



**Frédéric Deconinck**  
 Directeur  
 logistique et  
 e-commerce  
 Tape à l'œil



**Eric Pollet**  
 Responsable  
 du dossier  
 Tape à l'œil  
 chez Geodis

## Tape à l'œil

# Une croissance soutenue par l'externalisation

Depuis 10 ans, « Tape à l'œil » commercialise une gamme de vêtements pour enfants de 0 à 12 ans. Cette entreprise de taille moyenne est animée par une vraie volonté d'expansion ; ce qui l'a conduite à mettre en place une organisation digne des plus grandes enseignes et à externaliser ses flux pour gagner en flexibilité et en réactivité.

**F**iliale du groupe Mulliez, Tape à l'œil se positionne comme une enseigne de distribution au service de l'enfant, associant deux notions trop souvent antagonistes : qualité et attractivité du prix: « *Nous voulons être en adéquation avec notre idée de la mode, du style des produits, sans pour autant que le prix constitue un frein pour le client* », résume Frédéric Deconinck, Directeur logistique et e-commerce. La stratégie du distributeur est

# Il bipe, il vibre, il s'illumine. LXE MX7 : Le scanner qui fait bien plus que scanner !



LXE is\_RUGGED MOBILE COMPUTERS AND SECURE WIRELESS NETWORKS

Vous entendez le bip, vous voyez la led allumée, vous sentez une vibration, le code est lu qu'il soit à 10 cm ou à 12 m.

Le MX7 est adapté pour traiter toutes les applications de scanning et de picking intensif. Léger et compact, il est facilement utilisable et transportable.

Sa poignée gâchette 2 doigts contribue à la fois au confort et à la productivité. Son écran hautement lumineux garantit un grand confort de lecture.

Surtout, le MX7 est un véritable terminal mobile avec toutes les caractéristiques de robustesse et de communication sans fil exigées pour traiter n'importe quelle application dans votre entrepôt.

Et avec la technologie voix ToughTalk™ intégrée, vous êtes totalement prêt pour les opportunités en temps réel d'aujourd'hui et de demain.

Visitez notre site [www.lxe.fr](http://www.lxe.fr) pour les caractéristiques techniques du produit.



donc d'attaquer le marché sur un segment situé à mi-chemin entre la boutique haut de gamme et les produits bons marchés. L'autre particularité de la marque consiste, depuis sa création, à lancer des nouveautés toutes les semaines. Les séries sont volontairement courtes pour favoriser le renouvellement rapide des modèles et inciter les client(e)s à revenir souvent. La société dispose en propre de 65 boutiques en France, plus une trentaine à l'international. Un nombre qui devrait augmenter pour atteindre 200 magasins dans les prochains mois : « *Notre intention est d'ouvrir notre réseau à des affiliés, pour accélérer de manière significative notre développement à court et moyen terme* », précise Frédéric Deconinck.

### **Se concentrer sur l'achat et la vente**

Pour se donner les moyens de ses ambitions, et faire que l'augmentation des flux ne lui fasse pas prendre des risques inconsidérés, l'entreprise a choisi d'externaliser sa logistique : « *Notre métier, c'est d'acheter et de vendre. Pour nous concentrer sur notre business, nous préférons externaliser tout ce qui est support. Ce qui au passage, nous donne plus de flexibilité pour accompagner notre développement* ». Pour gérer son entrepôt central, Tape à l'œil a fait appel depuis un an à Geodis : « *L'enseigne travaillait déjà avec ce groupe depuis sa création, mais uniquement pour tout ce qui est import et distribution* ». Comme la plupart des marques de vêtements, Tape à l'œil fait fabriquer 70 % de sa gamme en Asie. Sur place, le fournisseur remet la marchandise au transitaire Geodis, dans le port ou le dépôt le plus proche. Sept millions de pièces sont ainsi acheminées tous les ans. Les marchandises arrivent groupées ou en containers complets à Anvers ou à Zeebrugge pour être immédiatement réacheminées par camions à Lomme, près de Lille, où se trouve la plate-forme centrale.

Tous les jours, dans cet entrepôt de 5.000 m<sup>2</sup>, 40.000 pièces sont réceptionnées par le prestataire. Après un premier contrôle (pour vérifier la conformité de la commande), 3 à 5 % des produits subissent aléatoirement un examen qualitatif « qui

*doit être effectué dans des délais très courts, pour que la marchandise soit disponible en moins de 48 heures* », précise Frédéric Deconinck.

