



TRIBUNE LIBRE

COMMENT GERER LE RUSH DES SOLDES ? LE POINT DE VUE DE MATTHIEU LE TAILLANDIER, DIRECTEUR GENERAL DE CHECKPOINT SYSTEMS FRANCE

Paris, le 21 juillet 2010

Matthieu le Taillandier

Directeur Général de Checkpoint Systems France

« Face au rush des soldes, il faut réinventer la logistique des derniers mètres »

Crise oblige, les soldes s'affirment comme un moyen d'optimiser son pouvoir d'achat pour les consommateurs en quête de bonnes affaires. Du côté des enseignes textiles, ce rituel estival reste avant tout **un moment de rush intense, synonyme de désordre en magasin et de surcharge de travail pour les salariés**. Déjà, toute l'année, la chaîne logistique dans la filière Textile Habillement est considérée comme particulièrement complexe, en raison d'un nombre considérable de références, d'un réassort difficile à maîtriser et d'un renouvellement des gammes qui s'accélère, avec pour certains distributeurs, plus de 800 fournisseurs différents dans un marché mondialisé. A l'heure des soldes, les problématiques de gestion des stocks, d'inventaire sur site et de visibilité des articles, sont donc plus que jamais d'actualité.

Pendant cette période d'activité accrue, essentielle pour les distributeurs qui réalisent près de 30 % de leur chiffre d'affaires annuel, il faut bien sûr préparer le magasin en amont, étiqueter tous les produits soldés, mettre en place les rayons... mais surtout être capable, chaque soir, de remettre rapidement le magasin en état pour que le lendemain, à l'ouverture, l'article soit disponible au bon endroit et immédiatement repérable par le consommateur. Du coup, **les enseignes consacrent moins de temps à la protection de leurs articles contre le vol, à un moment où l'affluence est la plus importante**. D'où un risque d'augmentation de la démarque inconnue amputant une partie des bénéfices attendus. A cet égard, il est intéressant de souligner qu'en Europe, le secteur textile-habillement est particulièrement exposé au vol. Fin 2009, le *Baromètre mondial du vol dans le commerce et la distribution* avait en effet constaté une recrudescence des vols de +8,8 % dans les magasins d'habillement/vêtements/mode et accessoires, les articles les plus volés concernant le prêt-à-porter (3,94 %), les accessoires de mode (3,62 %) et la lingerie (2,91 %).

Si les soldes permettent d'écouler les stocks et d'augmenter les ventes, elles ne doivent pas pour autant pénaliser l'organisation et le chiffre d'affaires du magasin à une période où les pressions sur les prix sont très fortes et les marges réduites. Cette question se pose avec encore plus d'acuité au moment des **soldes flottants** dont l'impact sur l'organisation du magasin est bien réel. Vécu par les enseignes comme une période de rush extrême, ce dispositif nécessite en effet une réactivité importante et une préparation du magasin dans des délais très courts.



Pour être prêts lors de ces pics d'activité, la plupart des magasins ont recours aux heures supplémentaires et mobilisent leur personnel qui réalise manuellement le ré-étiquetage. Conséquence : **les coûts directs augmentent**, tandis que **les équipes sont moins disponibles pour la relation client ou les activités d'encaissement**, ce qui peut se traduire à terme par une **baisse du retour sur investissement**.

Pour gérer les soldes et affronter ces périodes de pointe, force est de constater que **les acteurs de la filière textile se sont beaucoup professionnalisés ces dernières années avec la mise en place d'une chaîne logistique sophistiquée** : des systèmes automatisés les aident désormais à surmonter la complexité des approvisionnements dans des délais toujours plus courts, en leur apportant le même niveau de qualité, quel que soit le pays.

Aujourd'hui, ils ont les moyens de se préparer en amont, avec des étiquettes intelligentes couplées à des systèmes de protection contre le vol et intégrées au vêtement par leurs fournisseurs au moment de la fabrication. **Les produits arrivent en magasin déjà protégés et prêts-à-vendre**, avec un retour sur investissement à court terme : 1 500 euros économisés sur une période de 3 semaines, c'est autant de temps consacré par un vendeur, en période de soldes, à autre chose que la pose d'un macaron.

En revanche, il est étonnant de constater que **bien que les distributeurs aient fait la révolution sur leur « supply chain », ils n'ont pas encore fait leur révolution sur la gestion de leur magasin**, les problèmes d'inventaire restant la principale zone d'ombre abritant des gisements de profitabilité. En effet, si elles ont réussi à réduire leur temps entre deux gammes, les enseignes n'ont pas encore réinventé la logistique des derniers mètres, qui consiste à savoir à tout moment où se trouve chaque article et à écouler ainsi un maximum de stocks.

Pourtant, **des solutions opérationnelles existent**, un ensemble de nouvelles technologies regroupées sous le terme de « Visibilité Marchandise », qui permettent de protéger le produit à la source, de le tracer de l'usine au point de vente, de mener des inventaires permanents sur site en temps réel, de réduire les stocks et limiter les risques de rupture... pour des soldes « haute définition ». A titre d'exemple, avec un lecteur portable RFID, on peut lire jusqu'à 180 articles à la minute en magasin, contre 20 avec un système code barres. Rappelons que la principale vocation de Checkpoint Systems est d'aider les distributeurs à augmenter leur profitabilité en facilitant leur passage à la protection source et en leur permettant de disposer d'une logistique pointue. **Chacune des parties en présence, distributeurs, fournisseurs et consommateurs, a tout à y gagner.**

À propos de Checkpoint Systems Inc.

Checkpoint Systems, Inc. figure parmi les leaders mondiaux de solutions de gestion de la démarque inconnue, de « Visibilité Marchandise » et d'étiquetage textile, destinées au secteur du commerce et de la grande distribution. Les services de Checkpoint visent à accroître les ventes et à protéger les bénéfices de ses clients. Cotée au NYSE (NYSE : CKP), la société Checkpoint Systems est présente sur chaque marché géographique et emploie 5 600 personnes dans le monde. Checkpoint est spécialisée dans la protection à la source des biens de consommation, l'EAS (Surveillance électronique des articles), la RFID (Identification par radiofréquence) et les solutions de merchandising. En savoir plus : www.checkpointsystems.com