VOX LOG
Décrypteur de tendances
Lanceur d'alertes

LOGISTIQUE PORTUAIRE : UN NOUVEL AIR

DÉCRYPTAGE

L'IMMOBILIER AU SERVICE DE LA SUPPLY CHAIN

FOCUS

L'OMS S'INSTALLE DANS LES SUPPLY CHAINS OMNICANALES

PORTRAIT

NICOLAS ODET,
PRÉSIDENT D'HARDIS GROUP
"Le plein engagement."

N°24 | TRIMESTRIEL
DÉCEMBRE 2020
Numéro gratuit

Be innovative • Be committed • Be successful

En Angleterre aussi le succès passe par une logistique de pointe. TJ MORRIS Food & Non-Food

TJ MORRIS fait confiance aux systèmes automatisés WITRON

« WITRON nous a absolument convaincu. L'excellente rentabilité du concept automatisé, la technologie éprouvée ainsi que l'âme d'une entreprise familiale: des promesses tenues, de l'innovation, de la pugnacité, des chemins de décisions courts et rapides, voilà des valeurs que TJ MORRIS partage également. Des valeurs qui nous ont impressionnées dès le premier contact. Ceci et les multiples projets réalisés avec succès font que WITRON est un vrai partenaire de confiance – a thrustworthy life time automation partner ».

Tom Morris, Président fondateur T.J. Morris Ltd, UK

T.J.MORRIS LTD

WITRON

Ingénierie, maitrise d'œuvre, assemblage mécanique et IT en propre | info@witron.fr | 03.88.44.37.69

www.witron.com

ALORS QUE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE du pays continue d'hoqueter au fil des évolutions de la situation sanitaire, la filière logistique est à nouveau sur le pont pour répondre aux besoins des consommateurs, dans le cadre d'un second confinement aux contours encore incertains. Une contrainte qui tombe à un bien mauvais moment pour les commerçants alors que la fin d'année approche, déportant une partie de leurs volumes vers un e-commerce qui aura définitivement su tirer son épingle du jeu. Car même si certains retailers pourront déclencher des solutions innovantes de ship-from-store à l'aide de solutions OMS (que nous présentons en détail dans ce numéro), ou plus simplement déployer un click-and-collect salvateur, c'est parfois entièrement en ligne que les achats de certains Français se feront cette année, laissant de côté la case magasin. Une étude de l'éditeur Bazaarvoice constatait ainsi que si 35 % des Français ont déjà choisi par le passé la livraison à domicile pour leurs achats de fêtes, 48 % comptent l'utiliser cette année, parfois en s'y prenant plus à l'avance qu'à accoutumée. Chez l'éditeur OneStock, les commandes en ligne de certains clients ont bondi aux premiers jours du confinement, avec +117 % pour une enseigne de produits culturels ou encore +105 % chez un acteur du jouet. Et la tendance devrait se poursuivre d'ici Noël, avec les étapes désormais incontournables des Black Friday et Cyber Monday malgré leurs reports annoncés. Des pics à venir auxquels les acteurs de la logistique et du transport se préparent : recrutements saisonniers massifs, réseaux de points relais gardés ouverts malgré la situation, flottes de véhicules dédiées au dernier kilomètre. Ainsi, si La Poste distribue déjà en moyenne 30 % de volume de colis supplémentaires depuis le déconfinement de mai, l'entreprise prévoit de faire appel à 9000 collaborateurs en plus sur ses plateformes en cette fin d'année pour atteindre un pic prévu de 4 millions de colis traités en une seule journée, contre 3,1 millions l'an passé. Un constat partagé par de nombreux transporteurs (+50 % de volume sur le réseau mondial de DHL Express sur novembre-décembre 2020 par rapport à 2019, multiplication par deux du nombre de colis chez Mondial Relay), qui se déclarent cependant prêts à affronter cette épreuve habituelle pour le secteur, mais rendue encore plus complexe cette année.

Émilien Villeroy

PORTRAIT
Nicolas ODET, président d'Hardis Group
"Le plein engagement."
P. 18-19

DÉCRYPTAGE
L'immobilier au service de la supply chain
P. 24 — P. 53

GRAND ANGLE
Logistique portuaire : un nouvel air
P. 54 — P. 83

FOCUS
L'OMS s'installe dans les supply chains omnicanales
P. 84 — P. 93

SAVOYE

SUPPLY CHAIN SOLUTIONS

PME ET GRANDS COMPTES, DANS UN MONDE QUI ÉVOLUE...

DIGITALISEZ VOTRE SUPPLY CHAIN EXECUTION ET AUTOMATISEZ VOTRE INTRALOGISTIQUE

ADVANCED SOFTWARE

Suite complète :
OMS, WMS, WCS, TMS, EDI

Modules intégrés de prévision de flux, labour management, prévision de panne, anticipation des ruptures en picking, optimisation du réapprovisionnement...

En mode SaaS et On-Premise

Pour des solutions 100% manuelles comme automatisées

ADVANCED TECHNOLOGIES

Préparation de commandes person-to-goods et goods-to-person

Machines d'emballage automatisées

Stockage automatisé de charges lourdes

Outils d'aide à la préparation : pick-to-light, put-to-light, chariot de préparation à led, etc.

EXPERTISE MÉTIER

SAVOYE intervient sur les secteurs clés de l'économie et bénéficie d'une expérience unique pour chacun d'entre eux.
L'offre de SAVOYE, centrée sur des expertises "métier" pointues, propose des solutions sur mesure à tout type d'entrepôt logistique, des plus simples aux plus complexes.

POUR TOUTE ACTIVITÉ

distribution, industrie, prestation logistique

POUR TOUT SECTEUR

e-commerce, textile, grande distribution, fournitures industrielles, fournitures de bureau, pièces de rechange, etc.

www.savoye.com

Design AGENCE dixo!

SOMMAIRE

54 ☞ **GRAND ANGLE**

LOGISTIQUE PORTUAIRE : UN NOUVEL AIR

À l'image de la supply chain mondiale, l'ensemble portuaire aura eu à affronter les soubresauts de la crise sanitaire, réajustant ses process et conduisant des plans de continuité d'activité. Avec des situations contrastées selon les filières touchées, il aura su montrer ses capacités d'adaptation et de résilience.

4 ON EN PARLE

>> Oscaro : logistique mécanisée pour plus de productivité.
6 >> Urbanhub se développe pour la logistique urbaine.
10 >> Supervan lève 3 millions d'euros.
12 >> Covid-19 : chez Kuehne+Nagel, la distribution du vaccin s'organise déjà.
14 >> Le programme EVE récompense des initiatives durables.

16 TOUTE UNE HISTOIRE
viastore Systems, un engagement constant au service de la logistique.

18 PORTRAIT
Nicolas Odet, président d'Hardis Group.

20 FACE À FACE
Pierre Marol, président d'Alstef Group.

22 AUTRE REGARD
La grande bascule des APS, par Philippe-Pierre Dornier.

24 ☞ DÉCRYPTAGE
L'immobilier au service de la supply chain
26 Les réinventions environnementales de l'entrepôt.
34 Immobilier : une expertise supply chain accentuée.
38 L'immobilier cherche ses positionnements.
46 Parcs logistiques, force de proximité.
50 Faire de l'entrepôt un lieu de vie.

© P3 Logistic Parks.

54 ☞ GRAND ANGLE
La logistique portuaire : un nouvel air.
56 Réactivité et résilience face à la crise sanitaire.
62 Un écosystème en transition écologique et numérique.
66 Un plan pour verdir les ports.
68 Vers l'avènement du Green Port.
77 L'innovation numérique au cœur des enjeux portuaires.

© CMA CGM.

84 ☞ FOCUS
L'OMS s'installe dans les supply chains omnicanales.
92 Chez GPE, l'omnicanalité permise par OneStock.

© Kal9 – iStock.

94 LA PAGE AFILOG

96 INDEX des annonceurs

VOXLOG Le magazine décrypteur de tendances, lanceur d'alertes
Directrice de la publication : Isabelle Gazzola • Ont participé à ce numéro : Charlotte Cousin, Laurène de Vialar et Émilien Villeroy • Conception et réalisation SouiMangA • Impression : imprimerie de Champagne • Imprimé sur Vantage Silk, certifié PEFC • ISSN 2495-473X.

>> **Suivez-nous sur :**

>> **http://www.voxlog.fr**

OSCARO : LOGISTIQUE MÉCANISÉE POUR PLUS DE PRODUCTIVITÉ

À Cergy (95), Oscaro expédie en moyenne 10 000 colis par jour. Une logistique de réactivité, principalement basée sur le cross-docking et des installations mécanisées.

Laurence Corchia, directrice supply chain d'Oscaro, Cécilia Bommet, responsable du site de Cergy et Jan Löning, directeur général d'Oscaro.

© Voxlog

« La supply chain est la colonne vertébrale d'Oscaro ». Ces mots de Jan Löning, directeur général de l'e-commerçant spécialisé dans les pièces automobiles, résument bien l'importance accordée par l'acteur de la vente en ligne à ses installations logistiques. Historiquement internalisée, cette activité se répartit sur deux sites franciliens qui accueillent en moyenne 150 collaborateurs. De ces deux entrepôts, c'est celui de Cergy qui faisait, en septembre dernier, l'objet d'une visite inédite. L'activité sur ce site se divise en plusieurs pôles, dont le principal est la préparation des commandes clients. Sur son site internet, Oscaro propose près d'un million de références. Un large choix qui nécessite beaucoup de réactivité de la part des équipes supply chain. C'est pour cette raison que trois quarts des flux sur le site sont traités en cross-docking : les clients commandent en ligne et Oscaro transmet ce besoin de pièces à l'un de ses fournisseurs qui envoie alors des palettes réunissant plusieurs commandes. Au total, ce sont environ 10 000 colis par jour qui sont envoyés. À Cergy, sur 22 000 m², Oscaro dispose également d'une zone de stockage de 6 000 m², où l'entreprise conserve quelques 2 000 références. Des pièces à forte rotation représentant à elles seules 25 % du chiffre d'affaires. *« Nous stockons environ 200 000 pièces, directement à la palette. D'une certaine manière, pour ces références, nous sommes notre propre fournisseur : nous pickons les produits commandés par lots que nous envoyons ensuite en préparation cross-dock »*, précise Cécilia Bommet, responsable du site de Cergy.

Une relation cruciale avec les fournisseurs

Entité de PHE (Parts Holding Europe) depuis 2018, Oscaro voit un tiers de ses flux fournisseurs venir de sociétés sœurs au sein du groupe, un deuxième tiers portant sur des fournisseurs ayant signé des accords groupe avec PHE, tandis qu'un dernier tiers concerne des entreprises spécifiques, *« qui sont importantes afin de pouvoir proposer un large choix à nos clients »*, précise Jan Löning. *« 7 000 références de notre gamme représentent à elles seules 50 % de notre chiffre d'affaires. L'autre moitié comprend 993 000 références ! »*. Toutes les deux heures, Oscaro envoie des vagues de commandes à sa centaine de fournisseurs avec les références et quantités demandées par les clients. *« Les délais d'approvisionnement se chiffrent à quelques heures pour les acteurs qui sont proches de nous, jusqu'à un jour et demi pour les plus éloignés »*, explique Laurence Corchia, directrice supply chain d'Oscaro. Une organisation que l'entreprise souhaiterait optimiser : *« Nous travaillons à mieux anticiper les volumes du week-end. Comme les fournisseurs et nous-mêmes sommes fermés en fin de semaine, nous avons des pics importants le lundi. Cela nécessite d'améliorer nos prévisions, et peut-être notre stockage »*, souligne-t-elle. Autre axe de réflexion : l'augmentation du

© Voxlog.

nombre de livraisons en drop-shipping, aujourd'hui seulement réservées aux pneus et à certains attelages.

Une préparation mécanisée

Quand les palettes des fournisseurs arrivent dans l'entrepôt, elles sont traitées pièce par pièce. Depuis une palette, les collaborateurs identifient le fournisseur et le système affecte chaque élément à une commande client. Seules les pièces lourdes (disques et embrayages) vont être séparées, afin de bénéficier d'un traitement dédié, nécessitant moins de manutention. Les produits plus standards sont eux pré-triés puis convoyés vers deux zones de préparation où ils vont alors être placés manuellement, sous le pilotage du WMS LMxt de Savoye, dans un grand réseau d'«*alvéoles*» (16000 emplacements au sein d'étagères à quatre niveaux) où les commandes clients vont être consolidées au fur et à mesure. Dès qu'une commande est complète, un autre opérateur va récupérer les pièces et les coliser manuellement. En moyenne chez Oscaro, une commande comporte trois pièces et est expédiée en 1 à 1,5 colis. Un travail de réduction du nombre de colis envoyés a été effectué ces dernières années, avec certains renforcés à l'intérieur pour pouvoir y accueillir pièces lourdes et légères dans un même carton, sans risque de casse. Une fois prêts, ils sont convoyés jusqu'à la zone d'expédition où des machines les ferment, les étiquettent puis les dispatchent vers les sept transporteurs partenaires d'Oscaro. Tout au long de sa préparation, l'e-commerçant ws'appuie sur près de deux kilomètres de systèmes transitiques installés par Boa Concept. De quoi répondre aux flux variables, avec des pics réguliers en début de semaine et de mois. «*Pendant la crise sanitaire, avec la fermeture des points relais, nous avons pu réadapter l'expédition et rediriger notre système pour servir les transporteurs qui étaient toujours actifs. L'avantage de cette mécanisation, c'est cette souplesse, qui nous permet de réagir très rapidement*», raconte Cécilia Bommet. ■ **É.V.**

URBANHUB SE DÉVELOPPE POUR LA LOGISTIQUE URBAINE

Disposant déjà de plusieurs bâtiments autour de Paris, Urbanhub construit son offre de prestations logistiques sur mesure pour les acteurs du e-commerce, en s'appuyant sur des outils de pilotage développés en interne.

© Urbanhub.

Des prestations logistiques à destination du e-commerce au plus près des grandes agglomérations : voilà l'offre que développe la start-up Urbanhub depuis sa création à la mi-2018, traitant aujourd'hui en moyenne 6000 commandes depuis deux sites à proximité de la capitale. Un projet qui ne visait pas, à ses débuts, le monde de la logistique : «*À l'origine d'Urbanhub, il y a l'entité Stockage Plus, lancée début 2016 et dont le but était de proposer du stockage à la demande pour particuliers et entreprises. Mais au bout de deux ans, l'entreprise a décidé de changer son business model pour se concentrer uniquement sur les prestations pour le BtoB*», raconte Bernard Ochs, président d'Urbanhub. Un virage qui coïncidait avec la montée en puissance de la problématique de la logistique urbaine, faisant revenir les entrepôts au plus près des villes afin de rapprocher les stocks des clients finaux et réduire les besoins de transport. «*Nous avons redéfini notre offre pour aller clairement vers la supply chain en 2018. Nous avons changé nos outils informatiques avec le développement d'un ERP qui nous a permis d'offrir un socle technologique plus solide à nos activités. L'idée pour nous est d'être tournés vers Paris tout en étant capables également d'expédier dans le monde entier les produits de nos clients*», raconte Bernard Ochs, précisant que 80% de l'activité d'Urbanhub reste aujourd'hui dédiée à la livraison urbaine. «*Mais la part restante est en progression, car certains clients nous demandent de les accompagner d'abord à Paris puis dans leur logistique globale ensuite, afin d'avoir un seul interlocuteur*».

