

GRAND TÉMOIN



La logistique chez Picard, 30 années de service client et de chaîne du froid sans faille !

Depuis plus de 30 ans, Picard développe activement un concept unique en Europe de distribution de produits surgelés avec pour vocation de "proposer des produits de tous les jours, des produits de qualité et au prix du marché", précise Michel LEMAIRE, directeur logistique de Picard.

Depuis la surgélation, jusqu'aux 550 magasins ou en livraison à domicile, le produit est conservé, sans interruption, à une température maximale de -18°C. Toutes les étapes de la chaîne du froid sont sous haute surveillance avec des vérifications drastiques, un transport exigé par -22°C et un travail en entrepôt par -30°C.

En terme logistique, cela se traduit par une équipe de près de 100 personnes, réparties sur quatre

(bientôt cinq) sites et organisées en quatre pôles : le pôle réception, le pôle stockage, le pôle préparation de commande, le pôle expédition.



Compte tenu des contraintes spécifiques de la chaîne du froid, du nombre élevé de références, du taux de rotation des produits et des volumes engagés, la logistique est confrontée quotidiennement à des enjeux forts de qualité, de traçabilité, et de productivité.

Picard en chiffres

- 725 millions d'euros de CA en 2003-2004
- plus de 550 magasins en France
- une activité de Home Service (livraisons à domicile)
- plus de 1 000 références produits
- 4 plates-formes de distribution (5 à fin 2004)
- 100 000 m³ de chambre froide
- autour de 20 000 colis par jour et par plate-forme
- 500 commandes par jour pour la partie magasin
- 1500 commandes par jour pour la partie Home Service
- une température de -20 à -22 °C en entrée / sortie des plates-formes



Le cas Picard

Contexte

Un seul objectif : "faire réussir les magasins et les bases home service" revendique Michel Lemaire, Directeur Logistique de Picard Surgelé. Une orientation client très forte qui ne doit pas être impactée par le projet d'évolution du système d'information plate-forme et se faire en toute transparence pour les magasins. Le projet doit également intégrer les spécificités du Home Service. Celui-ci requiert un savoir-faire bien précis et des implications fortes en terme de préparation de commande, qui, ne se fait pas au colis, mais à l'unité consommateur !

Démarche

Fin 2002, la décision est prise de faire évoluer le système d'information plate-forme de distribution. Premier semestre 2003, le cahier des charges est rédigé, validé et conduit à la mise en place de la solution Agrostar WMS 2.3. Les tests et

formations des utilisateurs sont effectués avant l'été afin de préparer la migration prévue, dès octobre, après la saison estivale.

En octobre, les déploiements sont lancés avec une équipe projet de 3 personnes sur la partie système d'information. Ils s'effectuent, en un mois, plate-forme après plate-forme, avec une synchronisation par interface entre le magasin et le Home Service.

Le projet est mené avec succès par les équipes opérationnelles de Cergy et Vitry en transparence pour les magasins et le Home Service. Les deux entrepôts sont ainsi dotés d'un outil d'exécution logistique que nous espérons évolutif et performant. Et Michel Lemaire de conclure : "nous souhaitons que la solution Agrostar WMS prouve, tous les jours, sa capacité de s'adapter continuellement aux évolutions de toute véritable logistique, dont l'unique objectif est de répondre sans cesse aux nouveaux besoins du client."

Les résultats obtenus

- Une traçabilité informatisée et opérationnelle des colis conforme à la nouvelle réglementation européenne.
- L'informatique devient évolutive et va pouvoir s'orienter vers des technologies nouvelles comme la reconnaissance vocale (projet radio fréquence et vocal) .
- Un délai de mise en œuvre rapide < 1an.
- Une capacité à accompagner PICARD dans son développement et ses nouvelles implantations (1 par mois).
- Des magasins satisfaits !