

Téléphonie, électronique grand public, informatique : les nombreux acteurs du secteur high-tech représentent une part importante de l'activité des transporteurs. Chez UPS, il pèserait ainsi 40% du chiffre d'affaires. De plus, les entreprises de high-tech demandent des prestations de transport haut de gamme. Volume et qualité : deux mots clés qui traduisent l'importance de ce secteur pour les transporteurs.

Produits high-tech, secteur clé des transporteurs



76



©DR

Jean-François Thonin
Directeur de Data-deliver
jfthonin@data-deliver.com

2 millions de téléphones portables ont été vendus en 2007 et 28 millions de produits issus de l'Électronique Grand Public (TV, DVD, décodeur) selon Xerfi. 5 millions de colis ont été expédiés en 2007 par Orange rien que pour l'activité terminaux. Chez le grossiste TechData, 13 millions d'articles sont préparés chaque année. Ces quelques données permettent de prendre conscience du poids des acteurs du high-tech pour les transporteurs. Ce secteur d'activité est marqué par un

cycle de vie de plus en plus court des produits. Les ruptures technologiques se multiplient à une vitesse folle. Elles favorisent la convergence des supports. Ainsi, des produits encore récents comme les GPS voient aujourd'hui leurs ventes freinées par les téléphones portables intégrant cette fonction. À l'inverse, de nouveaux produits apparaissent, comme les netbooks ou les cadres photos numériques. Le dynamisme de ce secteur est tel que des acteurs comme Acer osent déclarer que la crise aura peu d'effet sur leurs activités. Ce dernier a

©Geodis



TRI, PRÉPARATION DE COMMANDES, STOCKAGE ET CONVOYAGE

Découvrez ce que Vanderlande Industries peut faire pour vous:

www.vanderlande.fr



ainsi récemment annoncé sur Digi-Times qu'en 2009, ses ventes de PC devraient augmenter de 20 à 30 %.

Besoin de sécurité

Le principal besoin des acteurs du high-tech est la sécurisation des flux. En effet, ces produits représentent une forte tentation en termes de vol car ils sont faciles à écouler. Les chargeurs imposent donc à leurs prestataires d'investir dans la sécurisation de la chaîne de transport. L'enjeu est tel que SFR suit quotidiennement les taux de litiges, comme en témoigne M. Boileau, son Directeur Supply Chain. Il est capable d'identifier si ces derniers sont concentrés sur une agence d'un de ses transporteurs. Si c'est le cas, SFR demande au service sécurité du transporteur de résoudre les problèmes. Pendant que le service sécurité mène son enquête, SFR transfère les flux qui passaient habituellement par cette agence à un autre transporteur. Sylvie Petit Huguenin, Directrice SCM France d'Orange reconnaît que les opérateurs télécoms sont demandeurs de prestations haut de gamme. Autrement dit, ils acceptent de payer plus cher mais en échange, ils ont amené les principaux prestataires comme Chronopost, TNT ou Ciblex à investir dans la sécurité : véhicules avec GPS, caméras dans les agences, zones sécurisées grillagées pour les mises en instances...

Livraison avec service ajouté

Autre demande importante de ce secteur : la livraison avec valeur ajoutée. Les chargeurs demandent de plus en plus aux transporteurs de réaliser des prestations associées à la livraison. La plus répandue est l'échange standard ou le service SWAP. Mais cela peut aller plus loin. Par exemple, le livreur chez Ciblex peut être amené à assister le destinataire à transférer les données de son ancien téléphone portable vers le nouveau apporté par le livreur. Pour l'informatique, certains chargeurs demandent aux transporteurs de para-

40% du CA en high-tech

Le secteur high-tech ne fait pas l'objet de process particulier. Il est traité comme les autres flux. Selon Mme Latour, Directrice Marketing, « il faut juste éviter les emballages trop voyants. Toutes les agences UPS sont déjà équipées de caméras. Le high-tech ne pose pas plus de problèmes que d'autres secteurs comme le luxe, par exemple. »



TNT High-tech, un des cinq secteurs stratégiques



Laurent Callarec, Responsable marché Information Communication Electronics chez TNT indique que « les marges sont faibles dans ce secteur, les stocks sont donc réduits au maximum. L'express est ainsi sollicité. Il s'agit d'un marché concentré avec de nombreux acteurs de taille mondiale mais avec également de nombreux petits acteurs, ne serait-ce que les sous-traitants. »

Ciblex propose des diagnostics sécurité à ses clients

Selon Mme Collec-Leclerc, Directrice Marketing, « le point fort de Ciblex est de débiter la prestation par un diagnostic sécurité visant à proposer des procédures adaptées au flux du client. »

GLS consolide les commandes à la livraison

Vincent Perret, Directeur Ile-de-France de GLS fait remarquer que l'une des spécificités en termes de demande de ce secteur est la capacité à regrouper les commandes issues de plusieurs sites pour une même livraison. A titre d'exemple, GLS va collecter l'unité centrale sur un site A, l'écran sur un site B et les périphériques sur un site C pour livrer l'ensemble à un seul destinataire.