À pied, en vélo et en véhicules propres

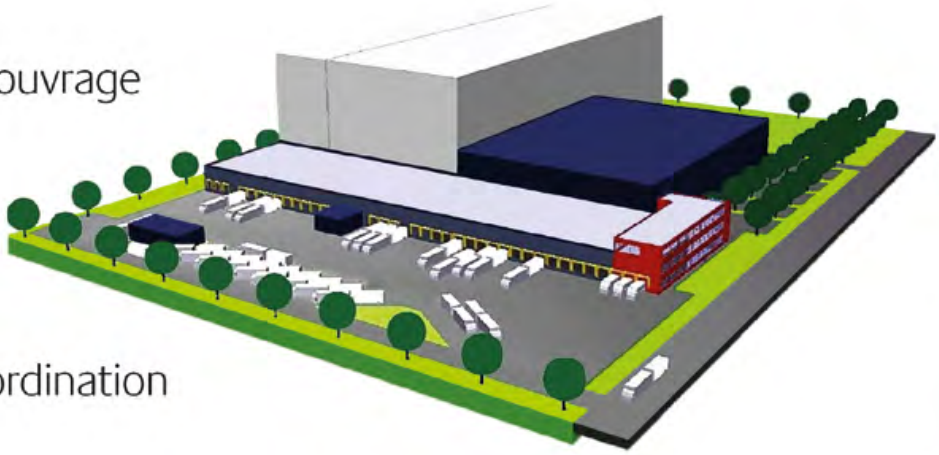
Depuis ses entrepôts, Urbanhub propose à ses clients (dans les secteurs du mobilier, vêtement, alimentaire) des solutions de livraisons urbaines à pied, en vélo et en véhicules propres. «*Nous avons deux lignes d'activité : le e-commerce, pour lequel nous gérons le stock, le picking, l'expédition, ainsi que la gestion des retours, avec un niveau de service élevé. Nous faisons également du cross-dock, nos sites servant de point de départ pour des livraisons parisiennes - nous avons commencé sur ce sujet avec un acteur de la livraison de panier de fruits en entreprise, et le poursuivons avec des acteurs agro-alimentaires, avec plusieurs projets actuellement en phase de test*», détaille Bernard Ochs. Des prestations où Urbanhub souhaite proposer de la valeur ajoutée : «*Pour certains clients, notre préparation de commandes inclut une personnalisation du colis. Nous fai-*

Conception de centres automatisés

Ingénierie et maîtrise d'œuvre

Conseil

Calcul du besoin
Assistance à maîtrise d'ouvrage
Planification de projet



Ingénierie

Maîtrise d'œuvre et coordination
Réalisation
Montée en charge
Veille technologique

SDZ
Co-ingénierie logistique
PROCESSRÉA

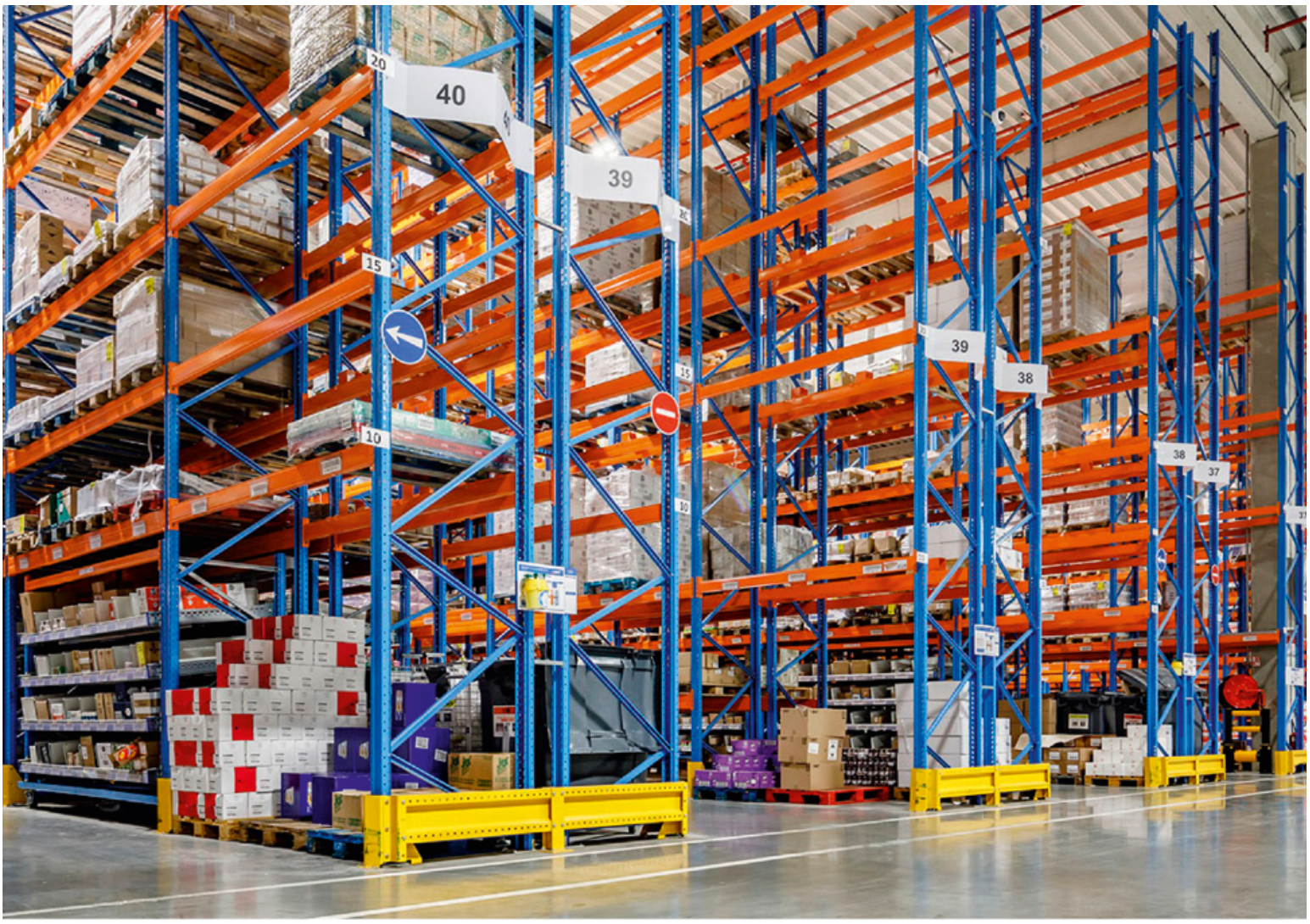
www.sdz-france.com contact@sdz-france.com +33 (0)1 41 92 85 22

sons également de la vérification approfondie des articles, pour de la maroquinerie par exemple. Côté livraison, nous proposons que les coursiers soient aux couleurs des marques. Chaque commande est différente et, à l'inverse des acteurs réalisant de gros volumes, nous pouvons aller vers la différenciation avec davantage de services». Actuellement, Urbanhub possède deux bâtiments dans la banlieue parisienne : le premier est un ancien entrepôt de la préfecture de police de Paris, d'une surface de 1 100 m² et situé dans le XII[e] arrondissement. Le second atteint, lui, 3 000 m² à la porte d'Ivry, et vient s'insérer dans un immeuble mixte avec des bureaux. Et l'entreprise est activement en train d'augmenter son réseau autour de la capitale. «*Nous allons signer prochainement un troisième entrepôt dans l'ouest de Paris, d'une surface de 2 200 m². Nous sommes également associés à un investisseur pour un quatrième site. Plus généralement, nous recherchons activement des bâtiments qui pourraient correspondre à nos besoins. Il y a un intérêt pour la logistique de la part des investisseurs mais aussi des acteurs publics, qui sont réactifs, avec beaucoup d'immobilier mis à disposition. De nombreuses surfaces sont en cours de transformation pour soutenir cette démarche*». Une prise à bail est également engagée auprès de Bouygues Construction pour un entrepôt de 900 m², situé dans l'ouest de Paris qui proposera du cross-dock depuis un immeuble en construction, prévu pour 2024. Au total, Urbanhub souhaite offrir cinq à six emplacements dans la capitale, afin de proposer une couverture totale et déployer ainsi «*un schéma d'ensemble homogène, à destination des clients et des magasins*». Dans ce sens, l'entreprise a réalisé une levée de fonds de 1,1 million d'euros en juillet dernier.

Un outil IA d'optimisation du transport

Travaillant avec une dizaine de transporteurs partenaires – allant d'experts du secteur comme Colissimo ou Chronopost, jusqu'à des structures plus jeunes comme MyTroopers ou Yper –, Urbanhub vise aussi des collaborations avec des grands transporteurs : «*Ces derniers sont des opportunités intéressantes pour nous, car ils sont agrégateurs de grands volumes et de flux. Nous pouvons donc leur proposer de devenir leur composante urbaine, en s'appuyant sur notre plateforme logicielle et en intégrant par exemple notre ERP dans leurs systèmes*», explique Bernard Ochs. Un travail sur les outils digitaux crucial pour répondre aux enjeux de la logistique urbaine : «*Ce que nous demandent nos clients, c'est une organisation des tournées qui optimise les délais, les coûts et la qualité entre les modes de livraison piétonne, à vélo et en véhicule. Cela nécessite que nous mutualisions les tournées et le transport, ce qui pourra être permis avec une augmentation du volume d'activité, mais aussi que nous développions des outils digitaux adaptés*», estime Bernard Ochs. Dans ce sens, Urbanhub poursuit donc les évolutions informatiques sur sa plateforme ERP, avec le développement de Lumi (Logistique urbaine multimodale intelligente), un projet IA d'optimisation du transport, soutenu par la mairie de Paris et distingué par l'Ademe et la région Île-de-France dans un récent appel à projets. «*Cet outil nous permettra de prendre en compte toutes les variables de la logistique du dernier kilomètre*». Une première version de Lumi est prévue pour la mi-2021. En attendant, Urbanhub accélère malgré la crise sanitaire, attendant un pic de commandes en fin d'année plus marqué encore avec le reconfinement. Depuis l'annonce de celui-ci, l'entreprise constate ainsi une augmentation de ses volumes traités pour ses clients actuels, ainsi qu'un plus grand nombre de nouveaux clients e-commerce souhaitant se rapprocher de la capitale ou d'autres voulant se lancer dans le BtoC. «*Nous sommes entrés dans un cercle vertueux : davantage de clients, davantage de livreurs, davantage de livraisons, moins de CO_2*», résume Bernard Ochs. Parallèlement, l'entreprise a été retenue pour rejoindre l'accélérateur Impulse Partners, dédié au développement des technologies de la ville intelligente. Une sélection qui lui permettra de «*participer à la conception de bâtiments adaptés à [ses] activités*», tout en développant son business. ■ **É.V.**

© Ludovic Maisant/Urbanhub.



stow

one brand, one company

www.stow-group.com

WE RACK THE WORLD

stow France SAS
Avenue de la Tour Maury - BP 46 - ZAC du Fresne
91280 Saint-Pierre-du-Perray, France
01 69 89 50 50

SUPERVAN LÈVE 3 MILLIONS D'EUROS

Le spécialiste digital de la logistique urbaine pour le transport et la livraison d'objets volumineux, Supervan, a lancé ses services en 2016. Quatre ans plus tard, il annonce une levée de fonds de 3 millions d'euros. Guillaume Fournier, son CEO et fondateur rappelle les étapes de développement de la société et évoque ses objectifs de déploiement.

Quelles étaient les ambitions de Supervan lors de sa création en 2016 ?

Supervan est un commissionnaire en transport de marchandise digitalisé, spécialisé dans la logistique urbaine. Concrètement, nous effectuons des livraisons sur le dernier kilomètre à l'aide de véhicules légers et de poids lourds pour le transport de produits volumineux et pondéreux. Lors de la création de Supervan, en 2016, j'étais parti du constat qu'il était très compliqué, contraignant et chronophage de louer un véhicule utilitaire. Notre volonté au départ était d'offrir un outil logistique accessible à tous. Nous nous sommes donc lancés il y a quatre ans sur un prisme BtoC avec le service suivant : proposer un véhicule utilitaire avec un chauffeur professionnel en moins d'une heure sur le lieu de chargement, en digitalisant la prise de commande et son exécution. Au bout de six mois, nous nous sommes rendu compte qu'il existait peu de récurrence auprès de cette typologie de clients, et nous avons donc lancé notre offre réservée aux professionnels pour répondre aux besoins logistiques de trois secteurs : l'ameublement, le bricolage et le bâtiment.

Quelle part représente aujourd'hui le secteur BtoB ? Et quels sont les intérêts pour les transporteurs partenaires ?

De fil en aiguille, Supervan a quintuplé

© Supervan

> « Lors de la création de Supervan, en 2016, j'étais parti du constat qu'il était très compliqué, contraignant et chronophage de louer un véhicule utilitaire. »

son chiffre d'affaires et le prisme BtoB s'est largement renforcé, représentant aujourd'hui 85 % de nos clients. Le secteur du bâtiment est particulièrement friand de notre offre de livraison en deux heures – avec la promesse d'arriver en moins d'une heure sur le lieu de chargement – car ces professionnels en bout de chaîne sur les chantiers ont besoin quotidiennement de se faire livrer en matériaux, plusieurs fois par jour. L'intérêt pour le chauffeur ? Nous gérons sa comptabilité, ses factures et garantissons ses paiements. Cela lui permet en outre de travailler avec des grands comptes : en mutualisant, on est plus puissants face aux gros transporteurs. Nous avons ainsi réalisé au total 40 000 transports l'année dernière et avons aujourd'hui 300 sociétés de transport partenaires référencées.

Vous avez récemment renforcé votre service au niveau des véhicules proposés à la livraison…

Au mois de juillet dernier, en plus de notre offre Supervan classique proposant des véhicules utilitaires légers, nous avons en effet lancé une offre XXL permettant de réserver en quelques clics un poids lourds pour des chargements allant jusqu'à 16 tonnes… Trois types de PL sont proposés : un porteur classique tôlé, un porteur bâché, et un porteur grue. Ce dernier actif est très rare et demandé sur la logistique de construction. En proposant des transporteurs disponibles sur ce segment à la demi-journée

ou en J+1, cela crée vraiment un effet waouh.

Vous annoncez aujourd'hui une levée de fonds, quels sont vos axes de développement ?

Nous venons de lever 3 millions d'euros auprès du fonds d'investissement Inter Invest Capital. C'est la première fois que nous ouvrons notre capital car, depuis 2016, nous étions structurellement rentables, hormis sur le premier exercice. Ce financement va nous permettre de recruter et de structurer l'équipe. Elle compte aujourd'hui une quinzaine de collaborateurs et nous allons doubler les effectifs durant l'année avec notamment des recrutements sur la partie technologie, que nous allons internaliser, et marketing. Nous allons également renforcer les pôles commerciaux et opérationnels. Notre offre de services va d'autre part être élargie : l'offre XXL poids lourds, qui était jusqu'alors disponible en Île-de-France et à Marseille, va être diffusée dans les autres agglomérations sur lesquelles nous sommes présents [Lyon, Grenoble, Toulouse, Montpellier, Rouen et Lille]. Enfin, nous allons nous développer au niveau territorial sur trois nouvelles agglomérations en France en 2021. Supervan n'a pas en revanche vocation à être présent sur l'entièreté du territoire mais plutôt sur les principales agglomérations du fait de notre modèle. Nous avons également des ambitions européennes à moyen terme, une fois structurés sur l'Hexagone. ■ **C.C.**

COVID-19 : CHEZ KUEHNE+NAGEL, LA DISTRIBUTION DU VACCIN S'ORGANISE DÉJÀ

Au sein de la branche pharma du prestataire international Kuehne+Nagel, la logistique autour du futur vaccin contre le Covid-19 se prépare. Michèle Benattar, responsable Europe du produit pharma & santé chez Kuehne+Nagel en dévoile les contours.

© Kuehne+Nagel.

Dans la course mondiale pour développer des vaccins luttant contre l'épidémie de Covid-19, les laboratoires et les gouvernements mondiaux vont devoir s'appuyer sur un maillon crucial afin de permettre leur distribution au plus grand nombre : les acteurs de la logistique. Et pour un groupe mondial comme Kuehne+Nagel, qui propose une solution dédiée au monde de la pharmacie et de la santé, nommée KN PharmaChain, les préparations sont déjà en cours. Logique pour un vaccin dont la conception même est hors du commun : «*En règle générale, le cycle moyen de développement des vaccins, depuis les premières études jusqu'à la mise en production, prend environ 12 ans. Mais l'urgence de la situation fait bouger l'industrie pharmaceutique et la force à travailler sur un cycle très court de 12 à 18 mois. Et si les premiers vaccins sont attendus dès la fin de l'année, nous tablons sur une distribution en Europe durant la première moitié de 2021*», explique Michèle Benattar, responsable Europe du produit pharma & santé chez Kuehne+Nagel.

Logisticiens, acteurs clés pour la distribution des vaccins

Dans le cadre de cet acheminement à travers le monde, les logisticiens jouent un rôle prépondérant, avec des processus dédiés tout au long de la chaîne d'approvisionnement. «*Nous intervenons en amont pour transporter les matières premières, les matériaux annexes comme les seringues et les emballages en carton, mais aussi les essais cliniques lors du développement*», détaille Michèle Benattar. «*Au niveau de la distribution, notre rôle est multiple : enlèvement dans les centres de production, formalités de douanes à l'import-export, rédaction des documents de transport… Nous fournissons également des équipements et des solutions d'emballage. Enfin, quand les produits arrivent sur les ports et aéroports, la livraison est assurée vers les grossistes-répartiteurs, ou les centres de distribution*». Mais dans le cas du vaccin anti-Covid, les détails de la prise en charge restent encore incertains : «*En matière de disponibilité et de capacité des équipements nécessaires pour le stockage et le transport, il y a encore des éléments inconnus*», note Michèle Benattar.

