



Supply chain : l'heure de passer à l'action

Repenser la chaîne d'approvisionnement dans le secteur de la grande consommation et distribution

La crise sanitaire a durement frappé les chaînes d'approvisionnement des acteurs du secteur de la grande consommation et distribution, ce type d'instabilité et de bouleversement sont appelés à se reproduire, que ce soit dans le cadre de catastrophes naturelles, de tensions géopolitiques ou de pandémies. La question est de savoir : les entreprises sont-elles prêtes à faire face à ces nouveaux enjeux ?

Pour comprendre les défis auxquels les entreprises sont confrontées et la façon dont elles doivent y répondre, nous avons lancé, pour le dernier rapport du Capgemini Research Institute **The wake-up call: Building supply chain resilience in consumer products and retail for a post-COVID world**, une enquête auprès de plus de 400 dirigeants d'organisations du secteur de la grande consommation et distribution dans onze pays.

Nous avons constaté l'impact important sur la demande des consommateurs et sur la chaîne d'approvisionnement : 85 % des entreprises de biens de consommation et 88 %

des *distributeurs/retailers* ont été confrontées à des perturbations et à un changement radical de la part du consommateur qui se tourne vers le eCommerce.

Les entreprises du secteur doivent se préparer à adapter leur *supply chain* au cours des prochaines années pour faire face à de futures perturbations. 66 % des organisations prévoient des changements importants dans leur stratégie de chaîne d'approvisionnement au cours des trois prochaines années mais seulement 23% d'entre elles estiment qu'elle est suffisamment agile pour répondre aux besoins évolutifs de l'entreprise.

France : les données clés en un coup d'œil

- **62%** des entreprises françaises dans le secteur de la grande consommation et distribution affirment qu'il faudra peut-être 3 à 6 mois pour que leur chaîne d'approvisionnement se remette des perturbations liées à la pandémie.
- En novembre 2020, **34%** des consommateurs français ont eu des interactions élevées avec les canaux de vente en ligne.
- **80%** des entreprises françaises dans le secteur de la grande consommation et distribution affirment que la COVID-19 les a forcées à modifier leurs modes de vente pour s'adapter à la nouvelle normalité.
- **68%** des entreprises françaises dans le secteur de la grande consommation et distribution déclarent investir activement dans la relocalisation de leurs centres de production et dans une approche de production *nearshore*.
- **75%** des entreprises françaises dans le secteur de la grande consommation et distribution investissent dans la relocalisation de leurs fournisseurs.
- Près d'une entreprise française sur deux possédera des centres de production et des fournisseurs locaux d'ici 2023.



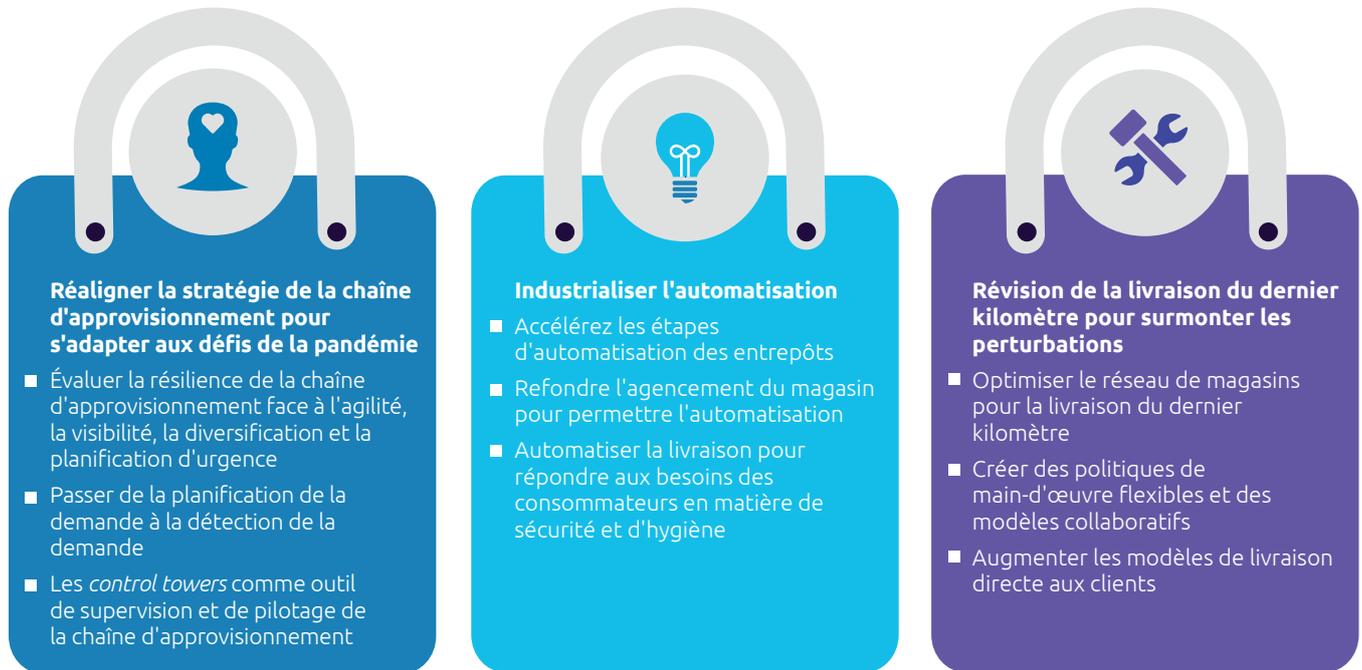
Les entreprises dans le secteur de la grande consommation et distribution reconnaissent le grand risque de perturbations futures et elles ont l'opportunité de créer de l'agilité et de la résilience pour adapter leurs réseaux d'approvisionnement. La pandémie s'est révélée être un accélérateur et elles réalisent l'apport des nouvelles technologies dans cette recherche d'agilité, de l'amélioration des prévisions de la demande à la stimulation de l'exécution, en passant par les livraisons du dernier kilomètre plus rapides et plus rentables. En investissant maintenant, les organisations se mettent en bonne position pour soutenir en toute sécurité les consommateurs en cas de besoin, quelle que soit la prochaine perturbation du secteur”.

