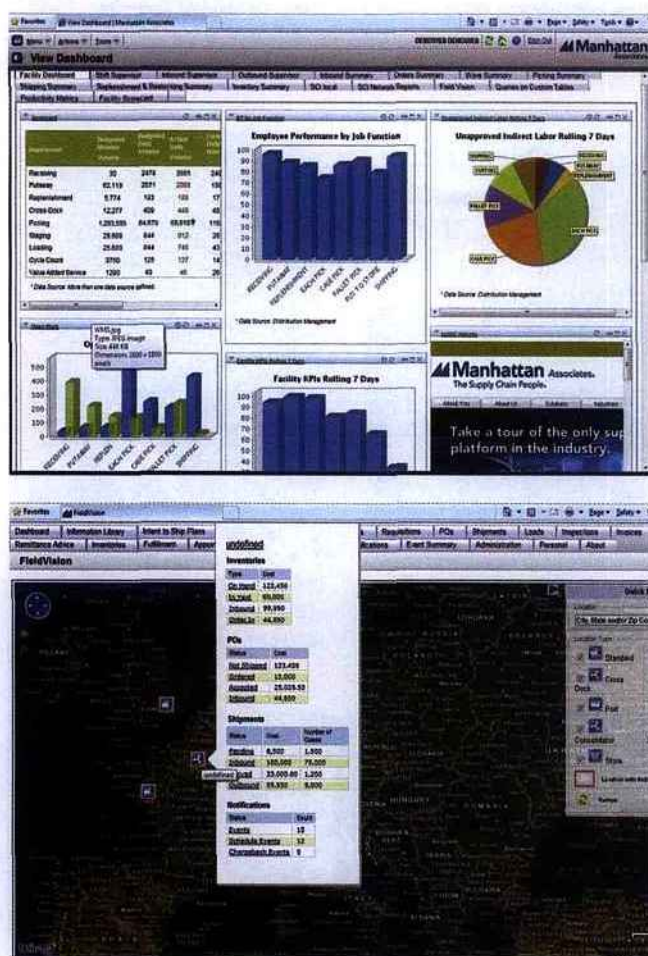




Le WMS à l'heure de la logistique globale

De plus en plus conçus comme parties intégrantes de SI supply chain globaux, les WMS gagnent en souplesse, en couverture fonctionnelle et en interopérabilité. Les éditeurs investissent dans ce sens pour séduire une clientèle plus exigeante, notamment composée de PME-PMI.



Manutan vient d'achever l'implémentation des solutions de gestion d'entrepôt Manhattan, sur son nouveau centre de distribution de Gonesse. L'éditeur a enregistré une croissance de 20% en 2010, pour un chiffre d'affaires de 297 millions de dollars.

Cest par cette formule simple – simpliste ? – qu'on résume souvent un phénomène désormais bien connu de tous les acteurs de la logistique : le WMS « sort de l'entrepôt ». Il faut sans doute y comprendre que le logiciel d'entrepôt interagit de mieux en mieux avec les composants connexes de la chaîne logistique, comme le transport et la gestion des prises de commandes, ou encore avec les outils métier voisins touchant à la qualité, à la production ou aux ventes. Ou plus loin que le WMS intègre directement certaines des fonctionnalités de ces derniers.

besoins spécifiques des clients. Des besoins très variables, qui peuvent pousser les fournisseurs de solutions à scinder leur offre. « *Nous proposons deux offres distinctes : l'une d'entrée de gamme, pré-packagée, pour répondre aux besoins de PME-PMI aux flux relativement simples, l'autre, Bext WS, destinée aux entreprises de taille intermédiaire, à la volumétrie moyenne, illustre* Jean-Christophe Henry, directeur général d'Influx. *L'éditeur*



Eric Leprêtre, Manhattan Associates :
« **Le WMS ne peut désormais plus fonctionner seul** »

Déployabilité, ROI et simplicité avant tout
Si la tendance est indéniable, les évolutions logicielles constatées commencent par les caractéristiques du WMS lui-même. D'abord dans la forme. Premier challenge pour l'éditeur : proposer une solution souple, à savoir facilement déployable et adaptée aux