Quelle logistique pour le vaccin anti-Covid ?

Cependant, durant ces derniers mois, certaines interrogations ont pu être levées autour du vaccin. Tout d'abord l'identité des fabricants, avec une vingtaine de laboratoires déclarés, ainsi que la localisation de la production, qui se fera en majeure partie aux États-Unis, en Europe, en Inde et en Chine. «*On parle aujourd'hui de la distribution de 15 milliards de doses dans le monde, dont 7 milliards seront destinées aux*

marchés locaux et régionaux. Cela représente 65 000 tonnes de vaccins à expédier. Cependant, il faut noter que de tels volumes constituent seulement 12 % des besoins annuels pour le monde pharmaceutique, nous restons donc dans des échelles gérables», détaille Michèle Benattar. Côté transport, les ressources mobilisées seront principalement routières pour le niveau local, et aériennes pour les flux internationaux, les ressources maritimes étant laissées de côté face à l'urgence attendue de la distribution, mais également de par les conditions très particulières de conservation du vaccin : «*Certains vaccins devront être transportés entre -60 et -80 °C, d'autres à -20 °C et d'autres à +2/+8 °C, ce qui nécessite des conditionnements spécifiques*».

Un regard optimiste

Reste une préoccupation : la planification de ces envois. «*Nous attendons principalement les dates de mise à disposition ainsi que les volumes exacts de la part des laboratoires. Nous pensons qu'il y a aujourd'hui de quoi couvrir les besoins logistiques, mais il faudra que tous les acteurs de la chaîne puissent se coordonner et travailler ensemble pour être plus efficaces*», détaille Michèle Benattar. Malgré tout, le groupe mondial de logistique reste «*optimiste*», comptant s'appuyer sur son expérience de distribution et son réseau de plus de 230 agences dans le monde (dont six en France). Avec des adaptations, si nécessaire, pour répondre à l'urgence de la situation : «*Nous envisageons d'agrandir nos infrastructures, et travaillons d'ores et déjà avec l'ensemble de nos sous-traitants – transporteurs, fournisseurs d'emballages, compagnies aériennes – afin de mettre en place des solutions complémentaires pour une livraison rapide et sécurisée du vaccin. Nous prévoyons, par exemple, des vols charters exceptionnels pour certaines destinations clés*», explique Michèle Benattar. ■ **É.V.**

© Kuehne+Nagel.

LE PROGRAMME EVE RÉCOMPENSE DES INITIATIVES DURABLES

Mardi 6 octobre, les Rendez-vous du transport et de la logistique éco-responsables ont fait le point sur le programme des Engagements volontaires pour l'environnement (EVE) et ont récompensé des initiatives durables dans le transport et la logistique.

« En tant qu'acteurs du transport, vous êtes une partie de la solution. Si l'empreinte du transport reste forte, ne nous arrêtons pas là-dessus et trouvons des alternatives ». C'est sur ces mots d'Isabelle Autissier, présidente du WWF France, qu'a débuté l'édition 2020 des Rendez-vous du transport et de la logistique éco-responsables, évènement organisé le 6 octobre 2020 dans le cadre du programme des Engagements volontaires pour l'environnement (EVE). L'occasion d'encourager les acteurs du secteur à poursuivre la dynamique engagée avec le programme EVE. Lancé fin 2018, celui-ci a déjà convaincu 740 entreprises qui se sont engagées dans des démarches de réduction de leurs émissions de GES pour une flotte totale de 88 000 véhicules et 97 700 conducteurs. Avec 249 entreprises labellisées, ce sont 610 000 tonnes de CO_2 qui sont désormais évitées annuellement. Un programme encourageant comme le soulignait Anne-Marie Idrac, présidente de l'association France Logistique : *« Ce programme est volontaire, structuré, organisé, avec des outils qui font progresser l'ensemble du management des entreprises, et en réunissant chargeurs et commissionnaires »*.

© EVE.

Véhicules propres et transport fluvial

L'évènement était l'occasion de célébrer les initiatives déjà lancées avec les trophées EVE 2020 qui ont récompensé 11 entreprises pour leurs actions innovantes ou coopératives. Parmi les lauréats, Chronopost, qui a déployé une flotte de véhicules à motorisation alternative (195 électriques, 40 au GNV, 15 vélos-cargos) dans Paris, traitant 25 300 colis quotidiennement depuis des sites appelés les Chrono City. Ce nouveau maillage urbain a permis à Chronopost de réduire ses émissions annuelles de 87 %, soit 560 tonnes de CO_2. XPO Logistics a également été salué pour la mise en place d'une solution multimodale pour Franprix, permettant la livraison de 40 caisses mobiles transportées chaque jour par voie fluviale depuis Bonneuil-sur-Marne (94) jusqu'au port de la Bourdonnais dans Paris, où des camions les amènent alors vers plus de 250 points de vente. Ce travail se poursuivra pour transporter à terme 46 conteneurs par jour. Côté chargeur, Leroy Merlin a été doublement récompensé avec le trophée de la meilleure progression 2020 pour la réduction de 18,6 % de ses émissions de GES sur trois ans, ainsi que le prix de la meilleure coopération pour le projet Mut@log. Ce dernier repose sur la collaboration entre Leroy Merlin et ses fournisseurs (V33, Henkel, Brunel…), plusieurs prestataires de transport et deux sociétés de services afin de mettre en place des centres de routage collaboratifs pour réduire les flux de transport de livraison des magasins, avec un réseau de sept hubs permettant de mutualiser les flux. De quoi afficher un meilleur taux de chargement des véhicules. L'enseigne a également travaillé avec des prestataires proposant du transport au gaz naturel compressé (utilisé pour 50 % des livraisons en région) et a développé le report modal, avec 20 % des flux amont passés en rail-route. ■ **É.V.**

SITL

13 — 15 Avril 2021

Porte de Versailles
Paris, France

550 exposants | 30 000 professionnels | 100 conférences et ateliers | 40 000m²

- SERVICES TRANSPORT & LOGISTIQUE by SITL
- INTRALOGISTIQUE, ROBOTIQUE & AUTOMATISATION by SITL
- EMBALLAGE, CONDITIONNEMENT & PALETTE by SITL
- TECHNOLOGIES, IOT & SYSTÈMES D INFORMATION by SITL
- ÉNERGIES & ÉQUIPEMENTS DE TRANSPORT by SITL
- IMMOBILIER & INFRASTRUCTURES LOGISTIQUES by SITL
- SÉCURITÉ, SÛRETÉ & CYBER by SITL
- CHAÎNE DU FROID by SELFI

Reed Exhibitions®
Transport & Logistics

www.sitl.eu

VIASTORE SYSTEMS, UN ENGAGEMENT CONSTANT AU SERVICE DE LA LOGISTIQUE

Avec plus de 130 ans d'existence, dont 50 en intralogistique, et de nombreux projets à travers le monde, viastore Systems s'affirme comme un expert international de la logistique de production. Retour sur son développement.

Lorsque Jean-David Attal pousse la porte de viastore Systems pour en prendre la direction française à la fin de l'année 2012, son CEO, Philipp Hahn-Woernle, attend de lui qu'il insuffle une nouvelle dynamique au sein de la filiale hexagonale. Fort d'une précédente expérience en intralogistique, le nouveau directeur général se met alors à l'œuvre, accompagné des équipes de management de la société, pour retravailler la stratégie et le domaine d'activités de l'entreprise en France : «*Mon arrivée concorde avec un changement de génération au sein de la direction de la société familiale créée en 1889. Philipp Hahn-Woernle succède à son père, l'entreprise fait alors entre 80 à 100 millions d'euros de chiffre d'affaires mais se développe peu en France. Il a donc fallu faire émerger une identité forte et valoriser notre savoir-faire sur le territoire*», entame Jean-David Attal, directeur général de viastore Systems France. Et pour cause, avec plus de 130 ans d'histoire, passant de la production de ponts roulants puis d'ascenseurs pour personnes à la fourniture de solutions intralogistiques dans le monde entier, viastore Systems affiche de fortes ambitions de développement international. Aujourd'hui présente dans 17 pays, l'entreprise se démarque de ses nombreux concurrents du marché de l'intralogistique via un positionnement bien pensé. «*Il s'agit d'une société familiale, de taille moyenne, présente à l'international qui a su faire émerger une identité et une expertise fortes autour de la logistique de production. Elle a capitalisé sur un savoir-faire existant et l'a formalisé en une spécialité particulière et différenciante*», évoque Jean-David Attal.

Donner vie à la smart factory et soutenir la logistique de production

Les trois quarts de l'effectif du groupe sont composés de concepteurs, de chefs de projets, informaticiens, automaticiens et techniciens de service. Ainsi, au-delà de l'usine de production de transstockeurs, viastore s'illustre avant tout comme un intégrateur. L'entreprise a d'ailleurs mis en place une expertise de pointe dans le pilotage et l'automatisation du flux matière dans les usines, en particulier pour ce qui concerne les composants industriels, mécaniques et électroniques. C'est le concept «smart factory». Ainsi, au travers de projets d'envergure, notamment avec EDF ou Dassault Aviation, ainsi que pour les principaux stocks automatisés de l'industrie pharmaceutique – GSK, Fareva pour Pfizer, Delpharm pour Boehringer ou bien encore Bio Mérieux – l'entreprise se forge un nom dans le monde de l'industrie. «*Nos collaborateurs sont formés avec des méthodes industrielles et sur des systèmes répondant au besoin de fiabilité extrêmement élevé de nos clients. Un magasin de pièces détachées ou d'encours qui s'arrête, c'est toute l'usine qui cesse de fonctionner. Notre devoir est donc de connaitre au mieux leurs besoins, les guider, les comprendre et utiliser des solutions modulaires adaptées à leurs attentes*», souligne Jean-David Attal. En 30 ans, viastore aura ainsi installé une centaine de systèmes automatisés en France, le plus souvent dans la logistique de production et connu une croissance de 2 000 % depuis cinq ans en réalisant des centres logistiques innovants de grande taille, comme celui de son client Cofel, au travers d'un site totalement automatisé pour des matelas et sommiers, ou bien encore du producteur d'emballages et de papiers recyclés VPK, via un stockage de palettes de carton ondulé de 32 formats différents et la constitution de l'arrangement idéal des chargements en zone d'expédition par des robots. «*Actuellement, viastore Systems réalise en France un système goods-to man de presque 1 million de m³, c'est-à-dire le plus grand au monde. Ces projets nécessitent systématiquement de sortir des sentiers battus et de ne pas être prisonnier d'un catalogue de technologies propriétaires, voilà pourquoi nous intégrons des technologies innovantes en partenariat avec des spécialistes tout en assurant la maîtrise de la*

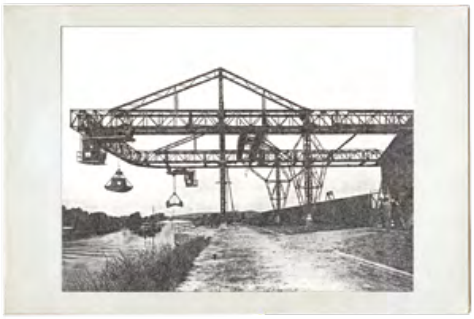
gestion de projet hors normes : de la simulation à la montée en charge en passant par l'analyse et les tests», dévoile le directeur général de l'entreprise.

Accompagner la résilience de la supply chain

Pour maîtriser et concevoir tous les éléments de la chaîne de données, viastore a récemment réalisé des investissements autour des automatismes via l'acquisition de Buck Engineering en 2019 ; en informatique par la prise de participation dans Purelox en 2018 ainsi qu'en management de projet, modernisation et services au travers de croissance interne. Parallèlement, l'entreprise a récemment dévoilé les logiciels viadatVision et viadatAlert, deux solutions de visualisation 3D d'une installation accessible sur tablette ou smartphone. Ces outils, offrant une vision instantanée de l'état des systèmes et de la position des opérateurs ainsi qu'une analyse basée sur la business intelligence, seront installés sur de premiers sites en 2021. Enfin, viastore réfléchit au développement d'applications visant à faire interagir le MES (Manufacturing Execution System) et le WMS en temps réel, afin de suivre l'exécution de la production et d'organiser de façon coordonnée, en temps réel, le flux matière qui permet de la réaliser. «*L'époque est paradoxale. La crise sanitaire en cours a soulevé beaucoup de questions – Où sont les stocks ? Quand serons-nous livrés ? D'où viennent les matières premières ? Cela montre que la supply chain ne se limite pas à la préparation de commandes des produits finis pour des magasins ou des consommateurs, elle est l'outil de la résilience dans un monde devenu imprévisible. Parallèlement, viastore a signé, pendant la crise sanitaire, les plus grandes commandes de son histoire dont une en France. De très nombreuses sociétés, en particulier des industriels, réfléchissent activement aux projets qu'ils lanceront l'an prochain. Nous misons donc naturellement sur cette résilience de l'économie française pour envisager le prochain étage de la fusée viastore France*», conclut Jean-David Attal. ■ **L.d.V.**

Premiers transstockeurs de préparation embarqués.

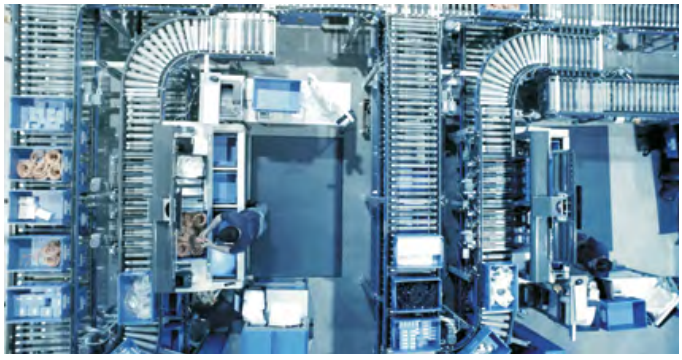
L'équipe Haushan – années 1900.



Premiers ponts roulants Haushahn à Strasbourg–Rhin.

Ascenseur Haushan – années 1900.

©viastore.



©Viastore.

NICOLAS ODET,
PRÉSIDENT D'HARDIS GROUP

LE PLEIN ENGAGEMENT

Derrière ses compétences, se cache un véritable tempérament. Fonceur, curieux, bosseur… Nicolas Odet ne planifie pas seulement, il agit et transforme. Retour sur le parcours du président d'Hardis Group, un an après sa prise de poste.

© Hardis Group.

« *Je me souviendrai toujours de ce jour de mars 2019 où Christian Balmain, mon patron depuis près de 20 ans, a remis sa démission. Je ne me serai jamais imaginé la scène dans ce sens-là ! C'était un moment marquant, très particulier* », évoque avec émotion Nicolas Odet. Cet instant, encore récent, est l'aboutissement de deux décennies d'engagement, d'initiatives et d'évolutions au sein d'Hardis Group, l'entreprise de conseil, de services du numérique et éditeur de logiciels. Une transmission quasi naturelle entre deux hommes ayant participé à faire grandir la société. « *Je ne l'avais évidemment pas prévu dès mes débuts chez Hardis tous les échelons et s'il en est là, c'est davantage par rapport à son investissement que de par sa réelle volonté d'arriver à cette fonction de présidence. Il fonctionne de la même façon sur le plan personnel. Nous nous sommes rencontrés adolescents et avons conservé le même noyau dur d'amis. Nicolas trouve dans sa ville, son environnement familial et amical une certaine stabilité qui contraste avec sa vie professionnelle très dense. Cela lui offre une attache salutaire* », assure son ami Jean-François Roche. Autre exutoire d'importance aux yeux du président d'Hardis Group, le sport. Et plus précisément le rugby. Une passion découverte gamin, qu'il a

mais j'ai assez vite pensé qu'il pouvait se passer quelque chose d'intéressant. Et à chaque fois que j'ai eu un doute, on m'a confié une nouvelle mission passionnante», soutient-il. Avant Hardis Group, en 1999 lorsque la bulle internet se forme, Nicolas Odet est ingénieur d'affaires chez IBM. Il y apprend beaucoup mais n'y trouve pas la dynamique dont il a besoin malgré tout l'intérêt qu'il y voit en termes de business : «*Cela ne me ressemblait pas, mais j'ai toujours gardé beaucoup de respect pour cette entreprise, ses produits. Il s'agit d'une étape fantastique*», souligne-t-il. Chargé de la vente d'infrastructures informatiques, il compte Hardis dans son réseau d'entreprises partenaires : «*Le directeur commercial d'Hardis, ex-IBM, m'a recruté pour monter une activité e-business. J'ai tout de suite aimé l'environnement. J'ai très vite reçu une considération que je peinais à obtenir auparavant. Et à l'époque déjà, les collaborateurs d'Hardis étaient plus sympas et meilleurs qu'ailleurs*», s'amuse Nicolas Odet.

