



Damlomsina Prasit,
Responsable du service
import depuis 1982
« *Nous utilisons tous
les moyens de transport
existants en dehors
du fluvial qui n'est pas
suffisamment développé
en Extrême-Orient.*

©Diane-Isabelle Lautrédou

TANG FRÈRES SA

Qui veut gravir une montagne commence par le bas*

22

Lors de la naissance de l'enseigne Tang Frères SA, l'objectif était double : vulgariser les produits alimentaires asiatiques auprès d'un public européen et accompagner les expatriés dans leur nouveau pays.

Plus de trois décennies plus tard, le contexte économique mondial a dopé la mise en concurrence de producteurs locaux en Asie mais aussi aux Etats-Unis et en Europe. Doucement, le groupe adapte ce nouveau paramètre à sa stratégie logistique.

Bientôt 35 ans après leur arrivée en France, les frères Rattanavan ont érigé un empire qui les place, cette année, au 298^e rang des fortunes professionnelles du classement de l'hebdomadaire Challenges. Distribution alimentaire, restauration rapide, télévision, le sens des affaires des deux Laotiens d'origine chinoise continue de faire prospérer le groupe qui a enregistré un chiffre d'affaires de 148 M€ en 2008 contre 135 M€ en 2007. La crise économique ? Le distributeur l'a découverte par un prisme purement financier, « *cette année, nous avons été péna-*

lisés par la baisse du cours du dollar. Résultat, pour atteindre le même volume d'activité, il a fallu redoubler de travail », témoigne Damlomsina Prasit, Responsable du service import de Tang Frères SA. Au quotidien, les difficultés économiques n'ont pas perturbé la gestion quotidienne des sept magasins franciliens, d'une surface de 1.500 m² et de près de 7.000 produits en rayons. A raison de 3.000 à 4.000 conteneurs annuels, 80 % des expéditions sont composées de produits secs contre 20 % de produits frais. A chaque famille de marchandises son plan de transport. Seuls les

*Diction chinois

derniers kilomètres passent par la route. Visite dans les coulisses d'une logistique qui a contribué au succès du modèle.

Une production qui s'exporte

Travaillant essentiellement avec des pays issus des quatre coins d'Asie, 40 % des flux de l'enseigne proviennent de Thaïlande, 30 % de Chine et 30 % de Corée, Japon, Taiwan, Singapour, Malaisie et Vietnam. Depuis quelques années de nouveaux producteurs émergent, notamment aux Etats-Unis et au Canada, « *Nous avons une communauté indo-chinoise importante sur la côte Est des Etats-Unis. Certains ont commencé à cultiver des produits, comme le soja, sous serre. De son côté, grâce à sa récente ouverture économique, le continent asiatique a vu naître une saine concurrence au sein de ses frontières mais aussi au delà* », constate Damlomsina Prasit. Appliquant la même technique de culture, des fabricants espagnols et hollandais ont également vu le jour il y a quelques temps. Conclusion, sur les étalages, le prix de vente de certains articles est minoré d'en moyenne 8 %, « *Le transport représente 15 % du prix d'un article. Plus il est court, plus son tarif diminue pour le consommateur* », résume-t-il. En règle générale, le donneur d'ordres ne traite jamais en direct avec ses fabricants puisque c'est sa centrale d'achats interne qui s'en occupe. A la clé : des commandes régulières pour les producteurs référencés, « *pour réaliser nos prévisions, nous nous appuyons sur nos volumes des trois dernières années auxquels nous ajoutons les volumes des marchés saisonniers récurrents* », calcule-t-il. Stabilité des flux, extension du nombre de sites de production, le casting semblait quasi-idéal. Seul hic : des réseaux d'infrastructures inégaux pour le transport amont. « *Nous utilisons tous les moyens de transport existants en dehors du fluvial qui n'est pas suffisamment développé en Extrême-Orient. Les marchandises en provenance de Chine, Malaisie ou Singapour, sont rapatriées par le rail tandis que celles issues de Thaïlande, de Corée ou du Japon, passent par la route* », décrit-il. Puis, elles sont regroupées et traitées dans les entrepôts de Tang Frères en Asie avant d'être expédiées en France par avion ou par bateau.

Le sec par la mer, le frais par les airs

Pour les produits secs, qui ne sont pas contraints à des durées de conservation aussi courtes que les denrées fraîches, le maritime reste le mode de transport le plus utilisé. Néanmoins, le choix du prestataire le plus adapté nécessite quelques règles. Premièrement : pas d'intermédiaire. « *Dans 70 %*

des cas, nous travaillons en direct avec les armateurs », explique Damlomsina Prasit. Deuxièmement : pas d'engagement, même à court terme. « *Nous n'établissons pas de contrat car nous souhaitons rester libres* », revendique-il. Les prix sont ainsi négociés par trimestre ou par mois. Troisièmement : un savoir-faire exclusif. « *Parfois, les transporteurs nous proposent des options supplémentaires liées, notamment, aux services douaniers ou de transit empiétant sur l'activité de nos transitaires* », précise-t-il. Idem pour les fournisseurs, « *Certains fabricants veulent aussi effectuer la livraison. A choisir, nous préférons nous en charger* », confie-t-il. Sur la partie « produits frais »,



