

Quel avenir pour les WMS ?



42 Vendredi 26 octobre, *Supply Chain Magazine* a convié une dizaine d'éditeurs à La Maison des Arts et Métiers pour faire le point sur le marché du WMS, ainsi que sur ses évolutions technologiques et fonctionnelles. Les invités ont pu y présenter leur société, leurs solutions et confronter leurs avis sur la manière d'aborder un marché plutôt florissant.



*« Pour ce qui est de l'avenir,
le prévoir, c'est le rendre possible. »*



Les meilleurs planifient Zen.

Présentation des sociétés par leurs représentants à la table ronde

Y a-t-il encore des entrepôts à informatiser ?

Le marché du WMS semble encore très porteur. Pour preuve, la plupart des entreprises réunies autour de la table font état de progressions plus ou moins significatives. Le nombre d'entrepôts à informatiser est-il si important ? Qu'est-ce qui explique le succès du WMS ? Chantal Ledoux de la société a-Sis avance que les mouvements de concentration et de restructuration favorisent la mise en place de nouvelles solutions. En outre, l'externalisation de la logistique se poursuit et entraîne des changements de systèmes d'information. Enfin, s'il est vrai que le marché du WMS a atteint depuis quelque temps son niveau de maturité, il existe tout de même un fort besoin de renouvellement qui offre aux éditeurs de nouvelles perspectives de croissance. C'est également ce que note Jean-Claude Wino de la société grenobloise Hardis, qui observe par ailleurs l'émergence d'un nouveau marché, celui des PME qui réalisent entre 30 à 50 M€ de C.A. : « Ces entreprises, qui croyaient pouvoir se passer d'un outil d'entrepôt, découvrent qu'elles peuvent gagner des parts de marché grâce à une logistique optimisée. De plus, les prix des progiciels sont plus attractifs que par le passé. Ceci rend ce marché extrêmement actif, mais aussi plus compliqué car nous avons souvent face à nous des responsables qui ne sont pas forcément des logisticiens ». Constat entièrement partagé par François Biesbrouk de BK Systèmes, dont le logiciel Speed a été spécialement conçu (en termes de prix et de

Robert Husset (ALDATA)

« Aldata est une société de 600 personnes qui réalise un C.A. de 90 M€, dont 53 en France. Aldata est l'éditeur de la solution G.O.L.D. qui s'adresse à toute la Supply Chain de la grande distribution, mais aussi au marché de la logistique. Notre croissance est plus forte à l'international qu'en France. Nous avons ouvert au cours de ces dernières années des filiales aux USA, au Royaume-Uni et en Russie ».



Pierre-Jean Taverner (AGROSTAR)

« Agrostar est une société du groupe Stef-TFE, spécialisée dans le transport et la logistique de produits alimentaires sous température dirigée. Agrostar réalise un C.A. annuel d'un peu plus de 40 M€ dont 20 % hors groupe, au travers de la vente et de la mise en œuvre de solutions informatiques dont la plus importante est le WMS. Ce dernier est installé sur un certain nombre de plates-formes de la grande distribution : Auchan, Cora... »



Jean-Claude Wino (HARDIS)

« La société Hardis est l'éditeur du logiciel REFLEX. La société a enregistré 34 M€ de C.A. en 2006 et atteindra les 40 en 2007. Ce qui singularise Hardis, c'est d'être une société de services avec une gamme significative de prestations. Notre marché est constitué de 150 clients dans tous les secteurs d'activité où un WMS est pertinent. Notre croissance s'effectue tant en France qu'à l'international ».



Erol Dilman (GENERIX)

« Generix groupe résulte de la fusion de Generix et d'Influe. Il représente 400 collaborateurs et un C.A. de 50 M€. Notre société propose plusieurs catégories d'offres : ERP, approvisionnement et WMS, EDI, portails collaboratifs dont fait partie la GPA. Le défi du moment, c'est le mariage des deux cultures et la mise en place des synergies entre les différents produits existants ».