La force du noyau dur

De plus, Hardis Group se situe à Grenoble. Une véritable aubaine pour ce régional, peu enclin à quitter son environnement et ses racines. «*Pour évoluer chez IBM, il aurait fallu que je parte à Paris. Je n'en avais pas envie, ma compagne non plus. J'ai grandi dans une petite ville d'Isère, et c'est encore là que je vis*». Ainsi, des dires de son meilleur ami, Nicolas Odet est «*un fidèle*», le genre de personne qui ne mesure pas son engagement lorsqu'il aime, qu'il s'agisse de sa vie professionnelle ou personnelle. «*Il a passé 20 ans dans la même structure, il a gravi à peu près* régulièrement pratiquée et via laquelle il se sera beaucoup blessé : «*Deux fois les croisés, une jambe, un bras, le nez… Je ne suis pas toujours très raisonnable dans l'engagement. D'autant qu'à chaque blessure, il fallait compter plusieurs jours d'immobilisation, une opération, de la récupération. Je n'étais pas suffisamment bon pour prendre le risque que cela nuise à mon job*», admet le passionné. Il y rencontre néanmoins ses meilleurs amis, sa femme, qui n'est autre que la fille de son entraîneur, et y trouve des valeurs fortes. Mieux encore, il les transmet, ayant entraîné pendant plusieurs années son fils, aujourd'hui âgé de 14 ans. Un jeune sportif que Nicolas Odet, 44 ans, élève au côté de sa fille de 10 ans, avec son épouse.

Transformer les essais

Finalement, Nicolas Odet n'aura donc jamais eu de raisons de s'éloigner de sa région natale. Pour preuve, alors étudiant, il renonce à l'idée de tenter d'entrer à HEC ou à l'Essec malgré les encouragements de ses professeurs, convaincu qu'il peut trouver dans sa région tout ce qui le rendra heureux. «*Après seulement un an de prépa, j'ai choisi Grenoble École de Management (GEM). J'ai commencé à bosser chez Sagem, sur les réseaux fibres optiques à Lyon. Ensuite tout s'est enchaîné : IBM Lyon puis Hardis…*», évoque-t-il. Malgré quelques «*indispensables conneries*», avec l'aide et la confiance de son management, Nicolas Odet a participé à changer la culture d'entreprise d'Hardis, avec l'idée de «*ré-impulser une dynamique d'innovation, de diffuser le digital à l'échelle de l'ensemble des services tout en étant performant au niveau économique*». Après de multiples fonctions et de nombreux développements, ses ambitions pour l'entreprise le mènent tout droit aux postes de directeur général adjoint en 2013, directeur général en 2015, puis président en 2019 : «*Je ne cherche pas forcément plus grand, je veux être utile à l'organisation : transformer, accélérer. C'est ce que j'ai toujours trouvé chez Hardis*», précise-t-il. Il pilote désormais l'entreprise avec Yvan Coutaz, directeur général, devenu lui aussi un ami. «*Dans tout ce qu'il entreprend, Nicolas va au bout des choses, il fait le maximum. Une fois qu'il adhère à un projet, il le porte à bout de bras jusqu'à son terme*», assure son ami Jean-François. Ainsi, tout en tenant ses engagements, fidèle à ses racines, Nicolas Odet a trouvé un «*équilibre*» qui le sert au quotidien dans sa trajectoire, personnelle ou professionnelle. Sur ce second plan, le président d'Hardis Group entend développer «*l'international et la diversité, avec une équipe toujours aussi extraordinaire*», tout en prenant encore «*beaucoup de plaisir*». ■

> « Je ne cherche pas forcément plus grand, je veux être utile à l'organisation : transformer, accélérer. C'est ce que j'ai toujours trouvé chez Hardis. »

Portrait réalisé par Laurène de Vialar

1999 Entrée chez IBM,
2005 Mariage et voyage de noces en Australie,
2006 Naissance de son fils,
2009 Naissance de sa fille,
2019 Transmission capitalistique et présidence d'Hardis Group.

ALSTEF GROUP

Pierre Marol

Président

APRÈS L'ANNONCE, FIN SEPTEMBRE, QUE B2A TECHNOLOGY DEVENAIT ALSTEF GROUP, MARQUE UNIQUE RASSEMBLANT ALSTEF, BA SYSTÈMES, BA HEALTHCARE ET GLIDEPATH, PIERRE MAROL, SON PRÉSIDENT, RÉALISE LE BILAN DE 2020. MALGRÉ LA CRISE SANITAIRE, LE SPÉCIALISTE DES SOLUTIONS AUTOMATISÉES N'EN DEMEURE PAS MOINS OPTIMISTE.

© DR.

Lors d'un point presse donné à la rentrée, vous déclariez que le groupe se portait bien, enregistrant une progression constante. Quel bilan faites-vous de l'année 2020 ?

Le premier indicateur, sans doute le plus important, concerne la prise de commandes : nous allons réaliser en 2020, au niveau d'Alstef Group, 180 millions d'euros de commandes tandis qu'elles s'élevaient à 145 millions d'euros l'année dernière. Il s'agit d'une forte croissance provenant d'une part de l'intégration de Glidepath *[société néo-zélandaise, spécialiste des systèmes de manutention de bagages et de colis, acquise fin 2019]*, d'autre part d'une croissance organique à périmètre constant. Depuis le rapprochement d'Alstef et BA Systèmes début 2018, nos entrées de commandes qui étaient de 100 millions en 2017, ont ainsi enregistré une progression de 80 % en trois ans. Le deuxième paramètre concerne la facturation avec un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros pour l'ensemble du groupe sur l'année 2020, soit l'équivalent de l'année dernière malgré l'acquisition de Glidepath. L'impact de la pandémie sur notre chiffre d'affaires est donc d'environ 40 millions d'euros : sans elle, nous aurions atteint 180 millions car sur l'activité aéroportuaire, nous avons perdu environ 20 millions d'euros à la fois chez Glidepath et chez Alstef.

> « Le fait d'avoir une marque unique est un symbole important mais il faut que cela se traduise par des actions concrètes. »

Comment envisagez-vous l'année 2021 sur vos différents marchés : l'intralogistique, le médical et l'aéroportuaire ?

L'impact de la crise sanitaire n'est pas du tout le même selon les marchés. Niveau intralogistique, elle constitue plutôt un accélérateur de la digitalisation de la supply chain et de l'automatisation de ses processus. En revanche, sur le segment aéroportuaire, si certains projets se font tout de même – nous avons signé un contrat de 50 millions d'euros avec l'aéroport de Santa Lucia au Mexique et nous avons gagné une plus petite commande pour l'aéroport de Vancouver il y a quelques semaines – ils sont beaucoup moins nombreux qu'avant. Nous attendons avec impatience la fin de la pandémie et la reprise du trafic aérien pour que ce business reparte fortement. Nous savons que dès que nos clients auront une visibilité sur la mobilité des passagers, les investissements suivront. Notre commande pour Mexico permet de passer ce creux de la vague sans réduire nos effectifs. Il est certain que nous continuerons à être en croissance en 2021 car nous avons également de très beaux projets sur l'activité intralogistique. Nous venons notamment de signer une deuxième commande de plus d'une dizaine de millions d'euros avec la société Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel pour une de ses filiales, L'abeille, localisée à

© Alstef Group.

Cholet (49), après l'automatisation de son entrepôt des Crudettes à Chateauneuf-sur-Loire (45) fin 2019.

Ce segment de l'intralogistique devrait prendre de plus en plus d'importance à l'avenir chez Alstef Group ?

Même si notre activité demeure supérieure sur l'aéroportuaire – 60 % contre 40 % sur la logistique et le médical –, il est indéniable que nous allons enregistrer une croissance plus forte du secteur intralogistique l'année prochaine. Nous observons une transformation importante du métier avec un allongement des durées des contrats pour les 3PL : traditionnellement de deux à trois ans, ils rendaient impossibles l'investissement dans des solutions automatisées de grande ampleur parce qu'il n'y avait pas de ROI. On observe désormais une approche différente de la part des chargeurs, qui sont pour la plupart convaincus que, pour continuer à enregistrer des gains de productivité et à garantir la qualité de service, il faut passer par l'automatisation et donc donner plus de visibilité à leurs prestataires. Aujourd'hui, les 3PL avec lesquels nous travaillons évoluent ainsi sur des contrats de 10 ans, voire plus. C'est un changement structurant qui, petit à petit, va s'amplifier.

Vous indiquez d'autre part vouloir vous positionner encore davantage sur l'e-commerce…

Nous sommes distributeurs de la solution AutoStore depuis plusieurs années et nous voulons asseoir notre position sur l'e-commerce qui jusqu'à présent n'était pas une cible prioritaire. Nous avons l'intention de nous y renforcer à la fois commercialement et techniquement. Nous avons souhaité démarrer prudemment et avons engrangé de l'expérience jusqu'à acquérir un niveau de compétences suffisant pour pouvoir accélérer dans ce domaine.

Vous avez annoncé fin septembre opérer désormais sous une seule marque : Alstef Group. Cette entité unique devrait vous permettre de renforcer vos différents axes de développements ?

Oui, c'est l'un des objectifs. Cela répond aussi à une demande de nos clients qui trouvaient qu'il y avait un besoin de clarification, d'uniformisation et de mise en cohérence de notre offre. Le fait d'avoir une marque unique est un symbole important mais ce n'est évidemment pas suffisant, il faut que cela se traduise par des actions concrètes. Nous travaillons donc sur plusieurs axes, le premier étant commercial avec une équipe unique qui présente au marché l'ensemble des solutions d'Alstef Group. Le deuxième concerne la partie logicielle afin d'être en mesure de proposer une suite intégrée avec une interface unique, pilotant tous les équipements que nous proposons (AGV, transstockeurs, convoyeurs). Le troisième pilier touche aux services. Nous travaillons à améliorer la polyvalence de nos équipes de techniciens de maintenance et mettons en place des systèmes de hotline communs pour avoir une offre de services unique. Le transfert de gouvernance, avec l'arrivée de Nicolas Breton au poste de directeur général, permet de piloter la mise en place de ces trois actions.

Après l'acquisition de Glidepath, de nouveaux projets de croissance externe sont-ils prévus ?

Nous sommes dorénavant présents dans 12 pays sur cinq continents : 65 % de nos équipes en Europe, 25 % en Asie-Océanie et 10 % en Amérique. Nous avons donc déjà une dimension internationale et nous souhaitons poursuivre dans cette voie. L'acquisition de Glidepath n'est pas la dernière que nous ayons l'intention de faire. Nous avons encore les moyens financiers et l'ambition de continuer à utiliser le vecteur de croissance externe mais aussi celui de la croissance organique en développant de nouveaux produits et en faisant de l'innovation. Nous avons, ces deux dernières années, conçu et mis sur le marché quatre nouveaux chariots automatiques dont un chariot tridirectionnel capable de stocker à 12 mètres de hauteur. Niveau R&D, nous nous focalisons d'autre part sur des notions de vision, de navigation et de sécurité : des sujets primordiaux pour rendre nos AGV toujours plus sûrs et agiles. ■ **C.C.**

© Alstef Group.

Par Philippe-Pierre Dornier
Professeur à l'Essec et président de Newton.Vaureal Consulting

LA GRANDE BASCULE DES APS

La planification des opérations vue, enfin, comme un enjeu stratégique

Dans ces périodes chaotiques où les flux d'activités liés aux achats, à la production, à la distribution de produits finis ou de pièces de rechange, ne sont plus permanents mais toujours en régime transitoires, la planification des opérations devient un enjeu encore plus sensible pour atteindre les objectifs de chiffre d'affaires, d'engagement de service, de maîtrise des coûts et des achats, et de profit au final.

La transformation de la planification opérationnelle est en train de s'accélérer. Elle est sortie des milieux experts et intéresse les comités de direction convaincus par les directeurs supply chain. Les dirigeants d'entreprises voient dans les technologies digitales un moyen d'améliorer la prise de décision en matière d'allocation de ressources, d'équilibre charge/capacité, et d'arbitrage dans des environnements mouvants. Les outils communément développés, au cœur desquels se situent les APS (Advanced Planning System) et les organisations qui s'appuient sur eux, basculent dans un nouvel univers.

Des faiblesses structurelles dans les solutions de planification

Quel que soit le niveau de maturité de l'organisation en charge de la planification des opérations, il y a quatre faiblesses qu'il est possible de retrouver.

En premier lieu, le recours très intensif à de multiples solutions locales basées parfois sur des outils dédiés mais le plus souvent sur Excel, y compris dans les plus grands groupes. Excel est simple et s'utilise facilement avec peu de barrières technologiques. Mais les résultats engendrés sont statiques et obligent à la reprise de données de manière permanente vers et à partir d'Excel.

En second lieu, la prévision reste trop souvent un domaine qui ne s'appuie pas sur un modèle robuste testé. Le paramétrage est douteux et rarement maintenu. Le savoir-faire du prévisionniste prend rapidement le dessus et il tient un rôle nécessaire mais souvent excessif.

En troisième lieu, les informations de base sont généralement de pauvre qualité. Si elles sont hétérogènes dans leur provenance (ERP, WMS, CRM…) elles sont difficilement agrégeables. Elles sont gérées ponctuellement et le passage à un flux continu de données est une vraie difficulté qui empêche d'envisager l'exploitation de la remontée de données multiples en provenance, en particulier, de capteurs comme cela va être rapidement l'opportunité.

Enfin, en quatrième lieu, l'aptitude au changement sur la question de la planification est faible. Moins les processus sont standards et plus ils reposent sur des pratiques locales, et plus l'entreprise est alors dépendante de personnes uniques, dont la plus ou moins grande appétence au changement, conditionne la pérennité ou non de modèles organisationnels qui « marchent » mais qu'en réalité tout le monde sait obsolètes.

Plusieurs voies de progrès sont envisageables. La première vise à travailler une intégration plus aboutie, en particulier avec une meilleure prise en compte de la composante finance et contrôle de gestion. La seconde est de trouver des solutions facilitant la mise en place de boucles de contrôle en temps réel avec une exploitation de flux de données plus permanente. Enfin, la troisième source est d'élargir le champ des compétences mobilisables en trouvant le moyen d'associer des expertises extérieures à l'entreprise.

De « planifier pour mieux exécuter » à « contrôler pour mieux planifier »

Le monde de l'IT foisonne d'innovations à l'ère du digital : APS 4.0, les solutions IBP (Integrated Business Planning), les BEP (Business Efficiency Planning), les jumeaux numériques, le tout dominé par les Control Tower…
Traditionnellement, la planification des opérations est prise en charge par des processus et des compétences internes. Dans

© Sitthiphong – Adobe stock.

le cadre d'un bon niveau de maturité, elle s'appuie sur des outils APS (SAP, Oracle, Dynasys…) ayant les caractéristiques suivantes :

- elles sont principalement sur étagères et paramétrables ;
- historiquement elles sont on premise, hébergées en propre par l'entreprise ;
- elles sont extensibles par projets successifs ;
- elles renvoient à un investissement en Capex, l'entreprise ayant acheté une licence.

Un autre choix existe avec les solutions de planification sous contrainte (Anaplan, Decision Brain…) qui sont des boites à outils customisables permettant de construire ses propres solutions d'optimisation et de mieux les intégrer dans des perspectives business.

Enfin, les solutions IBP sont plus extensives, liant les APS/planification sous contrainte à la dimension finance et contrôle de gestion plus affirmée afin, en particulier, d'évaluer les conséquences des scénarios « what if ? ».

Le développement de ces outils réclame une extrême vigilance et deux principes sont à retenir pour éviter les déconvenues.

- Se méfier de l'illusion que peut donner la qualité des résultats d'un pilote. Car les problèmes rencontrés ne sont pas liés à la performance de l'outil à partir de données figées, comme celles généralement utilisées dans le cadre d'un pilote.
- Acquérir la maîtrise de l'approvisionnement de l'outil avec un flux de données pérennes, propres et synchronisées. C'est la composante fondamentale à maîtriser pour assurer la qualité des résultats dans le temps d'un tel investissement. Ces données doivent être fournies en diversité, en quantité, en qualité et en permanence, le tout dans un environnement suffisamment sécurisé pour éviter tout risque de malversation. Un mouvement important s'opère vers la proposition de solutions « SaaS cloud based », qui ouvre deux opportunités très riches. La première est liée au fait que le client utilisateur se dégage de la problématique IT et se focalise uniquement sur la dimension valeur ajoutée métier. La seconde repose sur la co-construction de solutions sous deux dimensions, informatique et métier de la planification. L'éditeur ayant la parfaite visibilité de l'outil est capable de le faire évoluer en fonction de son observation et de son analyse du suivi des utilisations faites. Sur la dimension métier, dans le cadre du recours à des solutions d'optimisation sous contrainte, et grâce à la visibilité sur les données de son client, les cabinets de conseil experts sont force de proposition dans la recherche de solutions les plus adaptées à la planification.