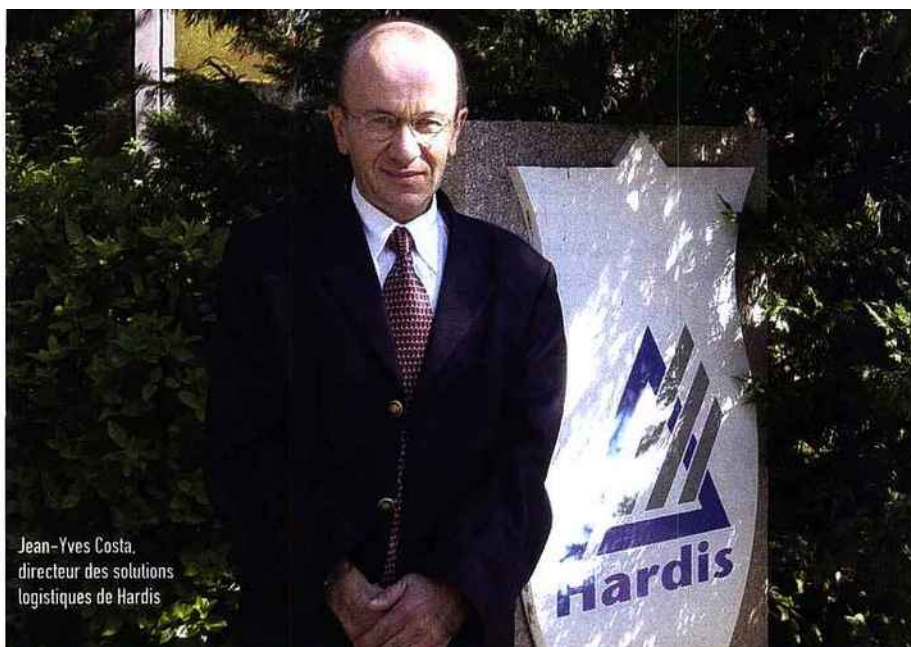
Le WMS, c'est :

8 % Le marché mondial du WMS a grimpé de 8 % en 2010

50 % Plus de 50 % du marché détenu par les cinq principaux fournisseurs

se doit d'avoir des solutions à la fois standardisées et très souples, car la mise en œuvre fait toujours un peu sortir les projets de ce qui était prévu.

Pour les clients de petite envergure, n'ayant pas les moyens de s'engager dans des projets longs mais dont les besoins et la volumétrie sont les mêmes que sur de gros entrepôts – avec certes moins d'échanges d'informations entre différents systèmes, « la rapidité d'implémentation reste un élément-clé » (Voir encadré). En d'autres termes, ce qui était vrai pour les grands comptes l'est encore plus pour les entreprises de moindre envergure, nouveau marché à conquérir. Pour répondre à ces exigences de souplesse, de mise en œuvre rapide et finalement d'un ROI plus court, les éditeurs s'inscrivent le plus souvent dans des logiques de modularisation de l'offre, de services web à la demande ou encore de cloud computing, afin d'épargner au client surcoûts et déboires informatiques. Pour **Éric Leprêtre**, directeur commercial de Manhattan Associates en France, éditeur ayant dépensé 200 millions de dollars en R&D ces cinq dernières années, « l'intérêt d'investir dans la technologie » est triple : « Il s'agit de mieux gérer le risque, d'être en



Jean-Yves Costa,
directeur des solutions
logistiques de Hardis

Hardis dans le nuage

L'éditeur, qui souhaite faire valoir son expérience en matière d'hébergement et d'infogérance pour le compte de clients logistiques, a développé une offre centrée sur le cloud computing, dans le but de proposer « souplesse, flexibilité et affranchissement des problèmes informatiques à travers un service à valeur ajoutée, basé sur une application riche, une sécurisation des données d'exploitation et un interlocuteur unique pour l'utilisateur, tout cela à un coût optimal ». Le service se fonde sur une architecture dédiant une même plateforme à plusieurs clients, leur garan-

tissant « gestion dynamique et proactive de la capacité – puissance informatique – en utilisant les technologies de virtualisation et de provisioning ; accès standardisé et simplifié à un portail de gestion via une interface Web unifiée ; et modèle de tarification de type "pay as you go" qui lie directement le montant facturé à la quantité de service consommée ». Cette offre reprend 80 % des fonctionnalités de l'application commercialisée par l'éditeur, et s'adresse donc à des clients de type PME ou ayant des besoins relativement standards.

