

ÊTRE TOUJOURS À LA POINTE DE L'INNOVATION

Les métiers du transport et de la logistique connaissent aujourd'hui d'importantes évolutions sous l'impulsion des nouvelles technologies et des enjeux environnementaux. Le point avec Philippe de Carné, Directeur de l'Innovation de **GEODIS**.



Philippe de Carné

GEODIS a la particularité de couvrir l'ensemble des étapes de la chaîne logistique. Pouvez-vous nous en dire plus ?

GEODIS couvre l'ensemble des métiers de la *supply chain* et se positionne auprès de ses clients comme un partenaire de croissance. Notre mission, en tant qu'expert de la *supply chain*, est de les aider à maîtriser leurs contraintes logistiques.

Concrètement, nous intervenons à toutes les étapes de la vie d'un produit, depuis l'approvisionnement en amont des usines jusqu'à la distribution des produits finis, parfois même au consommateur final et ce, à une échelle internationale. Ainsi, nous organisons le transport terrestre, maritime ou aérien des marchandises de nos clients, nous gérons leurs

entrepôts et les transports amont et aval, nous prenons en charge les opérations douanières. Tout cela, en leur apportant une véritable valeur ajoutée, qu'il s'agisse de prendre en charge le contrôle et le suivi qualité des produits, le conditionnement ou le reconditionnement, voire, dans certains cas, l'intervention en bord de chaîne pour le pré-montage de produits, comme dans le secteur de l'automobile par exemple. Nous sommes ainsi le partenaire de plusieurs constructeurs automobiles pour lesquels nous pré-assemblons des planches de bord, des faisceaux de câblage électrique...

Enfin, nous intervenons également dans la gestion des retours de produits (la « *reverse logistics* »), du démantèlement ou de la remise en condition de produits d'occasion ou obsolètes.

À l'instar de la majorité des secteurs d'activité, la logistique est fortement impactée par la digitalisation. Comment cela se traduit-il aussi bien en interne, avec vos collaborateurs, qu'en externe vis-à-vis de vos clients ?

Le digital est un phénomène qui s'est accéléré avec l'abaissement des coûts, l'arrivée de nouveaux types d'appareils ou encore la multiplication des objets connectés avec de nouveaux protocoles de communication.

L'enjeu clé pour nos métiers et nos clients est la mise à disposition de l'information de façon efficace et de manière permanente, à des coûts maîtrisés. Ensuite, l'enjeu est de pouvoir transmettre ces données aussi bien aux collaborateurs qu'aux clients via des interfaces ergonomiques configurées selon les besoins de chacun et garantissant une connectivité avec

l'ensemble des partenaires de la *supply chain* : clients, fournisseurs ou autres parties prenantes. Aujourd'hui, nous générons conjointement avec nos clients un énorme volume de données que nous pouvons désormais exploiter de mieux en mieux afin d'optimiser nos processus et d'apporter de nouveaux services à nos clients. Ainsi, à partir des données remontées par nos camions, par exemple, nous sommes en mesure d'identifier les comportements de conduite générateurs de surconsommation de carburant et de mieux cibler les actions à mettre en place pour nos formations à l'éco-conduite.

Le développement des objets connectés nous a également permis de créer des applications pour smartphones qui contribuent à l'interactivité et à la remontée d'informations du terrain en temps réel. Un chauffeur a ainsi la possibilité de scanner un code-barres ou de prendre la photo d'un produit dégradé, il peut collecter l'avis d'un client et faire remonter toutes ces données instantanément dans nos systèmes d'information.

À cela s'ajoutent le *big data* qui nous permet d'optimiser la finesse et la pertinence de nos prévisions et les évolutions en termes de *business intelligence* qui simplifient et facilitent la communication avec nos clients B2B, qui constituent l'essentiel de notre portefeuille clients. Nous avons accès à une meilleure segmentation de nos analyses pour cibler les informations à faire remonter en fonction de notre interlocuteur et pouvons nous positionner sur des analyses plus pertinentes et plus riches. En termes de calcul et de prévision, nous sommes aujourd'hui capables de nous appuyer sur des plans de transport plus précis en capitalisant sur les données du trafic en temps réel. Nous

pouvons aussi mettre en place plus facilement des simulations pour optimiser la *supply chain* de nos clients en termes de stratégie : cela nous permet, par exemple, de proposer de meilleures localisations pour leurs usines ou leurs entrepôts afin de mieux gérer les coûts.