Clients utilisateurs comme fournisseurs de solutions et cabinets de conseil experts sont en mouvement et leurs équilibres respectifs bougent. Cela permet de trouver la martingale réconciliant quatre niveaux d'expertise qu'il faut savoir réunir dans la même équipe de planification pour tenter de passer à un stade plus efficace dans la planification :

- la maîtrise technique de l'outil ;
- la maîtrise du flux permanent, standardisé et nettoyé ;
- la capacité métier à une analyse détaillée des scénarios et de leurs alternatives ;
- l'aptitude d'élever la réflexion en intégrant mieux la composante IBP. ■

Dossier réalisé par Émilien Villeroy.

© IDEC Groupe.

© Axefim

26 I. Les réinventions environnementales de l'entrepôt.
34 II. Immobilier : une expertise supply chain accentuée.
38 III. L'immobilier cherche ses positionnements.
46 IV. Parcs logistiques, force de proximité.
50 V. Faire de l'entrepôt un lieu de vie.

L'IMMOBILIER AU SERVICE DE LA SUPPLY CHAIN

Un site logistique bien situé, conçu au plus près de ses flux et de ses besoins, construit dans le respect de règles environnementales, proposant un cadre de travail soigné pour ses collaborateurs... Alors que l'entrepôt reste le centre névralgique et physique de tous les enjeux de la supply chain, les acteurs du monde de l'immobilier logistique s'activent et innovent pour proposer à leurs utilisateurs – chargeurs ou prestataires –, des actifs résilients, optimisés et vertueux. Constructeurs, développeurs, cabinets de conseil, architectes : c'est tout l'écosystème du secteur qui a su, au fil des ans, enrichir son offre et accroître son expertise au service de la supply chain.

LES RÉINVENTIONS ENVIRONNEMENTALES DE L'ENTREPÔT

Outil clé d'une supply chain en quête de performance environnementale, l'entrepôt devient de plus en plus vertueux. Mais au-delà des certifications et des efforts réalisés durant la construction, c'est vers une utilisation durable des sites dans le temps que travaillent les acteurs de l'immobilier, avec de nouvelles innovations et un accent mis sur le pilotage.

Tous en quête de l'entrepôt vert ? Alors que l'écosystème de la supply chain cherche à intégrer les problématiques environnementales, les bâtiments logistiques montrent eux aussi patte blanche afin de réduire leur empreinte. Des efforts qui se traduisent très concrètement par la quasi-systématisation de la certification des sites construits, devenue en l'espace d'une décennie un indispensable pour les projets immobiliers sortis de terre. En France, elle est principalement déployée via les labels Breeam, standard britannique développé par la Building Research Establishment depuis 1986, et HQE (Haute qualité environnementale), son équivalent français lancé en 2004. Le Leed, version américaine créée en 2000, est lui moins courant en Europe mais présent dans certains projets. Ces labels viennent ainsi interroger la qualité énergétique du bâtiment, le management du chantier, mais aussi l'acoustique, l'écologie, l'analyse de cycle de vie… *«Nous observons une demande presque systématique de certification environnementale des bâtiments. A minima, elle porte sur du Breeam Good ou HQE Excellent et il est de plus en plus fréquent que cette demande porte sur un niveau exceptionnel. Elle englobe les phases programmation et conception et doit permettre de minimiser les coûts d'exploitation et de maintenance des bâtiments. Depuis 2006, sur l'ensemble des nos opérations réalisées, 100 % sont certifiées, et 80 % ont une double certification»*, notent Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert, respectivement directeur général logistique et directeur général délégué à la logistique urbaine chez Quartus. *«La certification environnementale s'est banalisée. Avant, elle émanait d'une volonté de communication côté chargeur, mais les investisseurs ont depuis imposé cette demande de qualité sur l'ensemble de leurs projets»*, estime Didier Terrier, directeur général d'Arthur Loyd Logistique. *«Face aux coûts des évolutions environnementales demandées pour les bâtiments logistiques, la certification est devenue la solution de rentabilisation du surinvestissement : il faut l'avoir car on pourra alors mieux vendre le site. De toute façon, la question de la rentabilité ne peut pas se poser sur ces sujets. Une installation photovoltaïque peut être rentabilisée en 10-15 ans, mais toutes les autres me-*

> « Face aux coûts des évolutions environnementales demandées pour les bâtiments logistiques, la certification est devenue la solution de rentabilisation du surinvestissement. »

© Segro.

sures visant à réduire les émissions ont un ROI d'une centaine d'années ! Il faut donc envisager la rentabilité carbone plutôt qu'économique », constate Marc Esposito, directeur innovation chez GSE. Avec parfois un effet pervers : « *Tout ce qui est en dehors des certifications peut devenir plus difficile à implanter : la production photovoltaïque n'était ainsi pas un indispensable des certifications, ce qui explique sans doute pourquoi l'État a légiféré sur le sujet* ». Dans ce cadre, GSE a lancé récemment un programme de R&D baptisé « Bâtiment responsable ». « *La certification est un coût fixe d'à peu près 100 000 euros. Pour des grands projets à 40 millions d'euros, ce n'est pas douloureux, mais des sites plus petits ne peuvent pas se le permettre. D'autant plus que les certifications adressent l'ensemble des sujets environnementaux, alors que certains utilisateurs avec des petits bâtiments ont des sensibilités environnementales plus ciblées. Nous avons donc lancé ce projet R&D pour les clients qui veulent bénéficier de notre savoir-faire autour de la certification, mais sur certains sujets seulement, afin de bénéficier de sites vertueux sans avoir à passer par des certificateurs* », détaille Marc Esposito.

Analyses et aménagements

Comment se traduisent concrètement ces efforts environnementaux dans la construction des sites ? Tout d'abord par un accompagnement systématique dès le début du projet : « *Nous analysons les sols avec nos expertises géotechnique et pollution. Durant la phase de chantier, nous mobilisons tous les intervenants pour la signature d'une charte qualité environnementale du bâtiment qui les engage dès le début du projet* », expliquent Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert. « *Le respect du bon développement d'un chantier est devenu primordial. Cette démarche nouvelle rend le métier d'AMO* [assistant à maîtrise d'ouvrage] *incontournable sur le marché de la construction, sécurisant l'investisseur et l'utilisateur grâce à sa vérification du bon traitement du chantier. C'est un marqueur de la volonté des acteurs du secteur d'avoir des sites bien faits* », note Philippe Frerejean, consultant expert supply chain associé chez Arthur Loyd Logistique. « *Nous mettons à l'œuvre les nouvelles règles constructives, en incorporant la nouvelle loi Énergie et Climat et les nouvelles directives, mais nous nous employons également à aller plus loin dans la qualité environnementale des bâtiments* », déclare de son côté Thierry Bruneau, CEO de Catella Logistic Europe. On voit apparaître des installations qui viennent accompagner la réduction des consommations. Du côté de l'eau par exemple, des systèmes de récupération sont intégrés, qui permettent la réutilisation de la pluie pour les sanitaires et l'arrosage sur le site. « *Dans nos parcs, nous traitons les eaux de ruissellement sur place, plutôt que de les rejeter dans les collecteurs des municipalités. Cela évite de modifier les réseaux existants pour augmenter leurs capacités* », développe Cécile Tricault, directrice France de Prologis. Chez Quartus Logistique, un bâtiment Breeam Very Good de 55 912 m² développé à Courthézon (84) et livré en octobre 2020 a également pu prendre en compte cette question : « *Le site, localisé*

© Virtuo.

en zone inondable, a été traité avec les contraintes PPRI (Plan de prévention du risque inondation). Les eaux pluviales sont récupérées pour être réutilisées dans les sanitaires». Des initiatives qui peuvent être optimisées avec des détecteurs de fuites et des appareils sanitaires plus économes en eau.

Des panneaux sur les toits

Autre élément central et en fort développement, celui des panneaux photovoltaïques. L'année dernière, la loi Énergie et Climat a en effet modifié le code de l'urbanisme afin d'imposer à toutes les constructions récentes de sites commerciaux ou logistique de plus de 1 000 m² de végétaliser ou d'équiper de dispositifs de production d'énergie renouvelable 30 % des surfaces de toiture ou des ombrières des parkings. De nouvelles obligations qui avaient parfois été intégrées depuis longtemps par les développeurs en logistique : «*Nous avons généralisé la mise en*

LA BIODIVERSITÉ FAIT SON NID

Allant dans le sens des démarches environnementales, des actions pour la biodiversité ont également pu être lancées par les développeurs. C'est le cas chez Prologis, profitant de son organisation en parcs logistiques, avec des surfaces d'espaces verts qui permettent de travailler ces notions de faune et flore. Exemple, avec la mise en place de ruches : *« Nous travaillons avec une start-up qui utilise les abeilles comme de véritables drones : en étudiant le miel créé par celles-ci dans un rayon d'environ cinq kilomètres, cela permet d'avoir une cartographie de la biodiversité, de replanter des espaces qui seraient en déficit et de suivre les évolutions de la nature qui entoure nos sites »*, raconte Cécile Tricault. *« Il y a un effet d'échelle. Il est plus simple de mettre en œuvre ces projets quand on mutualise sur un parc logistique »*. Des démarches qui sont maintenant labellisées sous le sigle Biodivercity, développé par le Cibi, Conseil international biodiversité et immobilier. Celui-ci se concentre sur la diversité des milieux, des écosystèmes et des espèces sur les sites, ainsi que leur relation avec l'humain, avec des espaces à vivre autour du bâtiment. Des thématiques qui peuvent être traitées de diverses manières : *« Cela passe par la mise en place de gîtes et refuges pour la faune, des composteurs pour la valorisation des déchets organiques, la mise en œuvre d'un minimum de 20 % de matériaux d'origine locale et/ou recyclés, la conception d'un plan de gestion de site à long terme (jusqu'à 10 ans) avec une gestion différenciée des espaces verts, ou encore la protection de la biodiversité en phase chantier avec des mesures pour limiter les perturbations ou les destructions de zones refuges »*, détaillent Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert chez Quartus Logistique.

place de panneaux solaires même pour les bâtiments qui ne tombaient pas sous le coup de l'obligation», explique Grégory Blouin, président de Virtuo. Cette énergie a ensuite deux types d'utilisation : tout d'abord, l'autoconsommation, qui permet d'alimenter l'éclairage (qui est lui optimisé avec la mise en place de Led et de détecteurs de mouvements en entrepôt), l'eau chaude, et également les systèmes automatisés ou les bâtiments en température dirigée. Mais pour certains entrepôts aux consommations mesurées, la surproduction est vite arrivée. «*Les bâtiments logistiques sont globalement très performants parmi ceux du tertiaire. Ils sont ceux qui consomment le moins car ils ne sont presque pas ventilés, peu chauffés, rarement climatisés… Il est donc nécessaire de revendre l'énergie produite : un entrepôt sec traditionnel n'utilise en moyenne que 10 % de cette électricité générée ! Celle-ci repart donc dans les réseaux, avec des subventions de l'État pour racheter cette énergie*», explique Marc Esposito. Mais si elle est souvent redistribuée ailleurs, cette électricité pourrait servir dans le futur pour le transport, afin d'alimenter dans un premier temps les véhicules légers électriques, et peut-être demain participer à l'alimentation des grands porteurs à hydrogène. «*Si l'ensemble du réseau de transport passe à ces technologies, les productions photovoltaïques ne suffiront plus, mais nous avons calculé qu'un site de 36 000 m² peut tout de même alimenter 30 camions à l'année en hydrogène*», souligne Marc Esposito. Des aspects déjà pris en compte par les développeurs : «*Nous allons au-delà des 30 % réglementaire sur nos toits et nous concevons des opérations où nos panneaux photovoltaïques pourront servir à recharger les véhicules électriques de la logistique urbaine*», explique Benoît Chappey, directeur du développement France chez Goodman. Une optique de mobilité propre travaillée également chez Segro : «*À Paris, des projets tels que notre futur site de la gare des Gobelins ou Îlot Fertile dans le*

© Concerto.

© SAGL

XIXe arrondissement proposeront des bornes de chargement pour tous les véhicules utilitaires 100 % électrique », note Laurence Giard, directrice générale France de Segro. Des efforts allant dans le sens du plan RSE lancé il y a quelques années par l'investisseur-développeur, avec des objectifs clairs à l'horizon 2025 : une diminution de 40 % des émissions de CO_2 pour l'ensemble du parc, une réduction drastique des déchets pour les nouveaux développements, et des efforts pour la décarbonation des matériaux de construction des bâtiments. Chez Idec, la structure Idec Energie a été lancée, avec pour objectif d'offrir des services complémentaires aux clients dans leurs modes de consommation. *« Nous voulons construire des parcs autonomes en énergie. Avec 500 000 m² sortant de terre tous les ans, nous avançons sur la pose de systèmes photovoltaïques, mais nous allons aussi vers la géothermie, l'éolien… », explique Christophe Simonnet,* directeur associé du groupe Idec et directeur général de Faubourg Promotion. Un fourmillement

ZOOM

CÔTÉ FONCIER, UNE RÉDUCTION DE L'ARTIFICIALISATION EN MARCHE

Autre sujet du moment, celui de l'artificialisation (c'est à dire l'utilisation de terrains vierges pour construction), que les pouvoirs publics souhaitent fortement réduire dans le monde de la logistique. Une question complexe, d'autant que les surfaces artificialisées pour la logistique en France représentent moins de 1 % des surfaces artificialisées au global, la majeure partie venant plutôt de l'habitation. Malgré tout, les acteurs du secteur travaillent dans ce sens, avec un focus sur la requalification de friches industrielles. *« On peut transformer un site déjà construit, potentiellement pollué, que l'on repense intégralement pour recréer des espaces verts qui n'existaient plus, faire revenir de la biodiversité, et, contrairement à ce qu'on peut penser, avoir un impact positif sur l'environnement »*, assure Cécile Tricault chez Prologis. Chez P3 Logistic Parks, les développements menés aujourd'hui en France se font ainsi exclusivement sur des zones et des terrains qui ne sont pas agricoles. *« Nous nous focalisons sur la reconversion des sites industriels afin de leur donner une seconde vie. Nous faisons alors face à des problématiques de traitement de l'ancien, ainsi que des terres potentiellement polluées. Mais, a contrario, nous n'avons pas à subir la question de la non-artificialisation et de compensations à fournir, ce qui fait gagner du temps »*, constate Christophe Chauvard, directeur général de P3 Logistic Parks en France. Le projet RVSL Amont sur le Port maritime de Rouen voit ainsi 180 000 m² de terrain remis en état pour permettre de développer 60 000 m² de bâtiments logistiques, avec plus d'un an de travail nécessaire pour la requalification de ce site portuaire. Le développeur travaille également avec des détenteurs d'immobilier pour des opérations de vente en lease-back qui pourraient offrir des développements futurs. *« Nous étudions également les sujets de reconversion de zones commerciales en périphérie des centres urbains qui souffrent actuellement, et correspondent tout à fait à l'équilibre cherché entre bassins d'emploi et de consommation, logistique du dernier kilomètre et responsabilité environnementale »*, détaille Christophe Chauvard. Chez Goodman, la recherche de fonciers se focalise également sur des friches, avec une stratégie de zéro artificialisation nette : *« Le développement est repensé dans la gestion de projet, il faut analyser les sols différemment du côté géotechnique et pollution. Il y a une expertise à développer sur la remise en état car la procédure est complexe, et nécessite un partenariat fort avec le vendeur, souvent anciennement exploitant »*, note Benoît Chappey, évoquant la construction récente d'un entrepôt de 69 000 m² à Breuvière (59) à la place d'une ancienne papeterie. Pareillement, du côté de GLP, à Saint-Martin-de-Crau (13), l'ancienne raffinerie Petroplus est en cours de démantèlement et de dépollution pour un nouvel usage logistique. *« Ce sont des développements plus complexes et plus lourds, mais parfois moins aléatoires que des terrains vierges constructibles qui nécessitent des études de faune et flore complémentaires, où l'on peut avoir de mauvaises surprises »*, constate Vincent Gourlin, directeur du développement chez GLP.

