

Le **flow** casting

Pour de meilleures prévisions

La contraction de Forecasting et de Flow, le flowcasting met le point de vente au centre des prévisions.

« **L**e Flowcasting se présente comme la suite logique du modèle **DRP**, *Distribution Replenishment Forecasting*, c'est-à-dire la simulation de toute la chaîne de distribution issue de la collecte des prévisions de ventes et permettant d'en déduire les approvisionnements allant ensuite alimenter les entrepôts » explique Ludovic Dodé, consultant senior chez PEA Consulting. A l'origine de ce concept, André Martin, consultant de son état, qui a fait le constat suivant : malgré le modèle **DRP**, la problématique des ruptures n'a pas été résolue. Ainsi, avec le flow casting, l'entreprise descend les prévisions jusqu'au point de vente, selon le précepte que, plus on colle à la demande du consommateur, mieux on sera à même de définir des prévisions et de répondre aux besoins du client. Ce sont donc des prévisions à la référence et à l'article par point de vente, le niveau le plus fin qui sont prises en compte. A partir de cela, l'entreprise remonte dans toute la chaîne pour consolider ces données, réaliser des prévisions et finalement en déduire tous les besoins en stocks, en approvisionnements, en ressources. Cette prévision est cadencée par semaine sur un horizon assez long de 52 semaines. « C'est un concept assez séduisant mais il faut essayer de mettre cela en musique » explique Ludovic Dodé car la démarche est étroitement associée à un système d'information que promettent les

éditeurs RedPrairie auquel s'est associé André Martin et Acteos.

Des prévisions plus justes

L'objectif vise une meilleure maîtrise des stocks dans tous les points de la chaîne logistique (des entrepôts régionaux ou centraux jusqu'aux points de vente), l'amélioration de la collaboration entre tous les acteurs de la Supply Chain sur la base des mêmes données, plus fiables, et enfin, la réduction des ruptures en linéaire. La difficulté étant d'établir une prévision à la maille article. « L'équation est posée de manière simple, cela dit autant l'équation est simple autant les inconnues sont nombreuses. Du fait du nombre d'acteurs, notamment dans une Supply Chain, le producteur, le distributeur, le transformateur, le logisticien, le détaillant, le réseau de vente, l'orchestration de cette collaboration avec toutes les différentes données est particulièrement difficile » souligne Armor Bekrar.

Cas Schiever

Après Casino avec Sarbec, le concept a été mis en place en France chez Schiever, le distributeur ayant entamé une approche Flowcasting avec les outils d'Acteos. Il n'est pas

Ludovic Dodé, consultant senior chez PEA Consulting :

« En ayant un peu brossé ce panorama général, on a le sentiment que c'est un concept qui est assez séduisant mais il faut essayer de mettre cela en musique ».

QUESTION À...

Jean-Patrice Netter, Diagma

Stratégies Logistique : Que pensez-vous du concept du Flowcasting. Peut-il réellement fonctionner ?

Jean-Patrice Netter : Non et ce, pour plusieurs raisons. La première est que sommer des incertitudes sur des prévisions faites par chacun des magasins (points de vente) donne une incertitude globale pour la prévision de sortie entrepôt bien plus élevée que si on avait cherché à faire des prévisions directement à partir de l'historique des sorties entrepôt. Il en est de même pour la prévision par entrepôt, au lieu de faire une prévision globale de besoin pour tous les entrepôts. Il vaut donc mieux faire du **DRP** (*Distribution Requirements Planning*) que du Flowcasting. Le **DRP** consiste pour chaque entrepôt à remonter ses prévisions de besoin via sa gestion des stocks vers l'usine. Le Flowcasting consiste à remonter les prévisions de besoin des magasins via leur gestion des stocks vers l'entrepôt puis ensuite de l'entrepôt vers l'usine. Le « Fair Share » (une répartition équitable du stock usine entre les entrepôts) est préférable au **DRP**.



encore au bout de sa démarche mais enregistre d'ores et déjà des résultats prometteurs. Ce groupe indépendant exploite des enseignes multiples, en partenariat notamment avec le groupe Auchan. Il possède en France 7 hypermarchés Auchan, 82 supermarchés Attac, 37 supermarchés Maxi Marché (sa marque propre) mais également 35 Weldom, 2 Kiabi, des Flunch, un Gitem et un Bricoman. Dans le cadre de son projet Astere, Schiever installe la solution Acteos PPS en

2009 en vue d'éliminer les ruptures en premier lieu. Après les magasins pilotes, elle équipe une centaine de magasins par an. Au final, les résultats enregistrés sont variables selon les magasins, mais les taux de ruptures sont globalement à la baisse. La solution Acteos calcule chaque nuit le stock de sécurité pour chaque produit et le réapprovisionnement de chaque magasin. Ce dernier évolue en fonction du comportement des produits. Pour tous les calendriers magasin, l'outil possède des dates de commandes et de livraison très claires. La démarche est en route et doit être généralisée aux magasins non alimentaires et moins propices à ce genre d'outils. ■