Présentation des sociétés par leurs représentants à la table ronde



Henri Seroux (MANHATTAN ASSOCIATES) :

« Manhattan Associates est une société américaine qui existe depuis 19 ans et a réalisé en 2006 un C.A. de 290 M\$. Notre croissance est de l'ordre de 19 % sur les trois premiers trimestres 2007. Nous sommes satisfaits car la France a été contributrice de cette progression avec un nombre important de nouvelles signatures. Nous sommes présents sur le Supply Chain Management en général, avec néanmoins un fort cœur de métier sur la SCE et le WMS ».



Gilbert Garcia (KLS)

« KLS est une société française qui fête en ce moment ses 20 ans d'existence. Le C.A. est de l'ordre de 4 M€ en 2006 pour une trentaine de collaborateurs basés à Paris et Grenoble. Notre cœur de métier est le WMS, avec une percée particulièrement forte dans le domaine de la logistique hospitalière. Notre développement se fait en France, en Suisse, en Espagne, en Algérie et au Maghreb ».

Chantal Ledoux (a-SIS)

« La société a-SIS est issue de la fusion entre Logarithme et 3i en 2004. Elle représente aujourd'hui une entité de 170 personnes et appartient à la division Savoie du groupe Legris Industries. Nous réalisons en 2007 un C.A. de l'ordre de 20 M€, en croissance de 20% par rapport à l'année dernière. Nos objectifs de développement sont très axés sur l'international, avec un réseau d'agences en Angleterre, Allemagne, Espagne et Italie. Par ailleurs, nous ouvrons un bureau à Moscou et développons notre réseau de partenaires dans les pays où nous ne sommes pas directement implantés. Nous commençons à engager des relations avec l'Afrique du Nord, qui est en effet une région qui bénéficie d'un avenir prometteur avec les USA et l'Asie. Notre offre était traditionnellement WMS. A présent, nous la faisons beaucoup évoluer vers le transport et plus généralement, la gestion des flux dans la SCE ».



fonctionnalités) pour ce type de marché. Yvon Fouché d'Infflux considère pour sa part que le marché de renouvellement a largement été boosté par les nouvelles fonctions des outils : « Il y a 5 ans, on était encore très opérationnels avec des logiciels qui se limitaient au pilotage des processus logistique. Aujourd'hui, nos outils apportent davantage de services, en particulier dans la simulation et l'aide à la décision ».

Un marché de renouvellement dopé par les nouvelles technologies

Joseph Felfeli d'Acteos pense que ce marché de renouvellement est non seulement dicté par la demande mais aussi poussé par l'innovation technologique. Celle-ci est souvent confrontée à des problèmes d'intégration dans les systèmes propriétaires ; ce qui favorise le recours aux logiciels standard du marché. Henri Seroux de Manhattan Associates ajoute que certaines entreprises ont développé, voici une dizaine d'années, leurs propres WMS parce qu'elles étaient de tailles importantes et qu'elles avaient des besoins précis : « Ces sociétés doivent à présent opérer un choix de renouvellement qui passe soit par un re-développement interne, soit par l'acquisition d'un logiciel du marché. Il est clair, poursuit l'éditeur, qu'il existe à présent beaucoup plus de solutions musclées et configurables qui permettent d'éviter de reconstruire un nouvel outil ». « Dès lors, les équipes informatiques des entreprises joueront plus un rôle de soutien et d'assistance qu'un rôle de développement, complète Joseph Felfeli. Elles n'auraient de toute façon pas le temps ni les moyens de re-développer des technologies que les éditeurs possèdent déjà. » Même constat du côté d'Agrostar avec Pierre-Jean Taverne qui affirme que dans certains domaines comme l'agroalimentaire, les obligations réglementaires prises en compte dans les logiciels du marché sont tellement

pointues qu'il serait extrêmement compliqué pour un service informatique de rattraper 10 ans d'expérience.

Vers plus de stocks à gérer ?

