



## La recette de MerAlliance : qualité globale, transparence et maîtrise de la traçabilité.

MerAlliance, société de commercialisation des marques Armorik, Narvik, Profumer est spécialisée dans les poissons fumés et surimi. Basée à Quimper, dans le Finistère, MerAlliance approvisionne en poissons fumés toutes les enseignes nationales de la grande distribution. Cette position de leader et partenaire de la GMS, Gilles Charpentier, son Président, la revendique : "notre vocation, c'est la MDD".



"Pour être crédibles sur ce marché nous nous appuyons sur deux fondamentaux, la technologie et une démarche de qualité globale devenue Développement Durable" poursuit-il.

Lancée en 1994, cette démarche est d'ailleurs remarquée et couronnée en 1998 par le Ministère de l'Industrie et reçoit le 1<sup>er</sup> prix qualité en France toutes catégories.

Depuis, la société a obtenu la certification ISO 9001 et 14001 sur les aspects environnementaux. Elle est également en cours de certification 18001.

Ces éléments crédibilisent le produit puisqu'ils n'ont pas de marque propre mais cela ne suffit plus. MerAlliance se positionne également comme "apporteur de solutions", ajoute Gilles Charpentier, en maîtrisant l'information qui accompagne le produit tout au long de la chaîne d'approvisionnement (traçabilité amont, usine, aval, livraison, ...). Les systèmes d'informations métiers (Agrostar APPLICATIONS pour la supply chain execution) organisés autour d'une base de donnée centrale contribuent ainsi à garantir un taux de service supérieur à 99% !

### MerAlliance en chiffres

- ➔ 1<sup>er</sup> producteur français de saumon fumé en volume
- ➔ 68 millions d'euros de CA en 2002
- ➔ 460 salariés à l'année
- ➔ plus de 4000 tonnes de poisson fumé par an
- ➔ 2 usines en Bretagne (Quimper et Landivisiau)
- ➔ À la veille des fêtes de fin d'année :
  - 25 % du CA annuel
  - 85 000 colis semaine
  - plus de 2000 lignes de commandes par semaine
  - jusqu'à 1200 salariés
  - usines organisées en 3x7, 6 jours / 7.

Laurent JAMIER  
Directeur de la supply chain  
MerAlliance



## Le cas MerAlliance



### Contexte de MerAlliance

Début 2002, dans le cadre de sa croissance externe, de sa stratégie basée sur la qualité globale et, pour toujours mieux servir ses clients issus à 90% de la GMS, le groupe souhaite mettre en place un pilotage opérationnel, en temps réel, de ses flux logistiques et commerciaux.

La solution doit piloter la logistique dans un contexte multi-sites (2 plates-formes distantes de 70km), gérer la forte saisonnalité de l'activité (25% des ventes en décembre) et optimiser la performance commerciale.

### La démarche de MerAlliance

En juillet 2002, des choix organisationnels sont opérés et donnent naissance à MerAlliance. Cette entité constitue la société de commercialisation des 3 marques propres et gère de façon transversale les fonctions centrales du groupe dont la Supply Chain dirigée par Laurent JAMIER.

Parallèlement à cette mutualisation, la recherche d'une solution système d'informations logistique et commerciale, est lancée, sans aucun a priori, et se concrétise par le choix d'Agrostar APPLICATIONS.

«Face aux ERP généralistes du marché, nous avons fait le choix d'un partenaire métier» précise le Supply Chain Manager.

Une équipe projet multi-sites, multi-services est montée et mène à bien la mise en œuvre du projet avec des démarrages dès la fin 2002.

"C'était le premier projet informatique interne d'importance et Agrostar a su jouer son rôle de partenaire" insiste Laurent JAMIER. En plus d'une couverture fonctionnelle riche et de la parfaite adéquation aux besoins du groupe, la capacité à accompagner, fédérer et structurer les équipes internes dans un tel projet est la véritable clé du succès !

### Les résultats obtenus

- La création d'une administration des ventes centralisée
- L'uniformisation du processus de préparation de commande sur les 2 plates-formes
- Une forte réactivité : 45 minutes entre réception de la commande et le départ du camion
- Un retour sur investissement de 18-24 mois
- Un délai de mise en œuvre rapide < 6 mois
- Un reporting en temps réel sur l'activité
- Une productivité accrue
- La mise en place d'échanges EDI client et transporteur
- La mise en place de l'EAN 128
- Une traçabilité informatisée et opérationnelle des lots produits
- ...