

Emploi et Carrière

Grande distribution

Les fournisseurs résistent à l'informatisation

- Ils se disent pas encore prêts pour changer de méthode
- Seuls 15% de ceux de Metro ont intégré le système

L'échange de données informatisées tend-il à se généraliser dans la grande distribution? En tout cas, c'est le vœu de toutes les grandes enseignes, même si les fournisseurs ne sont pas encore prêts pour intégrer le programme. Metro, Acima et Marjane ont déjà franchi le pas. Label'Vie le prévoit pour 2012. Mais les résultats sont mitigés. **Pour Metro, seuls 15% de**



leurs fournisseurs ont intégré le système. L'enseigne multiplie les réunions d'information avec ses fournisseurs, accompagné dans cette démarche par la société Eumatech, cabinet spécialisé dans le conseil en systèmes d'informations, spécialiste des EDI (Echange de données informatisées), afin de familiariser les fournisseurs avec le système. L'EDI est un mode de communication qui permet aux entreprises de différentes tailles d'échanger la majorité de leurs flux commerciaux de manière automatisée et sécurisée (commande, avis d'expédition, factures...). En limitant les erreurs et en augmentant leur réactivité et leur taux de service, le système est surtout et avant tout source d'économies. L'outil est donc d'utilité stratégique. «Il permet la transparence, la traçabilité et moins de formalités administratives», explique Malik Touimi Benjelloun, associé gérant d'Eumatech. Mais le système ne concerne pas que la grande distribution. De plus en plus de grands acteurs, d'établissements publics (la douane par exemple) et des transitaires l'ont intégré. Parmi les structures équipées de solutions EDI, il y a Centrale Laitière, DHL, ONA, Unilever. Comment cela fonctionne sans l'EDI? La commande est saisie dans le système d'information, va être imprimée, faxée à l'industriel qui la ressaisit à son tour dans son système d'information. Puisque le distributeur s'adresse à plusieurs industriels, cela devient vite très compliqué. Comment cela fonctionne avec l'EDI? La commande arrive directement dans le système d'information du fournisseur. Il n'y a plus de saisie avec toutes les erreurs possibles. Cela diminue les retours, les litiges administratifs qui viennent pourrir la relation commerciale parce que le fax n'était pas lisible, ou qu'il a été perdu...

Metro propose la solution gratuite pour les petits et moyens fournisseurs pour les inciter à intégrer le système. En plus, le fournisseur peut avoir un répertoire sur la plateforme pour qu'il puisse communiquer avec les autres fournisseurs notamment sur le listing de prix, les promotions, les mises à jour d'information...

Le système a un coût. Le prix pour acquérir un transformateur EDI et un serveur de communication s'élève à 86.250 DH. Le coût de mise en œuvre d'installation de solutions, de formations des équipes et de mise en place de la commande Metro est de 36.000 DH, en plus de la maintenance annuelle qui est de 18.975 DH. «L'EDI sera de plus en plus imposé par la grande distribution car cela coûte plus cher de faire autrement. En Europe, si vous n'avez pas d'EDI, vous ne pouvez pas être référencé par les GMS. Plus de 99% des commandes sont échangées par EDI», ajoute Touimi Benjelloun.

A côté de l'EDI commande, Metro veut aussi développer l'EDI paiement. L'enseigne a signé une convention avec Maroc Factoring, filiale de BMCE Bank, pour proposer une solution de financement anticipée avec des conditions avantageuses.

«Dans un contexte fortement touché par une crise de liquidité, une raréfaction des crédits et une hausse de risque d'impayés et pour répondre aux besoins de ses fournisseurs, Metro Maroc propose une nouvelle formule de paiement électronique, Finance Service», indique Badia Al Faïdy, chef division financière chez Metro Maroc. Depuis près d'un mois, les fournisseurs ont la possibilité de bénéficier d'un financement anticipé sur les paiements EDI. Une solution de paiement électronique qui n'était pas possible auparavant avec le système de traites.

Maroc Factoring a réalisé une enquête sur un panel de 1.000 entreprises de moyenne taille, représentatives du tissu économique pour étudier l'opportunité d'une telle offre. Les constats sont les suivants: le délai moyen de paiement client dépasse les 135 jours avec un taux d'incident de plus de 40%, un taux de financement bancaire pour tout ce qui est court terme de 6,75% et un accès quasi impossible pour les facilités bancaires sans délivrer des garanties réelles. Ce sont les 4 paramètres qui sont un véritable frein pour le développement de l'entreprise et une perte de valeur ajoutée. L'offre veut remédier à cela avec à la clef une commission de financement de 5,75%. «Cela évite de bloquer la trésorerie de nos fournisseurs, certains ne pouvant pas escompter leurs effets», indique Hervé Streifer.

Et les épiciers et supérettes?

Metro s'est inscrit dans le plan Rawaj pour apporter son savoir-faire à l'épicier et l'aider à remodeler son commerce en termes de merchandising, de sécurité. Il y a eu un développement fait par le gouvernement qui va proposer une solution de caisse à ces commerces notamment pour des soucis de traçabilité. Il a déjà choisi deux prestataires de services qui vont fournir ces caisses. Ce système va permettre aussi un suivi informatique du stock. Cela fait partie des projets de développement dans un ou deux ans. L'épicier recevra aussi les promotions de Metro. Il pourra être connecté avec son fournisseur à travers sa caisse et pourra passer ses commandes et gérer son stock. La société qui installera les caisses formera l'épicier sur sa gestion. Dans les pays matures, en France notamment, tout se fait en ligne. Au Maroc, nous n'y sommes pas encore car il faut d'abord disposer des produits correctement dans les rayons et sécuriser les approvisionnements. «Il faut être parfait en magasin pour pouvoir aider notre clientèle dans sa gestion de façon structurée avec des outils informatiques. On a déjà remodelé 900 épicerie. Il faut maintenant passer à la 2e étape et accélérer le processus», indique Hervé Streifer, directeur des achats de Metro Maroc.