Robert Husset d'Aldata évalue à 10 ans la durée moyenne de renouvellement technologique d'un parc : « C'est également le temps de la maturation du besoin, ce qui explique pourquoi nous connaissons aujourd'hui un bon volume d'affaires. Le deuxième moteur de croissance que nous enregistrons se situe dans les nouveaux besoins des entreprises qui trouvent, par exemple dans la technologie vocale, le moyen de gagner en productivité et en qualité ». Generix, qui ne pense pas autrement, manifeste un réel optimisme considérant que la gestion des stocks reste plus que jamais un métier d'avenir. Erol Dilman s'en explique : « Tout ce qui a



été fait au cours des 20 dernières années en matière de flux tendus s'est déroulé dans un contexte où le prix de l'énergie et du transport était très bas. Aujourd'hui, c'est fini ! Tous les arbitrages entre coût du transport, coût de détention de stocks et coût de main d'œuvre vont être remis en cause pour des raisons tarifaires et réglementaires. Dans ce contexte, il est tout à fait probable que les stocks de proximité vont redevenir à la mode et qu'il faudra de nouveaux logiciels pour bien les gérer ». Une appréciation partagée par Bruno Gauffroy qui synthétise la bonne santé du marché du WMS en trois points : les réorganisa-

tions internes, la refonte des flux externes et les évolutions technologiques (en particulier le vocal).

Vers une verticalisation de l'offre ?

Pour coller au plus près des besoins des utilisateurs, les logiciels d'entreposage doivent-ils se décliner par métier ? Y a-t-il un réel intérêt à développer des versions dédiées ? Joseph Felfeli répond clairement non : « L'industrie manufacturière a connu dans les années 1980 une mode des solutions verticalisées. Aujourd'hui, on a largement dépassé cette phase et je pense qu'en matière d'entreposage il en sera de même. La personnalisation doit pouvoir se faire à travers des systèmes fortement configurables et modulaires dans une optique d'optimisation globale ». Generix partage cette vision, même si ponctuellement l'éditeur fait appel à des intégrateurs qui

Présentation des sociétés par leurs représentants à la table ronde



Yvon Fouché (INFLUX)

« Créée voici 12 ans, la société Infflux compte à présent 45 collaborateurs et réalisera cette année un C.A. de 3 M€. Nous avons une offre complète en matière de Supply Chain Execution. Nous intervenons principalement en France où nous avons 120 sites installés. Nous commençons à nous intéresser à l'international, mais d'une manière relativement occasionnelle pour l'instant ».



Joseph Felfeli (ACTEOS)

« Nous sommes une entreprise franco-allemande. Notre C.A. en 2006 a atteint 11 M€ et nous enregistrons une forte croissance cette année. Notre offre couvre 5 grands domaines de la Supply Chain : approvisionnement, transport, entrepôt, planification des ressources et traçabilité ».



François Biesbrouk (BK Systèmes)

« BK Système est le « petit poucet » du groupe puisque nous réalisons 1,5 M€ de C.A. Nous avons 10 ans d'existence et employons une quinzaine de personnes. Au départ, notre produit était plutôt dédié PME/TPE. Mais progressivement, notre logiciel grandit et arrive dans la grande distribution. A l'export, nous avons réalisé une installation en Suisse. Nous avons une offre essentiellement WMS et planification des transports ».



Bruno Gauffroy (INFOLOG Solutions)

« Infolog Solutions est une entreprise de 180 personnes dont 150 en France. Elle compte désormais 4 filiales étrangères à Milan, Madrid, Montréal et Sao Paulo. C'est une gamme de produits logistiques avec un WMS, un TMS, un module de gestion commerciale, un outil de traçabilité et un outil de pilotage de flux. L'entreprise réalise 20 M€ de C.A. ».

vont apporter de la verticalisation et de la compétence métier pour des clients spécifiques. « *Nous avons une approche un peu différente*, revendique Yvon Fouché qui souligne que *la partie configurable par les utilisateurs pose des problèmes de compatibilité ascendante : Notre principe est de fournir une base commune et de développer des modules métiers qui correspondent à des contraintes réglementaires, sectorielles ou de normalisation. Le fait de proposer cette pré configuration nous permet de toucher une clientèle de PME qui n'ont pas le temps de configurer elles-mêmes leur outil. Ce sont par exemple des sociétés du textile, de l'automobile, de la santé...* »

Chantal Ledoux réagit en indiquant qu'elle partage l'approche multi métiers, sauf pour la logistique hospitalière qui obéit à des logiques spécifiques et exige des logiciels dédiés. De plus, un système configurable pose la question de la compétence de l'utilisateur. Est-il bien en mesure de prendre le relais ? « *C'est véritablement un point fondamental !* », s'exclame Jean-Claude Wino qui va jusqu'à considérer qu'il détermine souvent la réussite ou l'échec d'un projet. Alors standardisation ou verticalisation ? On le voit, cette question soulève également le problème des ressources humaines. Comme le fait remarquer Gilbert Garcia de KLS, plus on se spécialise et plus on a besoin de compétences particulières. Ce qui représente une difficulté de recrutement et nécessite parfois de gros efforts de fidélisation pour conserver des collaborateurs difficilement remplaçables.

