

# Traçabilité

## Monoprix joue la transparence

Depuis deux ans, Monoprix dispose d'un système de traçabilité qu'il a développé en tirant parti des forces de ses applications informatiques existantes. Sa philosophie : respecter les standards en cherchant constamment comment améliorer ses processus.

Le 20 août dernier, Monoprix annonçait le rappel d'un produit, le « Saucisson du marin tranché 60 g » de la marque Monoprix Gourmet, suite à une analyse ayant révélé la présence de *Listeria monocytogenes*. Cette communication visait uniquement à prévenir d'éventuels consommateurs du lot défaillant, en mettant à leur disposition un numéro vert pour entrer en contact avec des médecins pouvant répondre à leurs questions. Car en parallèle et au préalable, Monoprix avait pris soin de procéder au retrait du produit auprès de ses magasins. « Dès la diffusion de l'alerte dans les magasins, les produits incriminés sont physiquement retirés des linéaires dans l'instant. Nous avons également amélioré le temps de réponse des magasins concernés par l'alerte : 80 % répondent le lendemain, les 20 % le surlendemain mais les produits sont déjà mis en consigne », explique Sylvie Ledoux, Responsable de projet EDI et standardisation. Cette réactivité, jugée assez bonne dans le monde de la grande distribution, est le fruit d'un long travail initié fin 2004 par les directions qualité et Supply Chain pour se mettre en conformité avec la réglementation européenne sur la traçabilité dans l'agroalimentaire (CE 178/2002, appliquée au 1<sup>er</sup> janvier 2005).

### Un projet d'entreprise

« L'objectif de la direction qualité était notamment de cibler les alertes, alors qu'en logistique, les besoins étaient davantage liés à l'amélioration des processus de réception et de stockage. Nous avons associé les deux dans un projet d'entreprise », se souvient Sylvie Ledoux. Avec un



**Sylvie Ledoux**, Responsable de projet EDI et standardisation chez Monoprix : « L'objectif de la direction qualité était notamment de cibler les alertes, alors qu'en logistique, les besoins étaient davantage liés à l'amélioration des processus de réception et de stockage. Nous avons associé les deux dans un projet d'entreprise »

premier postulat de base : le futur système devra suivre les standards GS1 (codes-à-barres, SSCC, DESADV) et s'intégrer aux outils existants en interne. Sur les quatre sites logistiques « produits secs » de la douzaine de centres logistiques liés aux produits de grande consommation (gérés par sa filiale logistique Samada), Monoprix disposait déjà d'outils jugés assez performants, en l'occurrence le WMS Logidrive d'Acteos. En revanche, c'est sur la partie produits frais que se sont concentrés les efforts de refonte des outils d'exploitation, car les huit sites logistiques « frais » étaient dotés d'un WMS obsolète, pas adapté aux processus de traçabilité. La procédure de réception et d'expédition y était très rudimentaire, avec des bordereaux de préparation manuscrits.

### Un investissement de 5 M€

La décision est prise de déployer Logidrive, dans une version plus récente, sur les huit sites produits frais, à partir de juin 2005. La mise en œuvre s'est terminée en 2006 et l'homogénéisation des versions de Logidrive sur tous les sites est toujours en cours. Mais le projet ne s'est pas arrêté là, car les différents WMS avaient chacun leur base en local. La seconde étape pour les équipes informatiques de Monoprix a donc consisté à développer, à partir d'un produit Acteos, une base centralisée. Cet historique de traçabilité de tous les produits alimentaires s'est constitué progressivement. L'outil



© Monoprix



© Monoprix



peut être interrogé en fonction de différents critères (nom du produit, numéro de lot, DLUO, SSCC), pour savoir si le produit en question est encore en entrepôt, s'il est en zone de Picking ou en stockage, s'il est distribué sur tel ou tel magasin, etc. Le troisième pilier du projet traçabilité a porté sur la manière de communiquer les alertes ciblées aux magasins concernés, par le biais d'un Workflow. Là encore, Monoprix n'a pas cherché à réinventer la roue : « *Nous avions déjà un intranet, où il était possible de publier ces alertes. Nous avons donc développé une interface automatique d'extraction des données de la base traçabilité vers le site intranet de l'entreprise* », explique Sylvie Ledoux.

L'outil de traçabilité, dans son intégralité, est en place depuis deux ans, pour un investissement total estimé à 5 M€. Depuis, Monoprix est loin de s'endormir sur ses lauriers et travaille constamment à des ajustements de son système et de ses processus pour raccourcir encore les délais en cas de rappel des produits.

**Jean-Luc Rognon**

## Une fausse alerte plus vraie que nature

**P**our tester son système de traçabilité, Monoprix a fait appel au cabinet CPV Associés. Ce dernier devait l'aider à simuler une alerte avec retrait de produits de la vente, afin d'en mesurer les performances. Les équipes de deux entrepôts situés dans l'Oise et le Val d'Oise n'étaient ni prévenues, ni spécialement préparées. Pour Monoprix, l'objectif était d'effectuer le retrait dans l'ensemble des



L'entrepôt HQE de Marly-la-Ville, exploité par la Samada, le prestataire logistique du groupe Monoprix

©B.Leroy

entrepôts en moins de quatre heures sur le lot d'un produit concerné, en provenance de Benedicta, qui a joué le jeu en donnant l'alerte, diffusée via l'intranet. Quatre heures plus

tard, les palettes concernées étaient bloquées dans l'entrepôt. En revanche, l'alerte n'était diffusée vers les magasins qu'au bout de cinq heures, car l'extraction de la base traçabilité a pris plus de temps que prévu en raison d'une mise à jour par batch. Au final, au lieu de quatre heures théorique, le délai de retrait total du produit est passé à trois jours. L'exercice aura permis d'identifier les points à améliorer et surtout de se rendre compte que l'outil informatique n'est rien sans un solide processus organisationnel et une formalisation de la procédure de traitement d'alerte.