solution accessible par Internet et abonnement) Jérôme Bour qui annonce vendre une solution sur deux par ce mode, une proportion « stable depuis 4 ans », explique que l'offre SaaS de DDS a été « montée pour des PME ayant moins de trésorerie, moins d'équipe à mobiliser et de matériel à utiliser, et qui préfèrent donc éviter l'achat de licence et l'hébergement chez eux. Les PME représentent donc un bon taux des abonnés. Mais on ne s'attendait pas à ce que de grands comptes, comme Total, opte aussi pour ce mode, séduits par la rapidité de mise en œuvre »

Chez Generix, qui vient tout juste d'annoncer ce mode d'accès pour son TMS, appelé « on demand », Christophe Deflorenne donne une autre raison pouvant motiver le choix du SaaS pour les TMS « Le SaaS est un levier intéressant pour mutualiser les flux transports. C'est la prochaine étape pour ceux qui ont déjà poussé loin l'optimisation ». Cette demande de mutualisation est une nouvelle tendance, relevée par bon nombre d'éditeurs. Evelyne Raynaud l'a constaté puisqu'un client le lui a explicitement demandé. Resultat a-SIS a réfléchi sur le périmètre de son TMS et propose désormais un module appelé Flow Management, qui se veut comme une réponse à cette nouvelle demande, d'abord adressée aux « grands comptes qui ont plusieurs sites et plates-formes, permettant d'optimiser leur circuit de transport global ». Jérôme Bour a récemment vu deux cahiers des charges exigeant cette mutualisation, et pense pouvoir répondre à cette « toute nouvelle demande, apparue il y a quelques mois ». « techniquement, nous savons le faire car nous pouvons déjà faciliter la mutualisation des flux transports pour deux filiales d'une même société ». Pierre-Jacques Evrard confirme « l'autre intérêt du SaaS dans la gestion du transport, c'est que cela permet de mutualiser les ressources. De plus, un acheteur isolé aura moins de force de frappe dans la



« négociation qu'un regroupement de mandeurs de transports. Cela se pratique déjà ». En effet, le groupe agroalimentaire Mars a, par exemple (cf page suivante), pu concrètement mettre en place, avec

Gols, ce type de mutualisation de certains flux transports avec un concurrent frontal. Certaines guerres commerciales peuvent donc s'arrêter là ou commencer l'intérêt des deux opposants ■