Les secteurs qui font rêver les éditeurs

Y a-t-il des domaines sous-équipés ? Quels grands secteurs d'activités peuvent encore faire rêver les éditeurs de WMS ? « *La distribution multi canal !* », répondent en chœur plusieurs éditeurs, dont Manhattan Associates : « *C'est une aventure commerciale qui concerne l'ensemble des Retailers et qui bouleverse beaucoup*

de choses dans leur organisation et dans leurs relations avec les clients... Et les dirigeants qui se demandent toujours comment ne pas rater la moindre vente, cherchent naturellement des solutions qui associent de la planification, de la visibilité pour connaître la disponibilité à date, du multi entrepôts... C'est donc un chantier fantastique et je pense qu'il y aura beaucoup à faire dans ce domaine à l'avenir ». Même appréciation chez Generix qui estime que les distributeurs ont traité cette question d'une manière assez marginale, mais qu'elle constitue un fort potentiel de business pour les prochaines années. François Biesbrouk n'en pense pas moins, considérant qu'à chaque canal correspond un type de préparation, et donc une typologie de logiciel adapté : « A cet égard, je pense qu'un outil doit être évolutif, réactif, facilement configurable et doit favoriser la mobilité pour s'adapter rapidement aux différentes stratégies de vente et de distribution ». Mais ce qui est vrai pour un « petit » logiciel ne l'est pas forcément pour une solution plus lourde et plus riche fonctionnellement, objecte Yvon Fouché. « Je suis d'accord », réplique François Biesbrouk, tout en avançant que la tendance actuelle va dans le sens d'un déploiement plus rapide, avec peut-être moins de fonctionnalités mais aussi moins de dépendance vis-à-vis de leurs ressources. Selon toute vraisemblance, le multi canal, qui n'en



n'est qu'à ses débuts, devrait constituer un nouveau levier de croissance pour les éditeurs qui sauront proposer des solutions s'adaptant à chaque mode de distribution.

Les progiciels du marché font-ils tous la même chose ?

Lorsque l'on interroge les éditeurs sur la couverture fonctionnelle de leurs WMS, on a, à première vue, l'impression que les principaux progiciels du marché remplissent à peu de chose près les mêmes fonctions. Et pourtant, les différences existent. C'est ce qu'affirme Chantal Ledoux qui estime que chacun possède son propre domaine d'excellence : « La première chose que l'on aborde avec son client, c'est son métier. La technologie vient après. Bien sûr, il peut y avoir des différences, mais ce n'est pas l'axe différenciant ». François Biesbrouk approuve, tout en précisant que son domaine d'excellence est... la simpli-

cité. Ce n'est certes pas le créneau de Manhattan qui n'avance cependant pas toujours sa richesse fonctionnelle comme argument n°1 : « si Manhattan investit tous les ans 30 M€ en R&D, ça doit quand même faire une différence au niveau technologique. Mais ce n'est pas forcément ce qui intéresse le client. Pour faire son choix, il aura besoin de savoir jusqu'à quel point nous serons capables de régler en finesse son problème, sans développement spécifique. Et nous, nous allons lui demander de nous en dire un maximum sur sa manière de travailler, de façon à élaborer des scénarios. C'est vraiment comme cela l'on peut trouver la bonne adéquation entre la connaissance du métier et l'outil informatique ». Et c'est d'ailleurs ainsi que la plupart des clients abordent le problème. « Je me souviens, raconte Bruno Gauffroy, qu'un client nous a envoyé un cahier des charges qui comprenait 570 lignes de questions ouvertes. Or les réponses à ces questions peuvent être très simples, mais également excessivement compliquées car elles demandent un grand niveau de finesse. »