BESOIN D'UNE SURFACE LOGISTIQUE ?

GLP

MAGNA-PARK
ARRAS 2 (62223)

24,949 m²
Disponibles immédiatement

G-PARK
BUSSY-SAINT-GEORGES
(77600)

7,490 m²
Disponibles en mai 2021

G-PARK
SAINT-FARGEAU-PONTHIERRY
(77310)

47,709 m²
Disponibles immédiatement

G-PARK
SAINT-GERMAIN-LÈS-ARPAJON
(91180)

10,590 m²
Disponibles immédiatement

G-PARK
SAINT-GERMAIN-LÈS-ARPAJON
(91180)

37,193 m²
Disponibles en avril 2021

MAGNA PARK
SAINT-MARTIN DE CRAU 2
(13310)

19,779 m²
Disponibles Q1 2021

ORLÉANS
LOGISTICS PARK 6 (45410)
Ormes

12,800 m²
Disponibles en février 2021

ORLÉANS
LOGISTICS PARK 9 (45410)
Ormes

9,271 m²
Disponibles immédiatement

CONTACTEZ-NOUS

GLP France
36 rue Marbeuf,
75008 Paris
+ 33 (0) 1 44 43 49 50
contact-fr@glp.com

GLP est l'un des principaux gestionnaires d'actifs et développeurs d'affaires à l'échelle mondiale dans les domaines de la logistique, de l'immobilier, des infrastructures, de la finance et des technologies associées. Notre double expertise en matière d'investissement et d'asset management nous permet de créer de la valeur pour nos clients et investisseurs. Nous sommes présents au Brésil, en Chine, en Europe, en Inde, au Japon, au Vietnam et aux États-Unis, et gérons 97 milliards USD d'actifs dans des fonds immobiliers et de private equity.

glp.com/eu

© GSE

de services énergétiques aussi promu du côté d'Arefim : «*Sur le bâtiment loué à L'Oréal dans notre Cosmetic Park, près d'Orléans, nous avons des cellules photovoltaïques, une chaudière biomasse fonctionnant aux copeaux de bois, une climatisation par un système de puits canadien*», raconte Valéry Fenes, co-gérant d'Arefim. «*Nous travaillons sur la mise en œuvre de systèmes constructifs innovants avec le développement du stockage d'énergie, l'utilisation d'isolants biosourcés, l'installation de chaufferies bois ou le développement de la géothermie sur nappe ou sur pieux…*», précisent de leur côté Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert chez Quartus Logistique. Chez Prologis, la mise en commun de toutes ces innovations a permis au développeur de récemment lancer la construction d'un entrepôt où l'impact sera réduit de 70 % sur son cycle de vie, de la destruction de l'entrepôt précédent jusqu'à 50 ans après sa livraison. «*Au lieu de rejeter 115000 tonnes de CO_2 sur cette période, on passera à 35000. Cette diminution est le résultat de toutes les innovations mises en œuvre sur les dix dernières années que nous avons compilées*», estime Cécile Tricault *(lire également l'encadré p.33)*. Des innovations qui peuvent également être déployées sur des sites existants, remis en état. Prologis a ainsi récemment lancé son offre Marketplace Essentials, qui permet à ses utilisateurs d'accéder à une place de marché pour se procurer des produits hors immobilier. «*Nous proposons des racks, des chariots élévateurs, mais aussi des éclairages Led et des panneaux solaires, dans des conditions négociées pour eux*», détaille Cécile Tricault.

> « Si la course à la certification et les efforts constructifs sont forcément positifs pour la durabilité du secteur, il ne faudrait pas que ces efforts s'arrêtent au moment de la remise des clés. »

Un pilotage sur le long terme

Mais si la course à la certification et les efforts constructifs sont forcément positifs pour la durabilité du secteur, il ne faudrait pas que ces efforts s'arrêtent au moment de la remise des clés. «*Pour certains utilisateurs, la certification est importante, mais pas forcément la façon dont elle peut se traduire dans l'exploitation du bâtiment. Un travail de fond est fait durant le développement, mais par manque de certification sur l'exploitation en elle-même, il n'est pas toujours suivi dans la pratique. Cela va changer, car la préoccupation des utilisateurs et citoyen évolue*», estime Grégory Blouin. «*Il faut évidemment investir dans la rénovation*

énergétique des bâtiments, mais il est clair que les bâtiments neufs sont déjà très poussés sur ces sujets. Il faut donc maintenant aller voir dans la pratique, car un site très optimisé peut tout de même offrir de mauvaises performances environnementales si cet aspect n'est pas suivi dans l'exploitation», avertit Marc Esposito. Un impératif rendu plus fort avec le décret relatif aux obligations d'actions de réduction de la consommation d'énergie finale dans des bâtiments à usage tertiaire, paru en juillet 2019. Concrètement, celui-ci impose la mise en œuvre d'actions pour diminuer les consommations des sites de 40 % en 2030, 50 % en 2040 et enfin 60 % en 2050 par rapport à 2010. Pour que les efforts menés au moment de la construction puissent se poursuivre tout en répondant aux attentes règlementaires, il est donc nécessaire pour les acteurs du secteur d'aller vers un entrepôt intelligent, capable de communiquer sur sa performance et de la gérer plus finement. «*Chez GSE, nous avons créé un système de pilotage avec une interface qui simplifie la lecture des informations. Ce type d'outil va devenir obligatoire avec le décret et l'obligation de déclaration des consommations réelles. Il est nécessaire d'apprendre aux utilisateurs à prendre en main leur bâtiment. Nous offrons également du commissionning, c'est à dire du suivi de pilotage pour le site dans les trois années suivant sa réalisation*», détaille Marc Esposito. Un mouvement vers le pilotage digital des bâtiments qui se développe de plus en plus : «*La gestion des consommations passe par des bâtiments plus intelligents, avec des systèmes de mesure pour les dépenses d'énergie – électricité, eau, gaz. C'est un bon moyen de s'interroger sur les gaspillages potentiels et de faire des économies*», insiste Grégory Blouin. Chez Quartus Logistique, «*l'utilisation d'équipements connectés pour la domotique, afin de répondre aux besoins de confort et d'usage, de sécurité et de communication, est jumelée avec des outils de type GMAO* (Gestion de maintenance assistée par ordinateur) *pour assurer en temps réel la gestion, l'exploitation et la maintenance des bâtiments*». Autant de façons de s'assurer que les sites logistiques poursuivent leurs efforts environnementaux dans le temps. ■

CHEZ PROLOGIS, UN ENTREPÔT AU CHAUFFAGE INTER-SAISONNIER

Sur un entrepôt de son parc Moissy 2 DC1 (77), Prologis va mettre en place avec Accenta un procédé expérimental consistant à capter de la chaleur produite en été par le bâtiment pour pouvoir le chauffer en hiver.

Parmi les actions menées par Prologis au sein de ses sites logistiques, sa collaboration récente avec l'entreprise Accenta, spécialisée dans le stockage intelligent d'énergie, est sans doute la plus innovante. En effet, la jeune pousse a développé une solution qui permet de stocker de la chaleur dans des sondes géothermiques afin de proposer du chauffage inter-saisonnier. En clair, l'énergie thermique produite et captée au sein du bâtiment en été va être conservée par un système de batterie afin de pouvoir chauffer le site pendant l'hiver, grâce à des pompes à chaleur. Le tout sous le pilotage d'une application qui permet d'optimiser la consommation d'énergie et de maximiser le rendement thermodynamique. Soutenu et co-financé par la région Île-de-France et l'Ademe, ce procédé innovant permettra de contribuer à 30 % de la décarbonation d'un bâtiment en construction depuis l'été 2020 sur le parc Moissy 2 DC1 : une plateforme logistique de 100 000 m² qui sera exploitée par la filiale logistique de Monoprix, Samada. Au total, ce site va réduire de 70 % son empreinte carbone de chauffage et climatisation sur 50 ans. *« C'est une voie dans laquelle nous sommes résolument engagés et où nous voulons continuer à être pionniers. Pour nos prochains bâtiments, nous visons une diminution de l'empreinte de 80 % ou plus, avec l'objectif d'aller vers des bâtiments à énergie positive »*, résume Cécile Tricault, rappelant la démarche *« éviter, réduire, compenser »* du développeur : *« Quand on ne peut pas diminuer intégralement l'impact, nous agissons en reboisant localement, ou à l'international. Mais cette compensation doit rester attachée à nos objectifs d'évitement des émissions »*. Si ce projet de chauffage inter-saisonnier est une réussite, Prologis souhaite le déployer sur d'autres sites : *« Sur la totalité de nos bâtiments en construction, mais aussi sur des immeubles de notre parc historique – afin de réduire l'empreinte des immeubles actuels »*.

IMMOBILIER : UNE EXPERTISE SUPPLY CHAIN ACCENTUÉE

Pour répondre aux demandes de leurs utilisateurs, les acteurs du monde de l'immobilier logistique ont étoffé leur expertise supply chain, intervenant toujours plus en amont dans les projets et intégrant les dernières tendances du secteur dans les bâtiments.

© GLP.

Alors que l'entrepôt devient un actif de choix au sein des organisations et que les projets dans le domaine se font de plus en plus complexes, le rôle des acteurs de l'immobilier logistique a lui aussi progressivement muté au fil des années. «*Un entrepôt n'est pas qu'un bâtiment. C'est un outil industriel qui demande une approche globale pour viser un optimum durable. Il faut une vision sur ce que va devenir la logistique, comment vont évoluer les flux et les services, quelles tendances de fond vont émerger, car entre le moment où l'on y travaille et celui où les bâtiments sortent, avec l'inertie du temps administratif puis la construction, on parle d'années de développement*», note Jean-Paul Rival, directeur général de Concerto. Dans ce sens, le développeur, filiale du groupe Kaufman & Broad, travaille depuis plus de dix ans pour apporter une expertise supply chain intégrée à sa prestation immobilière. «*C'est indispensable car il y a toujours de nouveaux critères et nous allons vers une sophistication des bâtiments, avec des équations économiques complexes*». Une vision partagée également chez GLP : «*L'outil logistique doit répondre à la distribution traditionnelle, mais aussi aux nouveaux besoins du e-commerce. Les bâtiments changent, pas tant dans leur enveloppe que dans leur usage : plus de process à l'intérieur, avec des systèmes de stockage ou de*

convoyage pour la préparation de détail. Concrètement, cela nécessite d'avoir davantage de puissance électrique, des aménagements dans les murs coupe-feu et le sprinklage, des locaux sociaux plus grands car on a souvent plus de personnel. Pour un développeur, il faut être en contact très tôt avec la direction supply chain pour travailler la conception du bâtiment», explique Vincent Gourlin, directeur du développement chez GLP. «*Nous observons une demande accrue pour des projets complexes, avec notamment des bâtiments grande hauteur, de l'automatisation et des structures autoporteuses. Toutes ces tendances sont intégrées dans les business plans des projets, avec une incidence financière la plus juste possible*», notent de leur côté Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert, directeur général logistique et directeur général délégué à la logistique urbaine chez Quartus.

©Prologis.

Du conseil d'un bout à l'autre

Face à leurs besoins, la maturité des utilisateurs est parfois variable. Si certains sont seulement en mesure de présenter leurs besoins logistiques dans un espace donné, d'autres ont des cahiers des charges très précis. «*Des chargeurs comme Intermarché, ou Lidl ont un modèle rodé de bâtiments qu'ils déclinent. Ils savent ce qu'ils veulent*», observe Christophe Simonnet, directeur associé du groupe Idec et directeur général de Faubourg Promotion. Il faut dire que de plus en plus d'utilisateurs sont accompagnés dans ce travail par des cabinets de conseil. «*La prise à bail d'un entrepôt est avant tout une décision métier, pas seulement immobilière. Il faut être capable de comprendre et de guider les clients dans leur stratégie supply chain*», explique Patrick Remords, directeur supply chain & logistics solutions chez JLL. Dans ce sens, le groupe de conseil international en immobilier a racheté en 2014 le cabinet GCL Europe, puis au printemps 2019, la société Vincia, pouvant s'appuyer aujourd'hui sur une équipe de 15 consultants dédiés à la supply chain et ses problématiques : refonte des réseaux, amélioration du niveau de service et de la performance, diminution des coûts, évolution des systèmes d'information. «*Le choix de technologies qui répondent à un business, comme l'automatisation, va impacter le bâtiment : il va s'élargir, prendre de la hauteur, avoir plus ou moins de portes ou de mezzanines. Nous visons une approche intégrée, avec une chaîne de valeur allant de la définition de la stratégie jusqu'à l'implémentation des solutions choisies, aussi bien côté process que côté immobilier ou financier. Pour les bâtiments neufs, nous offrons de l'assistance à maitrise d'ouvrage dans la définition du projet, le choix des partenaires et le pilotage de la construction. Nous avons également des experts en systèmes d'information pour accompagner les clients dans la mise en œuvre de leurs process*», détaille Patrick Remords. Une mutation de l'offre de conseil que l'on retrouve également chez CBRE : «*Les enjeux sont forts et les engagements immobiliers axés sur le long terme. Il y a deux ans, nous avons lancé une activité de conseil en supply chain qui vient supporter et compléter le conseil en immobilier*», précise Vincent Poisson, directeur conseil en supply chain chez CBRE. Mais les développeurs s'échinent aussi à aller dans le détail opérationnel, en prenant en compte les nouvelles règles constructives, en participant aux réflexions sur les flux au sein de l'entrepôt et en travaillant la qualité de l'organisation intérieure. C'est le cas de Catella Logistic Europe : «*L'entrepôt résilient est celui qui va permettre de livrer la grande distribution et l'internaute. Une partie du design de*

> « Le choix de technologies qui répondent à un business, comme l'automatisation, va impacter le bâtiment : il va s'élargir, prendre de la hauteur, avoir plus ou moins de portes ou de mezzanines. »

©Catella Logistic Europe.

ces sites doit donc répondre à toutes les nouvelles exigences de stockage, de préparation de commande, de process spécifiques au e-commerce… Concrètement, cela se traduit par des quais spécifiques pour véhicules légers ou l'intégration de mezzanines. Pour cela, nous proposons un outil de tracking intérieur, afin de réaliser des simulations de flux physiques et de bien modéliser le chargement/déchargement par exemple. Nous avons donc cette capacité de designer un process complet et de donner un engagement de résultat industriel à un chargeur ou un prestataire», précise Thierry Bruneau, président de Catella Logistic Europe. L'important pour ces projets : que la synthèse entre bâtiment et process soit parfaitement gérée, pour que les contraintes de la construction et de la supply chain ne soient pas en porte-à-faux. Ce qui peut passer par une assistance administrative : «*Sur notre parc de Donzère (26), nous avons travaillé à rendre le PLU compatible avec la possibilité d'installer un transstockeur à 35 mètres de haut pour Intermarché, afin d'adapter les règles d'urbanisme aux besoins de notre utilisateur*», raconte Christophe Simonnet chez Idec.

