

Avis d'expert

Supply Chain : identifier précisément les flux retours pour les optimiser, les anticiper et les valoriser

Par Florent Boizard, Responsable consulting et innovation, Solutions logistiques, Hardis Group

La logistique est l'un des éléments-clés de la productivité du secteur de la distribution. Pourtant, contrairement aux flux d'expédition, la gestion des retours est encore trop souvent négligée. Or, les flux retour peuvent être optimisés et anticipés pour devenir créateurs de valeur pour l'entreprise.

Des flux retours systématiques, tous canaux de distribution confondus

Quelle que soit la logique de distribution -points de vente physiques, vente à distance « classique » (VPC) ou électronique, multi-canal ou même cross-canal- une bonne gestion de la chaîne logistique est un éléments-clé de la productivité du secteur du commerce. Toutefois, à l'exception des VPCistes traditionnels, la Supply Chain est encore très focalisée sur la gestion des flux d'expédition, tandis que celle des retours est souvent sous-estimée ou négligée. Pourtant, les flux retour peuvent être créateurs de valeur pour l'entreprise...

Les plus classiques, mais aussi les plus aléatoires sont les invendus par les points de vente physiques (15% à 20% en moyenne dans le secteur textile, 28% pour les matériels high tech, 40% dans la grande distribution alimentaire, etc.), l'erreur de choix (taille, couleur...) ou encore les retours en service après-vente pour défaut ou non-conformité.

En parallèle, plus récemment, de nouveaux flux retour ont fait leur apparition. Par exemple, ceux liés à une obligation légale, comme la récupération d'anciens matériels et leur intégration dans une filière de recyclage, qui s'imposent désormais aux distributeurs. Ou à l'opposé d'une contrainte, des flux décidés par l'entreprise pour se différencier de la concurrence, tels que la reprise des cartons d'emballage lors de la livraison, le retour gratuit des produits commandés (secteur du prêt-à-porter notamment), etc. Ces nouveaux flux retour peuvent plus facilement être anticipés que les invendus ou les retours pour défaut de qualité. Mais, dans tous les cas, une gestion efficace des retours est tout aussi essentielle que la maîtrise des expéditions...

Quelle filière pour quel type de retours ?

Avant toute automatisation des flux retour, il faut les considérer, les analyser et les catégoriser, pour pouvoir leur appliquer des processus clairs et définis. En effet, les différents choix opérables dépendent de la typologie des produits naturellement, mais également du type de retours, des arbitrages décidés par la direction, de l'organisation de l'entreprise et des filières qu'elle aura mises en place avec ses partenaires.

Parmi les options possibles, hors SAV ou produit détérioré : la remise en stock des colis retournés afin de les réintégrer dans le circuit de distribution classique. Une solution qui est favorable au chiffre d'affaires (l'article sera vendu à son prix initial) mais qui peut porter atteinte aux marges, du fait des coûts liés au traitement des retours sur les plateformes logistiques. C'est la raison pour laquelle d'autres méthodes ont été imaginées telles que

l'expédition des retours directement auprès de tiers (soldeurs, déstockeurs, exportateurs, etc.), le retour par type de produits pour un traitement de masse, etc. Tandis que dans le cadre du recyclage, les entreprises expédient directement les matériels auprès de spécialistes...

Gestion des retours : de coûts subis à la création de la valeur

Une fois les choix opérables définis, le logiciel de gestion d'entrepôt (WMS) et/ou de gestion des transports (TMS) va permettre aux flux retour de bénéficier de la même optimisation que les flux d'expédition.

D'abord, en gérant le statut des marchandises : à remettre en stock, à envoyer au contrôle Qualité, à recycler, à solder, etc. Puis en automatisant voire en mécanisant le traitement des retours : optimisation des tournées de transporteurs pour la collecte des invendus des magasins (éventuellement liées aux tournées de réassort), regroupement et remise en stock immédiate pour les produits à forte rotation, remise en stock au fil de l'eau selon un chemin optimisé des produits à faible rotation, regroupement des articles par type de produits ou par fournisseurs.

Dans le cadre du contrôle Qualité, le WMS pourra en outre faciliter la traçabilité des non-conformités -photos des articles retournés, qualification des motifs du retour (article défectueux, abîmé, périmé...)- et l'automatisation de la procédure à mettre en œuvre (blocage pour contrôle supplémentaire, mise en quarantaine, remise en stock...).

Mais au-delà de l'optimisation des processus et des gains de productivité associés, une gestion plus fine des flux retours permet de les analyser, de les anticiper, et donc de les valoriser. Les outils de reporting du WMS permettent, par exemple, d'identifier les produits qui ont été favorablement accueillis dans tel ou tel magasin, sur tel ou tel canal de vente, ou inversement. Des informations qui peuvent être exploitées, d'une saison sur l'autre, pour mieux calibrer les achats et optimiser les quantités expédiées. Des données qui permettent également de mettre en œuvre une démarche d'amélioration continue de la qualité des produits et des services associés (emballage, transport, livraison...).

Enfin, mieux les flux retours sont gérés, plus ils participent à l'image positive de l'entreprise, et donc contribue à sa valorisation...

Florent Boizard - Responsable de l'innovation et du consulting, Hardis Group

Diplômé de l'ENSAM, Florent Boizard débute sa carrière aux Galeries Lafayette où il passe 2 ans comme responsable des méthodes. Il rejoint Hardis Group en 2005, comme consultant. Puis, il devient responsable de l'innovation en 2008 et responsable du consulting en 2009. Passionné par les systèmes d'information logistiques, concepteur et animateur de l'innovation produit, homme de projets, Florent Boizard encadre une équipe de plus de 25 consultants logistiques.

A propos de Hardis Group

Créé en 1984, Hardis Group exerce le double métier d'éditeur de logiciels et de société de services informatiques. Résolument différente, la société construit sa croissance, depuis sa création, sur une approche pragmatique et des valeurs de proximité et d'engagement fort

tant auprès de ses clients que de ses collaborateurs : dirigeants fondateurs toujours à la tête de l'entreprise, 25% des salariés actionnaires, 100% des équipes en France.

Hardis Group intervient dans sept grands domaines : infrastructure et infogérance Cloud, développement et tierce maintenance applicative (TMA), conseil et aide à la MOA, décisionnel, logistique et transport (suite Reflex), outils de développement (Adelia Studio), externalisation de la paie (logiciel Saphyr).

Dans son rôle d'éditeur, Hardis Group intègre elle-même ses solutions ou s'appuie sur un réseau de partenaires. Ses consultants maîtrisent les principales méthodologies pour la réalisation de projets informatiques qualitatifs (ITIL, CMMi...).

En 2011, Hardis Group a réalisé un chiffre d'affaires de 53 M€. Hardis Group compte à ce jour plus de 2500 clients et 620 collaborateurs. Basé à Grenoble, Hardis Group dispose de 5 autres agences à Lyon, Paris, Lille, Nantes et Rennes.

www.hardis.fr

Contacts presse

Anjuna
Elodie Cassar
elodie.cassar@anjuna.fr
Tel : +33 9 64 15 31 27
GSM : +33 6 80 53 82 94

Hardis Group
Hélène Leclercq
helene.leclercq@hardis.fr
Tél.: +33 4 76 70 98 41