La largeur et la profondeur

Pour Jean-Claude Wino, la question du choix d'un logiciel se résout sur un tableau en deux dimensions : « J'aime bien cette notion de largeur et de profondeur : en largeur, pour ce qui est de la couverture fonctionnelle, nous avons tous la même chose ou presque. Mais en profondeur, lorsque l'on va au « bout du bout », il existe des différences importantes. Malgré cela, je reconnais que l'utilisateur n'a pas toujours besoin du « bout du bout ». Alors pour décider nos prospects, nous les emmenons voir nos clients. Nos meilleurs commerciaux, ce sont eux ! » Pour Gilbert Garcia, c'est effectivement la connaissance du métier du client qui emporte souvent la décision : « S'il sait que l'on a équipé quelqu'un qui fait le même métier que lui et que cet utilisateur est satisfait, ça le sécurise et souvent, ça suffit à faire la différence ». Chantal Ledoux

Une volonté de développement international

Dans ce débat très riche, les éditeurs nous ont fait part également de leurs développements à l'étranger. Ainsi, Manhattan Associates, présent dans un grand nombre de pays, réalise actuellement une belle percée en Russie. KLS est présent au Maghreb. A-Sis se développe en Europe du Nord, en Allemagne, en Scandinavie et en Russie. Acteos est particulièrement bien implanté en Allemagne. Aldata réalise la plus grosse partie de son C.A. hors de France, en particulier en Europe de l'Est et aux USA. Infolog Solutions est en Russie, Pologne, Ukraine, Italie, Espagne et accompagne ses clients dans le monde entier (Brésil, Asie...). Generix est également très bien représenté dans de nombreuses régions du monde comme le Brésil, l'Inde, la Chine...

exprime un avis similaire en d'autres termes : « *Le premier axe de notre approche commerciale s'appuie sur le discours fonctionnel ; le deuxième repose sur la confiance qui doit s'établir autour de la structure du projet, des équipes, mais aussi des expériences similaires qui l'ont précédé. En fait le client achète de la confiance* ». Joseph Felfeli estime pour sa part que les critères retenus par les clients sont en premier les fonctionnalités, puis la qualité de l'équipe qui va accompagner le projet. « *Mais en short list, je pense qu'au final c'est le prix qui fera la différence* ». Un avis qui est loin de faire l'unanimité. Pour plusieurs participants, lorsque l'on se situe dans une gamme de prix comparable, on ne va pas jouer la réussite d'un projet sur des différences tarifaires, somme toute relativement mineures au regard des enjeux. Et pourtant, comme le souligne Yvon Fouché, dans certaines

entreprises de taille moyenne, une première sélection est opérée par l'équipe logistique, puis une seconde par le service achat, qui pour justifier son rôle, met en avant des arguments de prix pas toujours très judicieux.

Un débat consensuel

On retiendra, au terme de ces trois heures d'échange, que les participants s'accordent sur la bonne santé du marché. Dynamisé par un effet de renouvellement, il l'est aussi par l'apport des nouvelles technologies (vocal, RFID, mobilité...). Les utilisateurs choisissent une solution principalement pour ses capacités à répondre à une problématique métier. Et lorsqu'ils pré-sélectionnent des éditeurs dans une même gamme de prix, ce dernier pèse peu dans la décision finale. Il apparaît également que les logiciels très complets et très riches fonctionnellement trouvent leur marché, tout comme des

solutions plus légères, plus adaptées au marché des PME ou à certains types d'activités. Enfin, d'une manière générale, les WMS sont de plus en plus complétés par des logiciels de transport (TMS), de gestion commerciale, de ressources humaines, de slotting optimisation, d'outil de simulation, de planification de la distribution, de gestion de flux multi-sites... Bref, on vend de moins en moins de WMS et de plus en plus de solutions de « Supply Chain Execution » intégrant à la carte les modules dont l'utilisateur à besoin. Finalement, une belle revanche des éditeurs spécialisés sur ce marché qu'un représentant d'un éditeur d'ERP (aujourd'hui disparu) vouait, lors d'une table ronde similaire il y a quelques années, à être dévorés tout crus par les grands éditeurs de progiciels intégrés !

**Propos recueillis par la rédaction
de Supply Chain Magazine**