Des constructions (ré)adaptées

Pour un développeur comme Segro, la flexibilité est également un élément clé afin de bien accompagner les projets logistiques des clients : «*La mécanisation et l'automatisation croissantes que nous constatons chez les logisticiens nécessitent des adaptations : des mezzanines métalliques, des systèmes de convoyage, qui doivent être intégrés dès la conception du bâtiment. Ces installations nécessitant souvent des mises à disposition anticipées, il est nécessaire d'être réactif au moment de la construction, d'échanger avec nos partenaires, les équipes opérationnelles de nos clients et leurs fournisseurs de solutions supply chain, afin d'accorder les plannings de construction et d'aménagement des sites*», explique Laurence Giard, directrice générale France de Segro. Même pour les projets lancés en blanc, des variations peuvent venir modifier le bâtiment en pleine construction afin de répondre à la demande d'un futur utilisateur. «*À Saint-Martin-de-Crau (13), nous avions lancé en blanc un bâtiment de 42 000 m², et, au cours de sa commercialisation, nous l'avons réadapté à un preneur selon la typologie de son activité. Nous avons réaménagé cinq cellules sur sept pour pouvoir stocker des produits dangereux pour l'environnement, avec des dalles spécifiques, des bassins de rétention supplémentaires, et deux cellules ont été équipées de grillages pour stocker des produits aérosols*», se souvient Vincent Gourlin, directeur du développement chez GLP. Des évolutions qui peuvent également se produire sur des sites existants : «*Nous avons un entrepôt occupé par Kuehne+Nagel où nous avons fait évoluer les normes ICPE pour des cellules spécifiques produits dangereux sur des délais courts. Nous savons investir dans cette logique de partenariat et de vision long terme*», raconte Christophe Chauvard, directeur général de P3 Logistic Parks. Quitte à aller plus loin et à devenir directement fournisseur de solutions supply chain pour ses clients locataires : «*En tant que développeur, nous cherchons à intégrer des solutions clé en main dans nos offres locatives, à l'intérieur de nos sites. C'est une nouveauté pour l'activité de Catella Logistic Europe, mais elle nous permet d'être très rapides dans la livraison d'un site intégré, qui comprend immeuble et services. Déployer une mezzanine, des convoyeurs, du stockage automatisé de la robotique goods-to-man ou du stockage automatique quand vous êtes à la fois le développeur du bâtiment et le designer de la solution permet d'éviter les ruptures et les anomalies. Cet accompagnement technique nous permet d'adapter le site et son process en fonction du business model du client*», détaille Thierry Bruneau. ■

FP
FAUBOURG PROMOTION
GROUPE IDEC

VOTRE PARTENAIRE EN IMMOBILIER D'ENTREPRISE

BUREAUX, ACTIVITÉ, LOGISTIQUE ET LOGISTIQUE URBAINE

DES EMPLACEMENTS DE CHOIX

94 - Parc Val-Pompadour à **Valenton**
91 - Parc du Haut de Wissous II à **Wissous**
84 - Parc Natura'Lub à **Cavaillon**
83 - Parc d'Activité la Queue de Sartan à **Signes**
83 - Castellet : Racing Invest à **Signes**
79 - Parc d'Activité Les Pierrailleuses à **Niort**
59 - ZAC de la Délivrance à **Lomme**
51 - Parc Zone des Sables à **Champigny-Reims**
41 - Parc Terre Sologne à **Lamotte-Beuvron**
42 - Parc Asco Fields à **Saint-Etienne**
34 - ZAC Pierres Vives à **Montpellier**
31 - Parc de l'Escalette à **Pibrac**
13 - Parc Asco Fields à **Fos-sur-Mer**

VALENTON (94) **15 000 M²**
HÔTEL LOGISTIQUE
(LOGISTIQUE URBAINE)

CAVAILLON (84) **145 000 M²**
PARC NATURA'LUB

PIBRAC (31) **6 000 M²**
PARC DE L'ESCALETTE

AMÉNAGEUR ET PROMOTEUR

2004
année de création

350
hectares aménagés ou en cours d'aménagement

13
parcs en développement

500
hectares en développement

1 500 000 m²
de bâtiments constructibles

FAUBOURG PROMOTION, SAS au capital de 1 000 000 € - RCS Paris 453 246 845 - Informations et visuels non contractuels - Crédits images : @ GROUPE IDEC

CRÉATEUR D'IMMOBILIER D'ENTREPRISE

VOTRE CONSEILLER 7JOURS / 7

01 61 61 69 10

FAUBOURG-PROMOTION.COM

© Goodman.

L'IMMOBILIER CHERCHE SES POSITIONNEMENTS

Avant la construction d'un site logistique, la question de sa localisation reste cruciale, devant répondre à des impératifs de disponibilité, d'emploi et de positionnement au sein d'un réseau global. Un sujet qui occupe autant les aménageurs dans leur recherche de fonciers pertinents que les acteurs du conseil auprès des futurs utilisateurs.

Fondamentale dans le développement des sites logistiques, la question de la localisation est travaillée par les constructeurs, développeurs et investisseurs avec une attention portée autant sur les besoins des utilisateurs, souvent engagés dans la restructuration ou l'extension de leurs supply chains, que sur les réalités concrètes d'un marché immobilier affichant parfois ses limites. «*Il faut conserver un regard de chargeur sur ces problématiques : on choisit d'abord un bâtiment immobilier pour des rai-*

sons de réseau et de service client, en se positionnant par rapport à des sujets comme la livraison J+1 ou en quelques heures», détaille Vincent Poisson, directeur conseil en supply chain chez CBRE. Le réseau routier à proximité est évidemment scruté de près, ce qui explique l'attrait toujours maintenu pour la fameuse dorsale Lille-Paris-Lyon. Mais un autre sujet devient de plus en plus prégnant, celui du bassin d'emploi. «*Pour des acteurs du e-commerce qui doublent leurs effectifs sur la période de Noël, il est impossible de ne pas le prendre en compte dans le choix d'implantation de votre site logistique. Les saisonnalités sont de plus en plus fortes et il faut donc se projeter, connaître les développements à venir dans la zone, avec potentiellement des concurrences qui créeront des tensions*», souligne Vincent Poisson. «*Dans certains endroits de la région parisienne ou autour de Lyon, on arrive à des concentrations d'entrepôts telles que les bassins d'emplois commencent à être asséchés*», confirme Cécile Tricault chez Prologis.

Hors des sentiers battus

Et face à certaines zones complètement saturées, les logisticiens doivent être parfois capables de faire des choix alternatifs, en allant chercher des perles rares en dehors des sentiers battus. «*En tant qu'investisseur, nous nous positionnons sur des territoires déjà établis, mais aussi sur d'autres, qui présentent suffisamment d'atouts pour devenir des zones alternatives*», note Vincent Gourlin, directeur du développement chez GLP. Encore faut-il trouver le bon équilibre entre des variables qui s'additionnent : «*Il faut de l'emploi, du foncier, une fiscalité qui ne soit pas rédhibitoire… Mais nous assistons cependant à une redistribution des cartes en termes de flux, en dehors de la dorsale. Certains plans stratégiques d'entreprises évoluent vers des endroits qui n'étaient pas caractérisés logistique, aussi bien pour des besoins locaux que des refontes de supply chain européennes. De l'axe Nord-Sud, on passe parfois à une vision Est-Ouest*», note Jean-Paul Rival, directeur général de Concerto. «*Des développements sur des territoires plus exotiques proposent des offres alternatives qui jouent sur d'autres éléments de la chaîne de valeur pour les locataires*», note de son côté Christophe Chauvard, directeur général

© P3 Logistic Parks.

de P3 Logistic Parks en France. Dans l'anticipation de ces nouveaux développements, P3 s'est installé à Laon dans l'Aisne, sur la zone d'activité du Griffon, près de la nationale 2 et l'A26. «*Cette nationale devient une vraie alternative à l'A1 sur la dorsale Lille-Paris. Il y avait un nœud autoroutier qui s'imposait à cette intersection*», raconte Christophe Chauvard. Sur ce lieu, P3 va développer un parc de plus de 130000 m². «*C'est une zone pourvoyeuse d'emplois proposant toutes les profondeurs de marché pour que la grande logistique et la logistique spécialisée puissent s'installer. Les retours de nos clients ont confirmé la pertinence de cette implantation qui était peut-être trop en avance il y a 10 ans, mais qui fait sens aujourd'hui, avec les reconfigurations des chaînes logistiques à l'heure du e-commerce, ou pour des industriels qui veulent reconquérir des territoires, à seulement 180 km des grandes agglomérations*». L'e-commerce est effectivement souvent le premier à venir chercher des zones alternatives pour s'installer, mettant des coups de projecteurs sur de potentiels futurs pôles logistiques comme l'explique Benoît Chappey, directeur du développement France chez Goodman : «*Nous avons mené une opération de 60000 m² à Saint-Étienne pour Cdiscount. En termes de bassin d'emploi, il était plus simple de trouver 200 collaborateurs sur cette zone qu'à Lyon, d'autant que la qualité du transport de personnes était meilleure. Pareillement, il y a trois ans, nous avons construit une plateforme de 107000 m² pour Amazon à Amiens. La disponibilité de main-d'œuvre sur la ville à l'époque, avec la fermeture des usines de pneumatiques, a permis de trouver les équipes nécessaires à l'activité du site*». Depuis son lancement, 600 embauches en CDI ont déjà été réalisées. Cette approche de développement en dehors des pôles logistiques traditionnels est également présente chez la foncière Arefim. «*Dans les secteurs prime en France, il y a eu un côté moutonnier, ce qui a siphonné les bassins d'emploi. Nous essayons d'avoir une approche différente. À Paris par exemple, nous allons nous placer aux portes de l'Île-de-France, au-delà des pôles saturés du Val-d'Oise. C'est la raison pour laquelle nous avons installé notre Airport Park près de Beauvais (60)*», note Valéry Fenes, co-gérant d'Arefim, qui précise que la foncière va également poursuivre cette stratégie de développement pour ses prochains projets. «*La logistique est notre nouvelle industrie et doit pouvoir s'appuyer sur des territoires d'accueil ayant des compétences et des structures. C'est le cas sur le parc de l'Aube, à côté de Troyes, où nous allons livrer notre septième entrepôt, ou à Tours où nous avons des développements, deux*

> « L'e-commerce est effectivement souvent le premier à venir chercher des zones alternatives pour s'installer, mettant des coups de projecteurs sur de potentiels futurs pôles logistiques. »

bassins qui étaient très techniques historiquement», détaille Thierry Bruneau, CEO de Catella Logistic Europe.

Au plus près des villes

Parallèlement, les développeurs essaient également de se frayer une place au plus près des centres urbains, principalement dans le monde de la distribution pour une logistique axée sur la ville, mais qui nécessite des aménagements et une expertise particulière. «*Nous construisons un site de distribution pour le leader mondial en répartition pharmaceutique à Drancy, emplacement stratégique dans l'organisation de leur supply chain. Nous avons pu identifier ce site grâce à notre connaissance du territoire. C'est un projet qui bénéficie d'une densité plus élevée qu'habituellement : sur 2,6 hectares, nous développons 14 000 m², soit une densité de 54 %. Définir une configuration qui conserve les impératifs de fluidité sur des espaces urbains contraints demande toute l'expertise d'équipes dédiées*», estime Laurence Giard, directrice générale France de Segro. «*Avec des terrains proches des grandes agglomérations, il faut travailler sur l'optimisation, densifier, faire des étages, de la grande hauteur, des rampes camions, des parkings sur les toits*», note

© Segro.

© Arefim.

Christophe Simonnet, directeur associé du groupe Idec et directeur général de Faubourg Promotion. À Valenton, le groupe construit un bâtiment mixte, avec de la logistique au rez-de-chaussée, pour des produits secs et en température dirigée sur 9000 m², couplée à des bureaux à l'étage. Mais encore faut-il trouver le bon endroit et des fonciers acceptables. Et si la question de la reconversion de friches est à l'étude, son équilibre financier reste à définir : *« Il est nécessaire de le faire où cela est possible, notamment face à la question de la non-artificialisation, mais on se heurte à des limites économiques : le prix d'une friche, plus élevé qu'un terrain nu, auquel s'ajoute la déconstruction, la dépollution… Cela change complètement l'équation économique. Et si certains utilisateurs sont prêts à payer plus pour être situés dans des zones parfois saturées, d'autres préfèreront chercher un foncier plus loin, sur des terrains vierges »*, estime Jean-Paul Rival.

Des outils pour guider

Face à ce complexe réseau de paramètres, nécessité donc pour les développeurs d'affuter leur expertise sur la localisation. Face à la question du recrutement, les travaux pour étudier les bassins d'emploi se multiplient : *« Nous avons des outils internes qui nous permettent de définir la disponibilité de la main-d'œuvre dans un rayon d'opération, de voir les bassins de consommation, etc. »*, note Benoît Chappey chez Goodman. Même travail réalisé chez Arthur Loyd Logistique : *« Il faut qu'il y ait de la main-d'œuvre disponible dans les 20 km autour du site. Nous avons lancé récemment des prestations d'étude du bassin d'emploi pour nos clients, qui s'appuient sur les données publiques, notre approche terrain et des partenaires comme les sociétés d'intérim, qui ont beaucoup de visibilité »*, explique Didier Terrier, directeur général

MULTIMODALITÉ, UN SIMPLE PLUS

Quid de l'intermodalité dans la localisation des bâtiments logistiques ? On voit en effet certains bâtiments afficher la possibilité de s'embrancher avec un réseau fluvial ou ferroviaire à proximité pour offrir d'autres modes de transport. Un élément encore vu comme un simple plus, plutôt qu'un véritable atout stratégique. *« Il y a dix ans, tout le monde parlait déjà de multimodalité, mais force est de constater que le fluvial est resté stable et que le rail a décliné, même si le gouvernement a décidé récemment d'investir dans son redéveloppement. La demande pour ces éléments-là n'est donc pas très forte, et portée majoritairement par des entreprises ayant déjà des projets de ce type en action »*, note Vincent Poisson chez CBRE. Un avis partagé par Valery Menes chez Arefim : *« C'est un avantage sur le papier, mais il faudra de nets progrès dans ce domaine pour que les connexions fonctionnent, c'est ce que nous disent tous nos utilisateurs »*. Cependant, avec les évolutions qui touchent le transport, et les risques de taxe carbone par exemple, certains pensent que la logistique n'aura peut-être pas forcément le choix dans le futur : *« C'est un élément intéressant à développer dès aujourd'hui, car même si ce n'est pas encore un indispensable, cela pourrait le devenir »*, estime Vincent Poisson. *« En relation avec les collectivités locales, nous travaillons à préserver l'avenir en privilégiant des fonciers autorisant une connexion intermodale »*, précisent de leur côté Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert chez Quartus.

CONCERTO
KAUFMAN & BROAD

VOUS ÉCOUTER POUR CRÉER ENSEMBLE L'IMMOBILIER LOGISTIQUE QUI VOUS RESSEMBLE

MER (41)

BEAUCAIRE (30)

LA CHAPELLE-D'ARMENTIÈRES (59)

Notre expérience unique, notre capacité d'écoute, notre créativité et notre savoir-faire nous permettent de créer de la valeur pour nos clients industriels, prestataires et distributeurs en leur proposant des **solutions et des projets sur-mesure qui répondent aux nouveaux défis techniques que rencontrent aujourd'hui les métiers de la logistique.**

Filiale de KAUFMAN & BROAD, Concerto complète de manière stratégique l'expertise et les savoir-faire du pôle immobilier d'entreprise du groupe.

www.concerto-ed.com

Illustrations et plans à caractère d'ambiance non contractuels. Insérés à la libre interprétation de l'artiste et susceptibles d'évolutions de chantier ou pour raisons administratives. La représentation des prestations extérieures et intérieures est choisie uniquement à titre indicatif se reporter à la notice descriptive contractuelle) - Architectes/Perspectives : SAS Marceau Drone-images, Archiscan, Atelier M3. A 26-61 - **MCI** - 10/2019

associé chez Arthur Loyd Logistique. Plus globalement, les acteurs du monde du conseil s'équipent de solutions digitalisées et travaillent avec de la data afin de réunir de nombreuses données : l'emploi bien sûr, mais aussi les disponibilités du transport, «*car la tarification d'un coût de transport ne dépend pas que des kilomètres parcourus mais aussi des directions parfois plus saturées dans un sens que l'autre*», note Patrick Remords, directeur supply chain & logistics solutions chez JLL. Autre besoin : connaître les délais et possibilités de réalisation selon les zones, car tous les territoires ne permettent pas par exemple de construire des cellules grande hauteur selon les PLU. «*Pour arbitrer ces décisions, nous accompagnons nos clients avec des outils digitaux : par exemple, une solution géographique développée en interne depuis 2015, connectée à 600000 bases de données dans le monde – Pôle Emploi, données macro et micro-économiques, temps de transport – et que nous pouvons alimenter avec les données du client*», détaille Patrick Remords. Une solution digitale complétée ensuite par la connaissance du marché des équipes de JLL pour affiner la recherche du bâtiment. «*Ce qu'on apporte, c'est une compréhension du projet, mais ce sont les critères du client qui font la décision finale*». Chez Catella Logistic Europe, un outil interne permet également de travailler le positionnement : «*Notre outil donne de la visibilité et des éléments structurant sur l'offre globale du territoire : quels acteurs sont présents, combien d'emplois sont disponibles, quels hub de messagerie sont utilisables, quels sont les pôles de formation ? Cela permet de bien positionner les flux et d'aller chercher des zones pertinentes pour les besoins de nos clients*», raconte Thierry Bruneau. Des nouveaux services digitaux qui peuvent se teinter d'intelligence artificielle, comme la solution D-Side de CBRE, lancée au mois de septembre *(cf. Zoom ci-dessous)*. ■

© Virtuo.

ZOOM

AVEC D-SIDE, CBRE MET DU BIG DATA DANS SON CONSEIL

Dévoilée début septembre, la solution D-side s'appuie sur un ensemble de données pour proposer aux clients de CBRE un site logistique positionné au plus près de leurs besoins.