Euronics/Gitem livre avec ses propres camions



Euronics, plus connu en France sous la marque Gitem, est le second acteur en Europe pour la vente d'électroménager domestique avec 11.000 points de vente. Sur notre territoire, ce dernier a décidé de conserver en interne la fonction transport qu'il considère comme stratégique. « *Un retard dans la livraison et c'est une vente perdue pour nos adhérents* », explique M. Delannoy,

Responsable logistique. C'est donc avec ses propres camions que Gitem livre une à deux fois par semaine ses 3.500 points de ventes.

Canon, la loi des 90-10

M. Bagegorre, Directeur SCM France de Canon, explique que les pièces détachées de Canon sont gérées par un entrepôt européen pour les références à faible rotation. Un entrepôt en France traite les autres. Sur 11.000 références, 90 % sont stockées en France et 10 % dans l'entrepôt européen.

Ingram utilise quasiment tous les types de transporteurs

Ingram est un grossiste américain de taille mondiale spécialisé dans la distribution de produits high-tech. Son DGA, M. Michelli, souligne que les volumes générés par son activité l'amènent à utiliser quasiment tous les types de transporteurs. Les livraisons allant de la simple cartouche d'encre au camion complet pour la grande distribution.

Geodis propose une offre globale

Selon, Bruno Leyvastre, Directeur du marché high-tech pour le prestataire logistique, il existe désormais une demande forte des grands fabricants mondiaux pour la prise en charge de l'ensemble de leur logistique, depuis les producteurs asiatiques jusqu'à l'utilisateur final. En outre, le prestataire doit être en mesure d'effectuer à chaque étape des prestations à valeur ajoutée (contrôle, constitution de kits, intégration de logiciel, personnalisation des produits, ...).



©Geodis BMI

Sernam livre à l'heure dite

Pour Eric Sainte-Claire Deville, Directeur Commercial de Sernam, les clients du secteur high-tech ont des besoins précis mais aussi très variés. « *Il leur faut du choix, et à côté d'un recours dominant à l'express, ils se tournent aussi vers deux services spécifiques : l'un qui apporte un niveau de sûreté et l'autre qui assure des livraisons au moment où leur technicien se présente chez leur client.* »

métriser les ordinateurs, voire de réaliser l'installation chez les clients et de reprendre les vieux produits avec leurs emballages. Des acteurs issus du déménagement ou du transport de meubles comme Girard se sont positionnés sur cette niche. Du fait de leur taille, de la complexité de la prestation et du nombre de demandes, ces acteurs ne proposent en général leurs services que sur une zone régionale précise : Ile-de-France, région Lyonnaise... A ce jour, il n'y a pas de réseaux nationaux pour ces prestations à forte valeur ajoutée. Aussi, sont-elles confiées à des spécialistes du Customer Care, des SSII ou des revendeurs. Les chargeurs doivent donc s'appuyer sur plusieurs prestataires.

Peu de stocks dans les points de ventes

Plusieurs facteurs incitent les acteurs à réduire au maximum leurs stocks. Tout d'abord, le cycle de vie de plus en plus court des produits favorise un renouvellement rapide des références. En

outre, le secteur est marqué par une tendance forte à la baisse des prix et donc à la dévalorisation des stocks. En stockant un produit, le détaillant prend le risque de devoir vendre son produit moins cher qu'il ne l'a acheté. Selon, Cyril Kezar, Animateur de la communauté des revendeurs informatiques, cela ne peut plus durer. Chaque année, pour préserver leur marge, les revendeurs

doivent augmenter leurs volumes de ventes afin de faire face à la baisse des prix de près de 15 % des produits. Cette course au volume va bien devoir s'arrêter. En attendant, on assiste donc à une « démassification » des flux. Dans ce contexte, les grossistes et les transporteurs voient leur rôle se renforcer. Ils jouent le rôle d'animateur de la filière, en faisant le lien entre les fabricants et les points de ventes.

Valorisation des déchets

La dernière caractéristique de ce marché concerne la valorisation des déchets : les DEEE. Compte tenu des directives européennes depuis 2005, les acteurs de la distribution de produits high-tech, et notamment les fabricants, se sont vus imposer la mise en place d'une filière de valorisation des déchets. Canon est un précurseur en la matière : dès 1992, il a instauré une filière de recyclage des cartouches. Selon M. Esposito, Chef du service normes et environnement



©TNT

de Canon, la difficulté réside dans la collecte des produits. Ces derniers sont diffus. Il est donc nécessaire de trouver un juste milieu entre le coût de la collecte et la facilité pour le détenteur du déchet à le réintégrer dans la filière. Pour réduire les coûts de collecte, les fabricants de produits high-tech adhèrent à des éco-organismes. En marge de la valorisation des déchets proprement dits, une nouvelle activité de remise en état des équipements en milieu de vie a vu le jour ces dernières années. Ainsi, plusieurs constructeurs informatiques, dont Lenovo par exemple, confient à Geodis, le recyclage complet d'ordinateurs portables et de leur batterie, afin d'orienter ces produits vers un marché de seconde vie, favorisant ainsi l'aspect économique. Toutefois, la valeur de certains déchets ou de produits usagés, comme les téléphones portables ou les cartouches d'encres laser, représente une opportunité qu'ont saisie plusieurs acteurs. Etrangement, il ne s'agit pas de transporteurs, alors qu'ils étaient bien placés pour se positionner sur cette niche en forte croissance. Toutefois, il n'est jamais trop tard pour bien faire... ◆