capacité de déployer plus rapidement et d'abaisser le coût de possession. Nous proposons des outils pour contrôler la performance des serveurs et machines, nous assurer que le système est bien dimensionné et qu'il n'y a pas de ralentissement. De nouveaux outils nous permettent de faire du déploiement rapide en multiséquence en reprenant un paramétrage déjà effectué ». L'offre de l'éditeur – se revendiquant « best of breed » – se fonde sur « des

services web pour faciliter l'intégration, et sur une couche de communication entre applications ». En clair, un socle technologique commun sert de centre de gravité à un ensemble de fonctions logistiques. La logique de construction d'une offre de WMS et TMS pour le cloud computing mise en œuvre par Hardis répond à une ambition semblable : « Notre offre suit la nécessité pour le client d'adopter une solution standard adaptée et

prête à l'emploi avec des délais d'acquisition rapide, pour des projets courts nécessitant une mise en production dans un délai pouvant être inférieur à deux mois », témoigne Jean-Yves Costa, directeur des solutions logistiques. Et ce à moindre coût... (Voir encadré)

Du WMS au SI logistique

Autres nécessités de base pour un WMS « nouvelle génération », la simplicité, l'ergonomie et l'adaptation au process

4 Un marché qui devrait croître pendant les 4 prochaines années

1 Un marché de plus d'1 milliard de dollars

75 à 80 FOURNISSEURS recensés proposent un WMS pour 3PL

du client sont pris en compte dès le départ : « Nos outils sont conçus pour répondre au besoin spécifique du client. Nous pouvons modifier certains écrans, en créer pour saisir certaines valeurs, modifier leurs flux et leurs interfaces, et tout cela sans déve-

loppements spécifiques, avec des possibilités d'évolution », reprend Éric Leprêtre. Voilà pour la toile de fond.

Passée les questions de forme, de segmentation de l'offre ou d'hébergement, viennent ensuite la fameuse extension plus ou moins directe du

périmètre fonctionnel du WMS et sa capacité à se greffer à son environnement informatique, à l'ERP ou aux autres applications métier. Les éditeurs de WMS deviennent des éditeurs de « suites logistiques » ou de solutions logistiques étoffées. L'extension intervient de plu-

sieurs façons, soit par rachat d'un autre éditeur pour commercialiser un logiciel complémentaire, soit par le développement autofinancé de ce dernier, soit par l'enrichissement d'un WMS déjà commercialisé avec des fonctions habituellement requises pour d'autres types de solutions logistiques.

Chez les spécialistes, la tendance est à proposer une « offre complète et modulaire », c'est-à-dire constituée de différentes applications logistiques capables d'interagir ensemble. C'est dans cette direction que travaille l'éditeur A-Sis : « Nous avons une stratégie de gamme étendue, et proposons un ensemble de modules, WMS, TMS et WCS, qui ont été désolidarisés. Cela nous évite de migrer la totalité du système en même temps en cas d'évolution produit, commente Evelyne Raynaud, directeur commercial de la filiale de Savoye. Nous proposons un WCS composé de sous-modules par composants systèmes, qui permettent d'accompagner plus facilement les changements et ajouts de fonctions chez un client. Nous avons aussi deux offres TMS, qui assurent la gestion des trois niveaux stratégique, tactique et opérationnel du transport ».

A-Sis travaille également à son « order manager », afin de gérer la commande, en définissant la juste affectation géographique suivant des critères de plus en plus complexes. Le donneur d'ordres pourra par exemple vérifier l'intérêt de spécialiser tel ou tel site sur tel ou tel produit en mesurant l'impact de cette décision en termes de coûts de