Chaque année, 3.000 à 4.000 conteneurs approvisionnent les entrepôts du groupe.

l'aérien s'impose par sa rapidité. « *80 % des légumes que nous achetons proviennent de Thaïlande et 20 % de Chine ou du Vietnam. Nos volumes varient en fonction des saisons. En été, nous chargeons 30 tonnes contre 20 tonnes en hiver* », reconnaît-il. Sur ce créneau, le choix du transporteur reste relativement restreint, alors, au moindre changement organisationnel de ce dernier, les conséquences s'en font ressentir sur le terrain, « *Cette année, la compagnie avec laquelle nous travaillons depuis trente ans a réduit la fréquence de l'une de ses liaisons sur l'Extrême-Orient. Du coup, nous nous sommes tournés vers un autre transporteur qui a accepté de prendre en charge une petite partie de nos volumes* », affirme-t-il.

La route, un gain de temps précieux

A peine débarquées sur le territoire français, les marchandises doivent respecter un planning serré. Et pour cause, 40 % d'entre elles sont à distribuer dans la matinée. Alors, chaque jour, elles rejoignent par trois vagues de livraison successives les entrepôts avant 10 heures. « *Nous réceptionnons nos produits à sept heures, huit heures et neuf heures.*

Avec ces horaires, nous pouvons enchaîner dans la foulée les préparations de commandes pour les denrées qui reprennent la route jusqu'au client final », indique Damlomsina Prasit. Parmi eux : des épiceries, des restaurateurs et d'autres surfaces de vente. « *En Ile-de-France, nous approvisionnons, en moyenne 4.000 restaurants régulièrement. Leur impératif est d'être livrés suffisamment tôt pour pouvoir assurer le coup de feu de midi. Une autre partie de notre marchandise est destinée à des magasins qui doivent mettre les produits sur les étalages avant l'arrivée des premiers clients* », ajoute-t-il. Pour gagner du temps, la route a largement fait ses preuves. Afin de dénicher ses prestataires, le groupe fait appel à huit transitaires « *sélectionnés davantage sur leurs compétences que sur leurs prix* », confie Damlomsina Prasit. Ensemble, ils ont établi une liste d'une cinquantaine de routiers, « *Dans la majorité des cas, ce sont des structures familiales disposant d'une cinquantaine de véhicules. Dans notre cahier des charges, nous nous appuyons sur trois critères fondamentaux : la fiabilité, la disponibilité et la réactivité* », revendique-t-il. En revanche, le grand absent du plan de transport de Tang frères SA reste le ferroviaire car « *son coût est beaucoup trop élevé et ses fréquences ne nous permettent pas d'optimiser notre matinée* », regrette-t-il.



Le groupe dispose d'une surface totale d'entreposage de 36.000 m².

minait annuellement 600 équivalents vingt pieds (environ 300 conteneurs de 40 pieds) sur cette liaison contre 400 à 450 conteneurs aujourd'hui, soit 15 % de son volume. Malgré tout, le chargeur ne semble pas totalement conquis par cette formule, « *Sur la route, les délais de livraison restent inférieurs à trois heures contre deux jours par la voie d'eau. De plus, contrairement à sa réputation, le fluvial n'est pas moins cher car il nécessite des manipulations de conteneurs supplémentaires impliquant de fait des coûts plus élevés* », compare Damlomsina Prasit.

Une logistique optimisée

Dernière ligne droite pour les flux : leur traitement dans les centres de distribution du groupe. En effet, il dispose d'un entrepôt de 36.000 m² à Vitry-sur-Seine et d'un second de 10.000 m² à Alfortville. Au total, ces deux établissements organisent les mises en rayon et les expéditions de quelques 3.500 références. « *Le temps de transit des marchandises dans nos centres logistiques ne dépasse pas trois semaines* », observe-t-il. Pour le congelé, les sites logistiques sont dotés de chambres froides d'une capacité totale de

2.700 palettes. Enfin, sur ses quais, beaucoup de poids-lourds de transporteurs mais aussi les 10 camions en propre du groupe « *qui nous servent à livrer nos clients franciliens gratuitement à jour fixe* », rappelle Damlomsina Prasit. En terme de traçabilité, les informations traversent le globe en temps réel, « *les produits sont suivis des producteurs aux destinataires* », assure-t-il. En revanche, les détails des logiciels utilisés restent jalousement gardés par le responsable. Seule piste : « *Il s'agit d'un logiciel développé en interne par une équipe de sept personnes. Nous avons élaboré nos programmes nous-mêmes. En un clic, je peux localiser n'importe quelle marchandise dans le monde entier et établir des plans de livraisons d'urgence si nécessaire* », glisse-t-il. Mais, les échanges virtuels avec leurs prestataires s'en tiennent au strict minimum, « *Aucun de nos partenaires n'est paramétré sur nos systèmes informatiques. Dans la majorité des cas, nos transitaires reçoivent automatiquement l'ordre de dédouanement. Ils ont donc déjà toutes les cartes dont ils ont besoin entre les mains* », considère-t-il.

Diane-Isabelle Lautrédou