Anne-Sophie Thaumiaux, Directrice commerciale Consumer Products Retail and Distribution, Capgemini France

LES RECOMMANDATIONS CLÉS DE L'ÉTUDE

À la lumière de ces bouleversements, les entreprises devraient repenser leur stratégie pour développer la flexibilité et l'agilité de leur *supply chain*.

Les organisations doivent se concentrer sur trois domaines stratégiques



Le passage à la détection de la demande

Plus des deux tiers des organisations (68%) disent avoir rencontré des difficultés dans la planification de la demande en raison d'un manque d'informations précises et à jour sur les fluctuations de la demande des clients pendant la pandémie. Pour améliorer les prévisions, 66% des organisations prévoient après la pandémie de segmenter leurs chaînes d'approvisionnement en fonction des modèles de demande, de la valeur du produit et des dimensions régionales, tandis que 54% disent qu'elles utiliseront l'apprentissage automatique de l'IA pour la prévision de la demande afin de faire face à l'impact de la COVID-19.

La visibilité devient critique

75% des organisations ont rencontré des difficultés lorsqu'elles avaient besoin d'augmenter ou de réduire rapidement leur capacité de production en raison de la COVID-19. Pour créer l'agilité nécessaire face aux changements soudains de la demande, les fabricants peuvent identifier les opportunités pour améliorer la visibilité. Cela peut aider à relever le défi des décisions opérationnelles stratégiques, tactiques et en temps réel. Les organisations comprennent l'importance des investissements numériques pour améliorer la visibilité. 58% des distributeurs et 61% des entreprises de biens de consommation prévoient d'augmenter les investissements dans la numérisation de leurs chaînes d'approvisionnement. 47% des organisations envisagent en particulier d'investir dans l'automatisation,

42% prévoient d'investir dans la robotique et 42% dans l'intelligence artificielle. 64% des organisations prévoient également de faire un usage intensif de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique dans les transports et l'optimisation des prix.

De la mondialisation à la relocalisation

Pour éviter de futures perturbations, les entreprises du secteur reconnaissent l'importance de la relocalisation de leurs fournisseurs et de leurs centres de production : 72% des entreprises de biens de consommation et 58% des *détaillants/retailers* déclarent investir activement dans la relocalisation de leurs centres de production et dans une approche de production *nearshore*. Et 65% des organisations investissent dans la relocalisation de leur base de fournisseurs. Conformément à ces stratégies, les grands fournisseurs mondiaux ne représenteront que 25% de la capacité des *distributeurs/retailers* dans trois ans, contre 36% aujourd'hui.

Parallèlement au passage à la relocalisation, les *dark stores*, les anciens magasins ou zones de magasins reconvertis en stock dédié pour le e-commerce (drive et livraison à domicile), deviennent une alternative de plus en plus utile pour traiter les commandes en ligne à mesure que la fréquentation physique diminue. Une étude antérieure de Capgemini a montré que si les livraisons des *dark stores* augmentaient de 50%, les marges bénéficiaires pourraient augmenter de 7% en raison de coûts de livraison plus faibles et d'un débit de livraison plus élevé par rapport aux magasins.



A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant 270 000 personnes dans près de 50 pays.

Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de plus de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 16 milliards d'euros en 2020.

Get the Future You Want*

*Capgemini, le futur que vous voulez

Plus d'informations sur

www.capgemini.com/fr

A propos de Capgemini Research Institute

Le *Capgemini Research Institute* est le centre de recherche de Capgemini sur le digital. Il publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Il a été récemment classé N°1 mondial pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Plus d'informations sur

www.capgemini.com/researchinstitute/



Téléchargez le rapport complet

The wake-up call: Building supply chain resilience in consumer products and retail for a post-COVID world

Contact

Anne-Sophie Thaumiaux

anne-sophie.thaumiaux@capgemini.com