Jean-Christophe Henry,
directeur général d'Infflux



Infflux : deux retours d'expérience concluants

La solution Bext, commercialisée par l'éditeur Infflux, a notamment été déployée chez deux clients PME, qui dressent un bilan positif de l'expérience. Chez High Co Data, spécialiste du marketing opérationnel générant avec 20 collaborateurs un chiffre d'affaires de 2,5 millions d'euros, l'implémentation de Bext WS permet de gérer l'envoi de 200 millions de coupons par an, de 50 000 colis de petite taille vers les consommateurs et de 30 000 à 50 000 colis de plus grande taille chaque mois. L'outil, déployé en six mois courant 2009, amène une traçabilité des envois effectués « Couplée à une plate-forme EDI dédiée aux 10 transporteurs référencés, Bext WS garantit à High Co Data de suivre, en temps réel, ses réceptions et retours, de la sortie de l'entrepôt à la livraison effective en passant par le positionnement du camion concerné ». La solution gère différents modes de préparation de commandes.

Pour Savour Club, entreprise spécialisée dans la VPC de vins et spiritueux, le WMS Bext a été déployé sur une plateforme logistique traitant 1 000 commandes par jour et employant une dizaine d'opérateurs. La solution gère le stockage de bouteilles de valeurs différentes et les préparations de commandes de natures diverses. Cinq millions de colis par an sont traités. L'enjeu était de gérer fluctuations saisonnières, flux de réception liés aux nouveaux millésimes du printemps et flux en sortie lors des fêtes de fin d'année. « Connectée à l'ERP spécifique du Savour Club, Bext gère une base de plus de 1 500 références actives partiellement renouvelées chaque année ». La solution pilote également « la gestion des documents obligatoires de droits de douane inhérents à la commercialisation de l'alcool, ainsi que la totalité des bordereaux de livraison et fiches de caves, soit jusqu'à 10 000 documents par jour ».

transport. Le phénomène touche bien sûr la partie « transport » au premier chef : « La tendance est bien au découplage entre TMS, WMS et gestion des approvisionnements. Elle suit l'évolution du rôle du directeur logistique, qui va successivement s'occuper de ces différentes missions. Avec le besoin croissant de piloter les flux pour les chargeurs, la frontière se fait plus floue entre WMS et TMS », confirme Jean-Christophe Henry.

Au sein d'Hardis aussi, le lien WMS/TMS est devenue une préoccupation de premier ordre, comme nous l'explique Jean-Yves Costa : « Le TMS est moins circonscrit que le WMS, avec des besoins bien différents selon les clients. Nous sommes en train de mettre en dialogue ces deux outils pour bâtir un système complet cohérent ». Un TMS qui a pour atout « d'être aujourd'hui complet, car il a au départ été conçu pour les transporteurs ».

Les WMS se tournent vers l'exécution

Si l'extension naturelle de l'offre passe en grande partie par l'ajout ou l'adjonction d'une fonction ou application TMS au WMS, le transport n'est pas le seul volet d'extension étudié. C'est ce que précise Éric Pertusier, directeur de l'activité Infor au sein d'Anteor, qui accompagne entre autres ses clients dans le déploiement du WMS de l'éditeur avec un réseau dédié d'une vingtaine de consultants spécialisés : « Le WMS, comme beaucoup d'autres solutions, inclut beaucoup de métiers, du stockage longue durée à la gestion des entrées/sorties en passant par

Acteos en forte hausse

Le chiffre d'affaires de l'éditeur de logiciels supply chain est en hausse de 22% au second semestre 2010 et de 33% au premier trimestre 2011.

Le chiffre d'affaires consolidé 2010 de l'éditeur a été arrêté à 10,2 millions d'euros, contre 10,6 millions en 2009. Mais le repli du premier semestre 2010 est lié à des livraisons exceptionnelles de hardware au 1er trimestre 2009. L'année est cependant marquée par la conquête de plus d'une dizaine de nouveaux comptes et par une progression de 24% du résultat net à 0,57 millions d'euros. Le chiffre d'affaires est en outre équilibré entre les trois gammes de solutions d'Acteos : le transport, l'entrepôt et l'approvisionnement. Et les revenus récurrents liés aux contrats de maintenance et aux offres Saas ont progressé de 15% pour atteindre 20% du chiffre d'affaires. Sans

dettes, l'entreprise affiche des capitaux propres en hausse de plus de 17% à près de 4,2 millions d'euros pour une trésorerie de 2,6 millions d'euros.