«Une grande distribution moderne structure tout le pays»

Hervé Streifer, directeur des achats de Metro Maroc

Il y a beaucoup d'accompagnement à faire auprès des fournisseurs de la grande distribution. Ils sont encore réticents au système informatisé, EDI. Mais le fait d'en avoir convaincu une centaine est réconfortant. L'effet boule de neige prend. D'autant plus que Acima et Marjane ont également mis en place le système. Label'Vie le prévoit courant 2012. Hervé Streifer, directeur des achats de Metro Maroc, se prononce sur l'intérêt du système des EDI sur la grande distribution mais aussi sur toute l'économie marocaine. Le directeur des achats est confiant. Il est donc possible d'atteindre 90% des fournisseurs rapidement avec l'effet boule de neige.



«Nous enregistrons des taux de ruptures énormes dans nos linéaires, de l'ordre de 15%. Cette situation est directement liée au mauvais fonctionnement dans l'approvisionnement à notre niveau et chez nos fournisseurs. Pour y remédier, nous proposons une démarche collaborative», souligne Hervé Streifer

- L'Economiste: Avez-vous chiffré le gain produit par la mise en place du système EDI chez Metro Maroc?

- Hervé Streifer: Pour le moment, le nombre de fournisseurs est trop limité pour un impact conséquent sur le chiffre d'affaires. Aujourd'hui, ce sont 110 fournisseurs qui ont rejoint le programme IDE sur un total d'environ 700 fournisseurs avec qui nous traitons. Et sur ces 100 fournisseurs, ce n'est pas forcément les plus gros faiseurs qui nous ont rejoints pour le moment.

- Pourquoi cela a du mal à prendre encore?

- Nous avons commencé à expliquer l'EDI à nos partenaires en 2005. Il y a une certaine appréhension de leur part de tout ce qui est informatique. Le papier est encore perçu comme étant plus sécurisant. Le challenge est que les fournisseurs acceptent de changer leur processus. Pour cela, il faut les accompagner, en leur montrant le gain que le système apporte. Nous enregistrons des taux de ruptures énormes dans nos linéaires, de l'ordre de 15%. Ce taux de rupture est directement lié au mauvais fonctionnement à notre niveau et au niveau de nos fournisseurs. Le fait de livrer correctement augmente le chiffre d'affaires. Et cela est possible grâce à l'outil simple d'EDI. D'autant plus que c'est un outil que nous proposons gratuitement. Cela constitue un premier pas vers l'EDI qu'il est primordial de franchir.

Le fournisseur se connecte sur le Web Side et peut recevoir toutes les commandes de Metro en les téléchargeant. Mais nous nous adressons à des moyens, voire des petits fournisseurs, le nombre de transactions étant limité par ce système. Les plus

grands doivent améliorer le système et la rotation en passant par le prestataire de services informatiques.

- Où en est-on alors dans cette structuration?

- Disons que ça commence à prendre. Je rappelle que le projet a été lancé, il y a 5 ans seulement. Acima et Marjane s'y sont mis depuis quelques années aussi. Il existe des contraintes administratives qui freinent le développement du système, notamment celle liée à la régulation de la signature informatique. Il faut structurer mais il ne faut pas aller trop vite. C'est pour cette raison qu'aujourd'hui nous nous fixons sur l'EDI commande.

- L'EDI paiement passe encore moins auprès des fournisseurs...

- Le paiement est le nerf de la guerre, plus que la commande. Nous avons été un peu plus radicaux avec certains de nos fournisseurs dans l'approche en leur demandant de basculer tout de suite sur l'EDI. Il y a eu quelques discussions. Mais ce qui est sûr, c'est qu'il y a une contribution financière si le fournisseur ne rejoint pas le programme EDI paiement. L'EDI permet de diminuer les tâches administratives et de recevoir le paiement en temps et en heure. Nous voulons simplifier les démarches car les tâches administratives sont énormes avec le système classique. Nous avons besoin de passer par cette étape car nous avons des objectifs de rentabilité et d'amélioration du business. Nous avons déjà réussi dans les 30 pays du monde où Metro est présent. Nous sommes confiants pour le Maroc.

Effet positif

La grande distribution est appelée distribution moderne parce qu'il y a justement cette part d'organisation et de structure. Aujourd'hui, une grande distribution qui veut être efficace au Maroc a besoin d'être structurée. «En tant que société internationale, toute notre efficacité et rentabilité dépend de ces structures. Si dans les pays où nous sommes installés, nous n'avons pas en amont des fournisseurs structurés, cela déstabilise notre organisation», explique Hervé Streifer. En clair, la responsabilité de la grande distribution moderne est d'aider les fournisseurs de taille moyenne à s'organiser et par conséquent, cela structure le pays. «Parce que l'EDI, ce n'est pas seulement entre clients et fournisseurs mais cela concerne aussi la logistique et d'autres industries autre que la grande distribution», précise le directeur des achats à Metro Maroc.

Propos recueillis par J. K.