Concrètement, la digitalisation dans nos métiers nous permet d'améliorer l'expérience client en répondant à leur besoin croissant de visibilité. Nos clients sont demandeurs d'une information toujours plus précise, à une plus grande fréquence, pour optimiser leur prise de décision sur le plan opérationnel.

En interne, la digitalisation offre la possibilité à nos collaborateurs de travailler avec des outils innovants et performants. Le développement du digital dans nos processus et dans nos relations avec nos clients permet à nos équipes de renforcer leur productivité en consacrant plus de temps et d'attention à des tâches à valeur ajoutée. L'enjeu, à ce niveau, est de les accompagner et de les former afin qu'elles s'approprient ces nouveaux équipements. Enfin, la digitalisation de nos activités est un vecteur fort d'attractivité des talents et un puissant levier de développement de notre « marque – employeur ».

Quelles sont les autres technologies qui peuvent vous intéresser ?

Nous évaluons constamment des technologies nouvelles telles que la *blockchain* pour en apprécier les bénéfices potentiels et les intégrer dans nos processus. De la même façon, le véhicule autonome est un autre sujet qui nous intéresse. Nos véhicules bénéficient déjà de certaines fonctionnalités d'autonomie comme les systèmes de contrôle de la trajectoire pour éviter que les camions ne dévient ou le freinage automatique d'urgence. Nous suivons de très près les progrès des constructeurs dans ce domaine.

En parallèle, il nous faut encore identifier les impacts de technologies comme l'impression 3D, qui pourrait révolutionner, à terme, la façon ainsi que l'endroit où certaines pièces de rechange sont fabriquées. Au niveau de la

consommation d'énergie, dans l'optique de réduire notre empreinte carbone, les véhicules électriques ou, à terme, fonctionnant à l'hydrogène offrent de véritables alternatives. Mais aujourd'hui, pour une logistique de distribution urbaine efficace, en plus du recours aux véhicules les moins polluants, il faut également revoir l'intégralité de la chaîne de distribution : le positionnement des entrepôts pour décongestionner les villes, le recours au report modal de la route vers le rail, le maritime ou le fluvial, ainsi que la mutualisation des plans de transport entre les différents clients.

Et pour conclure ?

Notre ambition est d'être un vecteur de valeur ajoutée et d'optimisation pour nos clients et le digital nous permet d'amplifier notre démarche

et de piloter de façon de plus en plus fine la *supply chain* de nos clients.

En parallèle, nous continuons d'étendre notre présence mondiale : nous sommes très présents en France et en Europe, avec des zones où nous pouvons néanmoins prendre plus de parts de marché. En Amérique du Nord, nous poursuivons notre croissance : nous avons racheté dans cette optique une grande entreprise il y a deux ans. Enfin, l'Asie nous offre aussi de vastes perspectives de développement.

Et pour relever tous ces défis, nous sommes en permanence à la recherche de jeunes ingénieurs pour venir renforcer nos équipes. ■



Grâce à une solution de picking robotisé, GEODIS a récemment annoncé avoir doublé la productivité dans son entrepôt d'Indianapolis aux États-Unis.

GEODIS EN CHIFFRES CLÉS

- 8,1 milliards d'euros de chiffres d'affaires
- Une présence dans 120 pays en direct ou à travers des agences
 - 40 500 collaborateurs dans le monde
 - 165 000 clients



GEODIS
We logistic your growth*



**C'EST PARCE QUE NOUS MAÎTRISONS CHAQUE ROUAGE DE LA LOGISTIQUE
QUE NOUS SOMMES LE PARTENAIRE DE CROISSANCE DE NOS CLIENTS.**

GEODIS, spécialiste du Transport et de la Logistique, présent dans 67 pays avec 40 500 collaborateurs, propose à ses clients des solutions optimisées sur l'ensemble de la supply chain.

geodis.com