L'indépendance financière d'Acteos va lui permettre ainsi « d'intensifier ses investissements dans l'innovation afin de renforcer son avance technologique ». D'autant que l'année 2011 se présente très bien. Pour le premier trimestre 2011, il est en hausse 33% par rapport à la même période de l'exercice précédent. La France (+30%) comme l'Allemagne (+39%) contribuent à cette forte progression de l'activité. La prise de commandes a également progressé de 21% au premier trimestre et la productivité continue de s'améliorer. Pour l'année 2011, Acteos table donc sur une croissance à deux chiffres et une nouvelle progression de la rentabilité.



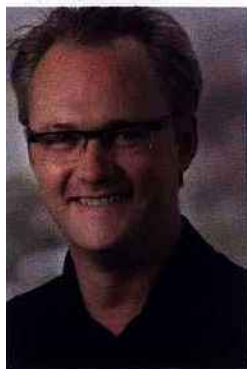
Evelyne Raynaud, A-SIS :

« Nous avons une stratégie de gamme étendue, et souhaitons modulariser notre offre ».

l'optimisation de trajets. Il s'agit d'apporter de la valeur ajoutée via plusieurs petites solutions hors ERP ». Là-dessus, il faut donc vendre un système de gestion d'entrepôt, mais aussi « la compréhension des infor-

mations lorsqu'elles parviennent à l'ERP. La solution d'entrepôt doit interagir avec le reste de l'activité, et en particulier les lignes de production, afin de proposer une vue globale ». La solution Infor WMS sera notamment déployée à partir de juillet 2011 sur les quatre sites du groupe Symington's pour gérer près de 2 000 lignes de produits. Ce déploiement entraînera le remplacement « d'un certain nombre de systèmes disparates au sein de l'entreprise, ce qui gênait la visibilité des stocks au niveau de l'ensemble des opérations de Symington's ». Les objectifs de l'opération montrent bien ce qu'un client attend aujourd'hui d'un WMS : « réaliser des économies d'une année sur l'autre, tout en améliorant l'efficacité de ses entrepôts, en réduisant les coûts liés au transport, en optimisant et en réduisant les inventaires annuels et en diminuant l'em-

preinte carbone associée ». Plus loin même que dans un SI logistique, l'application d'entrepôt peut être vendue comme la composante d'un SI « opérations », en particulier pour des industriels soucieux de « couvrir l'ensemble des besoins fonctionnels liés à l'exécution, incluant non seulement l'entrepôt mais la qualité, la maintenance et la production », selon les mots d'Yves Vergnolle, VP EMEA d'Apriso, éditeur MES qui équipe 95 sites de l'équipementier Valeo. « Les silos fonctionnels sont dépassés, et l'exécution est aujourd'hui complètement imbriquée. Il faut un outil unique à l'opérateur pour traiter les volets qualité, maintenance, logistique et production, de même que le point critique pour les industriels est aujourd'hui de sécuriser la chaîne de production et la logistique via une traçabilité transversale et globale ».



Yves Vergnolle, Apriso :
« Les industriels veulent couvrir l'ensemble des besoins fonctionnels liés à l'exécution ».

Enfin, nul besoin de rappeler que davantage d'interactivité est recherchée entre l'informatique de l'entreposage celle des fonctions commerciales, en particulier dans la distribution. On pense au sujet de la prévision des ventes, dont les informations peuvent nourrir la réflexion logistique à travers les SI.