### **Une collaboration étroite**

Pour le directeur logistique, externalisation n'est pas synonyme de désengagement. Très présent au quotidien, Frédéric Deconinck entend donner son avis, y compris dans le choix de certains fournisseurs : « *C'est nous, par exemple, qui avons choisi le système de pilotage !* explique-t-il. *Nous voulions WES de Dematic parce qu'il se décline dans une version textile. Convivial et facile d'utilisation, sa principale qualité est d'être « structurant » dans la mesure où il est parfaitement conçu pour notre métier .* » Eric Pollet, Responsable du dossier Tape à l'œil chez Geodis en convient : « *Ce n'est pas le logiciel avec lequel nous avons le plus l'habitude de travailler. Mais grâce à Tape à l'œil, nous avons découvert un outil simple dédié à la gestion du textile* ». En dépit d'une attention particulière sur les opérations, Frédéric Deconinck se refuse à imposer des décisions non concertées : « *Ce que nous voulons, c'est établir un vrai dialogue avec notre prestataire. Nous attendons qu'il soit non seulement un bon exécutant, mais aussi un conseil et une force de proposition de nature à améliorer en permanence le service que nous apportons à nos magasins* ».

### **Une grande flexibilité horaire**

Pour Tape à l'œil, le moteur de l'entreprise est bien entendu de séduire le consommateur. Aussi, pour être plus efficace et réduire au maximum les risques de rupture, chaque boutique transmet tous les jours (parfois plusieurs fois par jour) l'état de ses ventes. Ces remontées de caisses sont traitées par le logiciel de gestion commerciale qui déclenche les réappro. Les colis sont constitués en fonction de l'implantation du magasin pour favoriser la mise en rayon. A chaque colis correspond un code. C'est ce code qui suit toutes les étapes du produit, depuis la réception en entrepôt jusqu'à la boutique. Deux jours seulement séparent la prise de commande de la livraison. Dans les périodes de pointe, le prestataire met tout en œuvre pour maintenir ce délai : « *L'avantage de l'externalisation réside aussi dans la flexibilité au niveau des horaires. Les*





**« Les équipes Geodis peuvent accroître leur disponibilité à des moments d'activité intense ».**

équipes Geodis peuvent accroître leur disponibilité à des moments d'activité intense. Ce qui est vraiment très appréciable ». Dans la zone de picking, le record de prélèvement est de 70.000 pièces à la journée. « Les préparateurs détail ont une productivité moyenne de 400 prélèvements par heure », précise Eric Pollet de Geodis.

Mais au-delà des performances actuelles et futures, Frédéric Deconinck souhaite impliquer son prestataire dans le développement du groupe. Et pour sensibiliser les opérateurs à cette croissance, ceux-ci sont également conviés à participer à l'ouverture des nouveaux magasins. Chaque point de vente est organisé sur un modèle standard, si bien que l'implantation ne dure en général pas plus de quatre heures. « Une tâche valorisante qui apporte un éclairage d'ensemble et donne plus de sens au travail des préparateurs », estime le directeur logistique.

### Demain le « e-commerce » !

Pour passer à la vitesse supérieure, Tape à l'œil vise le e-commerce en 2007 : « Pour accompagner notre développement, nous avons décidé de nous lancer dans la vente en ligne. Il s'agit pour nous de créer un magasin virtuel que les internautes du monde entier pourront visiter pour découvrir nos modèles

et acheter en ligne ». Ce nouveau projet, qui concrétise la volonté de la marque de passer à la vitesse supérieure, va nécessiter de nouveaux moyens logistiques. « Là encore, la couverture et les moyens physiques de Geodis vont nous permettre de mettre en place rapidement une organisation adaptée ».

Après une visite dans l'entrepôt principal de cette entreprise qui n'est encore qu'une PME, c'est sa capacité d'anticipation qui interpelle. Bon nombre d'entreprises dans le textile ont démarré leur activité sans se préoccuper des contraintes logistiques. Dans le cas de Tape à l'œil, c'est exactement le contraire.

L'organisation globale (depuis le sourcing jusqu'aux boutiques) a été intégrée dès le départ dans la stratégie de l'entreprise ; et la logistique constitue l'un des éléments clé de son développement : séries très courtes pour réduire les réassorts, pas de retour d'invendus, des remontées de caisses au jour le jour, une logistique externalisée et flexible... Bref une petite entreprise qui a mis au service de ses objectifs commerciaux, une organisation adaptée à son développement futur. Pour bon nombre de PME focalisées sur le commerce et confrontées à des problèmes de sur-stocks ou de délais, Tape à l'œil constitue un bel exemple à suivre.

**Jean-Philippe Guillaume**