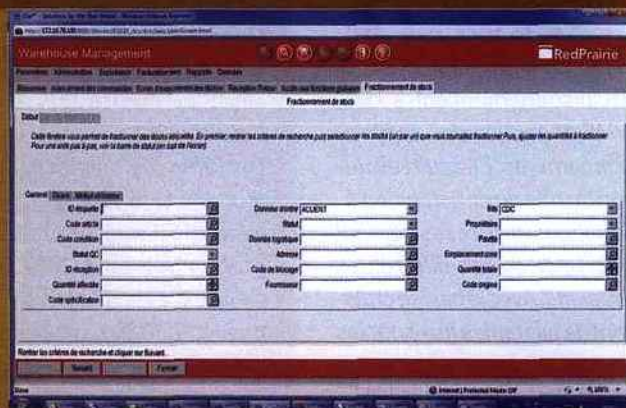
Des avancées fonctionnelles

Une fois mises en lumière les évolutions formelles et les extensions possibles vers la gestion d'une logistique d'ensemble, c'est évidemment au cœur du WMS lui-même qu'il faut chercher les grandes évolutions produit. Sur ce terrain purement fonctionnel, Éric Leprêtre évoque plusieurs grandes avancées. Parmi celles-ci, on trouve bien sûr l'enrichissement des fonctions transport dans le WMS, déjà évoqué, mais aussi « le labor management, auparavant mal appréhendé en Europe mais qui a trouvé son positionnement, sur la gestion de la poly-

RedPrairie passe au multicanal

Illustration de la volonté des éditeurs de progiciels logistiques à étendre leur gamme fonctionnelle, l'éditeur américain a finalisé en début d'année l'acquisition d'Escalate Retail, fournisseur leader de solutions multicanal pour la grande distribution.

« Par cette acquisition, RedPrairie se dote des meilleurs atouts dans les domaines de la supply chain et de la distribution, depuis le contact initial du client avec le vendeur jusqu'à la livraison du produit, indépendamment du canal de distribution », avait ainsi déclaré Mike Mayoras, P-DG de RedPrairie, au moment de cette annonce. « Par ailleurs, nous avons renforcé notre capacité à déployer nos solutions de gestion des ressources humaines et des stocks, afin d'aider les professionnels de la distribution à optimiser la



gestion de leurs stocks et de leurs livraisons, à tous les stades du traitement de la commande ». Les synergies dégagées jetteront les bases d'une suite de solutions logicielles « capable d'intégrer et d'optimiser l'expérience client, depuis la prospection à l'achat jusqu'à la livraison du produit, quel que soit le canal de distribution choisi ». 400 enseignes recourent aux solutions retail multi-

canal d'Escalate, parmi lesquelles 11 des 100 plus importantes au monde ; ainsi que plus de 50 des 500 sites d'e-commerce. Notons par ailleurs que The Carphone Warehouse (The Phone House en France) devrait poursuivre le déploiement de la solution de gestion des activités de RedPrairie auprès de 1 000 nouveaux collaborateurs, afin d'améliorer encore la relation avec les points de vente.

valence, du temps de contrôle qualité ou de la fatigue ». L'éditeur a également insisté sur « la flexibilité des outils, ouvrant des possibilités en termes de reporting ou d'alertes, de création de rapports spécifiques, de KPI », avec l'ambition d'affiner l'analyse des données, ensuite partagées dans les applications. Autre élément important, le « slotting management, grâce auquel, à partir d'un historique de l'activité, l'outil propose des modifications dans la préparation des commandes, calcule le besoin de réapprovisionnement et répartit la charge ». Enfin, un module spécifique permet de gérer la préparation multicanal, de plus en plus cruciale pour les clients.

Chez Hardis, les mises à jour se sont récemment concentrées sur l'ergonomie, et là aussi sur le cross-canal et la gestion des problématiques e-commerce. Plus à la périphérie du WMS, le travail de l'éditeur s'est par ailleurs orienté sur « le pilotage et la planification des ressources en entrepôt, les solutions de business intelligence pour la logistique et le transport, et la supervision en entrepôt via le pilotage des alertes, incidents et aléas ». Au bout du compte, l'évolution du WMS est triple. Elle touche d'abord au format de la solution, à partir duquel se déclina une offre la plus adaptée possible à une grande variété de clients, autour de modalités d'hébergement et/ou de

déploiement spécifiques. L'évolution concerne ensuite l'intégration du WMS dans un schéma SI - logistique ou ERP - plus global. Enfin, les fonctions du WMS lui-même évoluent et s'enrichissent, offrant davantage de capacités d'analyse et abordant toutes les ressources utilisées par l'entrepôt, qu'elles soient humaines, matérielles ou financières. Gageons que les nouveautés à venir des éditeurs - à commencer par A-Sis, qui réservait des « annonces majeures » pour sa journée annuelle du 28 juin - se focaliseront essentiellement sur ces trois grands axes d'évolution... ■

JULIEN MONCHANIN