Si l'expertise des acteurs du monde immobilier guide le plus souvent les projets constructifs et locatifs face à la question de la localisation des bâtiments, CBRE a décidé d'ajouter une corde à son arc avec sa nouvelle solution D-side, un outil de sélection de sites qui s'appuie sur la business intelligence et le big data afin d'aider à la prise de décision. *« Quand un client doit choisir entre plusieurs sites sur une même zone géographique, qu'est-ce qui va faire la différence ? Le but de D-side est de proposer des éléments tangibles pour répondre à cette question »*, explique Vincent Poisson, directeur conseil en supply chain au sein du cabinet de conseil. Développée pendant un an, la solution de CBRE s'appuie sur diverses sources de données, externes ou agrégées par des équipes du cabinet : *« Nous avons référencé par exemple le positionnement de l'ensemble des sites de messageries en France, des entreprises de transport, ainsi que des hubs multimodaux et grand import – en lien avec Voies navigables de France pour le transport fluvial ou la SNCF »*. CBRE a également intégré de la data sur les données socio-économiques, le positionnement d'entreprises concurrentes, les salaires, les bassins de consommation à proximité, ou encore les bassins d'emploi en connexion avec Pôle Emploi, afin de mettre en lumière les niveaux de concurrence en ressources humaines dans une zone particulière. *« Quels services vais-je amener à mes clients ? Quelles sont mes priorités ? On voit que d'un client à un autre, les enjeux ne sont pas les mêmes, et c'est notre devoir en tant que cabinet de conseil d'amener la donnée et l'intelligence là où le client en a besoin. Quand vous avez toutes les informations nécessaires, vous êtes en mesure de faire un choix en pleine connaissance de cause. Les chargeurs ont besoin de se rassurer dans leur prise de décision »*, estime Vincent Poisson. Selon les critères retenus par le client, qui *« arrive souvent avec une idée précise de là où il souhaite s'implanter »*, CBRE réalise une étude qui compare les offres immobilières disponibles dans cette zone d'après ce corpus concret d'informations extérieures, et sélectionne deux ou trois sites. De quoi permettre de lancer ensuite des négociations. Proposée sur le marché depuis quelques mois et déjà testée auprès de plusieurs clients, la solution D-side affiche des retours positifs, et continue d'être développée par le cabinet.

GSE
GLOBAL SOLUTIONS & ENGINEERING

L'immobilier logistique **clé en main**

Les enjeux logistiques ont évolué et requièrent plus de réactivité, de rapidité et de performance. Pour y répondre, GSE imagine des **entrepôts innovants, automatisés, à étages ou grande hauteur.**
Résultat : des coûts optimisés et de l'énergie économisée pour des solutions à haute valeur ajoutée.

Acteur référent de la conception et de la construction des projets immobiliers d'entreprise depuis plus de 40 ans, GSE accompagne ses clients de l'idée jusqu'à la réalisation clés en main, ainsi que dans les premiers mois de mise en service des locaux.

Réunissant architectes, ingénieurs et bureaux d'études internes, les équipes GSE s'impliquent à vos côtés pour réaliser un projet immobilier sur mesure.

Retrouvez-nous

gsegroup.com

CONTRACTANT GLOBAL **EN IMMOBILIER D'ENTREPRISE**

PARCS LOGISTIQUES, FORCE DE PROXIMITÉ

Ils réunissent entre deux et une dizaine de bâtiments, permettant à leurs utilisateurs de penser la mutualisation de leurs services, voire de leurs supply chains… D'année en d'année, les parcs logistiques deviennent un format avantageux et porteur pour les développeurs.

Le parc logistique est loin d'être une nouveauté. La réunion d'activités connexes dans une même zone d'activités est une pratique répandue, que les acteurs de l'immobilier logistique développent maintenant depuis des décennies. Cependant, c'est le regard porté sur ces projets de parcs qui semble avoir évolué ces dernières années, dans une optique de service à valeur ajoutée. On le voit chez Prologis, qui dispose d'une douzaine d'entre eux en France : «*Nous avons décidé de privilégier les parcs et de limiter le nombre de bâtiments seuls dans notre patrimoine. Ces zones permettent de lancer de nombreuses initiatives mutualisées qui peuvent concerner les espaces verts, la sécurité ou les accès. Quand on travaille à une échelle plus large, il est plus simple de lancer des offres de services*», explique Cécile Tricault, directrice France de Prologis. Chez Virtuo, c'est un chantier de 42 000 m² qui a débuté récemment à Fos-sur-Mer (13) pour deux entrepôts. «*Cela nous permet d'imaginer des services qu'on ne trouverait pas sur un projet constitué d'un simple bâtiment, avec des niveaux de charges maitrisés et des économies d'échelles. Nous pouvons y envisager des zones de restauration ou du gardiennage moins cher*», détaille Grégory Blouin, président de Virtuo. Des projets qui ont déjà pu éclore de manière massive ailleurs en Europe pour certains développeurs. Ainsi, GLP travaille depuis 20 ans en Angleterre, dans la ville de Lutterworth, sur le plus large parc de distribution d'Europe : «*Nous avons développé 6 millions de mètres carrés avec une quarantaine d'entrepôts, et avons permis de créer 9 000 emplois. C'est une zone de référence pour GLP. Mais trouver une telle place en France est plus complexe*», juge Vincent Gourlin, directeur du développement chez GLP. Même son de cloche chez P3 Logistic Parks, qui a pu faire éclore de larges zones logistiques dans l'est de l'Europe : «*Sur notre parc à Prague, nous réunissons un million de mètres carrés d'entrepôts, et avons pu créer des restaurants et des boutiques pour le public qui travaille sur cette zone. Dans des pays de l'ouest européen, la taille critique requise pour cette floraison de services communs limite les développements, mais c'est une réflexion que nous avons sur notre futur*

© Prologis – Parklife.

© Quartus.

parc de Laon (02) par exemple», note Christophe Chauvard, directeur général France de P3. Celui-ci proposera quatre bâtiments clés-en-main pour une surface totale de 130000 m². Autre exemple marquant dans le Nord, sur l'ancienne base aérienne de Cambrai (59), le parc logistique e-Valley, qui poursuit son développement, prévoyant la construction de 700000 m² d'entrepôt auxquels seront attachés des hôtels, restaurants, bureaux partagés, crèches, ateliers de réparation, etc. Et alors que la logistique peut afficher des difficultés à s'implanter sur des territoires de façon massive, le format de parcs accueillant d'autres activités répond aux souhaits des collectivités : «*Il ne s'agit pas d'implanter seulement de la logistique. Cela fait travailler chaque filiale spécialisée au sein du groupe Idec, en y accolant des crèches, des laboratoires, des salles de réunion. Sur certains terrains, nous définissons directement la programmation en fonction de l'environnement et des études de marché. Mais nous répondons parfois à des appels d'offres pour des traités de concession dans le cadre de ZAC, avec des programmations établies*», raconte Christophe Simonnet, directeur associé du groupe Idec et directeur général de Faubourg Promotion.

> « La mutualisation des actifs peut également aller plus loin entre les utilisateurs, en créant un terreau de collaborations »

Créer des synergies

Au-delà de cet ensemble de services communs, la mutualisation des actifs peut également aller plus loin entre les utilisateurs, en créant un terreau de collaborations logistiques et humaines. «*Plusieurs activités peuvent travailler en synergie les unes avec les autres. Nous avons un parc à Moissy (77) où La Poste est implantée depuis plusieurs années, et vient d'ailleurs de nous renouveler sa confiance. Cette présence a donné au parc une vraie dimension e-commerce, avec des acteurs qui ont décidé de s'y implanter et ont pu monter des partenariats avec La Poste sur le site pour le transport et l'enlèvement des colis*», détaille Cécile Tricault. De quoi faire du parc logistique un écosystème, pouvant amener des initiatives de collaboration : «*Si les acteurs ont une saisonnalité différente, cela peut permettre de fidéliser la main-d'œuvre et de l'occuper toute l'année d'un utilisateur à l'autre. On peut aussi envisager une mutualisation du transport, même si les exemples sont encore rares aujourd'hui*», note Grégory Blouin. Les parcs offrent également pour les développeurs des avantages à la construction, comme le racontent Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert chez Quartus Logistique pour les trois bâtiments Baytree à Mer (41), dont les constructions ont été menées entre mars 2019 et juillet 2020 «*Les trois entrepôts ont été traités dans le cadre de contrats de promotion immobilière. Le partenariat mis en place avec le client investisseur a permis de mutualiser les terrassements et la gestion des terres*».

Des offres structurées

Face à ces développements parfois en phase d'être systématisés, certains développeurs ont décidé de structurer leurs services. C'est le cas chez Prologis, où le travail sur les parcs logistiques a été formalisé avec la création d'une nouvelle offre, intitulée Parklife, déjà déployée sur deux parcs : Moissy Chanteloup et Moissy 2. «*Ces dernières années, nous avons vu des initiatives éclore en Angleterre ou en Allemagne pour améliorer les services proposés dans nos parcs logistiques. La logique de Parklife est de réunir toutes ces bonnes pratiques européennes, avec une offre plus organisée, résolue et volontaire, là où nous étions plus sur un fonctionnement par opportunité dans le passé*». L'idée : aller chercher les bonnes idées des équipes européennes de Prologis sur la qualité de vie au travail et systématiser la démarche sur l'ensemble des parcs logistiques du développeur afin que le niveau de service soit standardisé et cohérent. Parallèlement, Prologis a réorganisé ses équipes par marché et compétences, pour travailler de manière agile. «*Nous avons réinternalisé la fonction de facility management, et nous aurons donc des équipes Prologis affectées sur chaque parc pour s'occuper de la maintenance, des espaces verts, et être encore plus près du client*». La notion de parc logistique à forte valeur ajoutée est également au cœur du projet d'Arefim, foncière spécialisée dans l'immobilier logistique, possédant 300000 m² de patrimoine, avec 600000 m² supplémentaires en développement. En France, leur offre de parcs se décline en trois grands projets : le Cosmetic Park à Orléans (45), l'Airport Park près de Beauvais ainsi que le Metal Park à Metz (57). «*Nous cherchons à développer des parcs thématiques dans un concept RSE, social et environnemental. Ils ont un double emploi : tout d'abord convaincre les élus de faire quelque chose de qualitatif à travers la logistique, mais également d'attirer des locataires prime, des chargeurs, qui sont très intéressés par ces problématiques RSE, comme sur notre Cosmetic Park où nous avons pu accueillir Dior et L'Oréal par exemple*», explique Valéry Fenes, co-gérant d'Arefim. Différents parcs sur lesquels la foncière souhaite «*raconter une histoire industrielle*» : «*Nous avons la chance d'accueillir trois acteurs de la cosmétique à Orléans, ce qui s'explique par notre proximité avec la Cosmetic Valley, mais ce n'était pas une spécialisation voulue, et n'importe quel acteur était le bienvenu. Il s'agit pour nous d'écrire une histoire autour de nos bâtiments. Ainsi, sur le Metal Park à Metz, situé dans un barycentre européen pour les pièces détachées, nous allons travailler les bâtiments autour de la métallerie avec des noms comme "la plateforme zinc", ou "aluminium" et des couleurs correspondantes. Sur l'Airport Park, nous aurons des bâtiments bleus nommés d'après des aviateurs célèbres. L'immobilier de bureau ou de commerce a été marketé pendant des années, pourquoi pas la logistique ?*». Une vision qu'Arefim travaille avec les architectes du Groupe Franc : «*Nous les accompagnons sur la création d'une identité visuelle qui est commercialisée. C'est un atout. Des parcs comme le Cosmetic Park offrent de la valeur ajoutée à l'utilisateur, avec crèches, conciergeries, zones de sport, ce qui est différenciant par rapport aux logisticiens classiques*», déclare Gabriel Franc, président de Groupe France. Avec d'ores et déjà des locataires intéressés pour une bonne partie des bâtiments sur ses deux prochains parcs, Arefim est désormais en phase de développement : sur le Metal Park, 150000 m² seront bâtis, le terrain ayant déjà été réhabilité avec une montagne végétalisée. Sur l'Airport Park, ce sont également 150000 m² qui sont prévus, sur la liaison entre l'A16 et l'A1. Les deux projets sont planifiés pour 2022. ■

> « Nous cherchons à développer des parcs thématiques dans un concept RSE, social et environnemental. »

© Groupe Franc.

L'immobilier logistique au service du client

LOGICOR

CERGY 6

De par son implantation géographique, ce bâtiment profite d'une situation idéale pour la logistique. À 35 km de Paris, il bénéficie également d'une bonne desserte routière grâce à sa proximité avec l'autoroute A15.

DISPONIBILITÉ	SURFACE
Entrepôt	10 650 m²
Bureaux et locaux sociaux	1 100 m²

MOUSSY-LE-NEUF

Cette plateforme se situe à proximité du pôle aéroportuaire de Paris-CDG. Sa liaison directe avec l'A1 lui permet un important rayonnement en Île-de-France, ainsi que vers le Nord de la France et de l'Europe.

DISPONIBILITÉ	SURFACE
Entrepôt	35 087 m²
Bureaux et locaux sociaux	1 699 m²

SÉNART 5

Le Parc d'Activités de Parisud bénéficie d'une implantation géographique propice à la logistique. À 35 km de Paris, il dispose également d'une excellente desserte routière grâce à sa proximité avec l'A6.

DISPONIBILITÉ	SURFACE
Cellule 508	1 325 m²
Cellules 513 à 515	3 278 m² + 442 m² (bureau/mezzanine)

ORMES

À seulement 10 km d'Orléans, cet actif dispose d'une localisation stratégique grâce à sa proximité avec l'A10 et l'A71.

DISPONIBILITÉ	SURFACE
Entrepôt	21 100 m²
Bureaux et locaux sociaux	1 260 m²

LOGICOR

+33 (0)1 88 32 33 30 • www.logicor.eu

© Logicor / Novembre 2020 / Document non contractuel - Logicor Gestion SAS / 752 899 393 RCS Paris / 134, boulevard Haussmann 75008 Paris – Les renseignements apportés dans ce document sont donnés à titre indicatif et ne sauraient engager les sociétés citées, propriétaires de leurs marques et de leurs logotypes.

FAIRE DE L'ENTREPÔT UN LIEU DE VIE

Alors que la question du recrutement devient de plus en plus cruciale pour le monde de la logistique, développeurs, constructeurs et architectes travaillent à faire de l'entrepôt bien plus qu'une boîte au bord des autoroutes. Objectif : améliorer le bien-être au travail, dans le cadre d'un nouveau regard porté sur l'outil logistique.

Un bel entrepôt, agréable à vivre au quotidien. Voilà aujourd'hui ce que cherchent à proposer certains constructeurs et développeurs à leurs utilisateurs, afin de faire taire l'image du site logistique gris et froid, éloigné des villes. «*Les personnes passent une grande partie de leur temps dans les locaux de leur entreprise. Leur bien-être, qui constitue un important levier de performance, est donc de plus en plus au centre des préoccupations des employeurs*», notent Jean-Louis Foessel et Christophe Ripert chez Quartus Logistique. «*Depuis deux ou trois ans, on voit des DRH siéger aux côtés des directeurs immobiliers chez nos clients. C'est un mouvement plus fort dans le secteur du bureau que dans l'industrie et la logistique, mais les choses avancent*», constate de son côté Marc Esposito, directeur innovation chez GSE. Un focus sur le cadre de travail qui se développe, face à un marché de l'emploi parfois asséché et à la nécessité de retenir les collaborateurs. «*Nous travaillons sur des services qui vont offrir aux entreprises d'autres arguments stratégiques que la localisation pour attirer les talents. Il est indispensable que nos entrepôts soient des endroits où les salariés aient envie de se rendre. Ce n'est plus simplement un lieu où l'on va travailler, mais un espace de vie plaisant, où l'extérieur doit être autant travaillé que l'intérieur. C'est aussi un moyen de contribuer à l'attractivité du secteur*», estime Cécile Tricault, directrice de Prologis France. Un avis partagé par Patrick Remords, directeur supply chain & logistics solutions chez JLL : «*Le bâtiment peut contribuer à retenir les collaborateurs. Les entrepôts des années 2000, c'est terminé. En Asie, où ils sont plus proches des villes, les locaux ressemblent à des sièges sociaux ! Nous voulons donc être proactifs sur le sujet*». Et si cette démarche était par le passé portée par certains acteurs, principalement des chargeurs, qui concevaient des sites logistiques internalisés, ces préoccupations commencent à infuser aussi du côté des investisseurs et développeurs. «*Nous sommes en train de systématiser ces aspects, en les intégrant à nos projets existants et à venir, d'autant plus dans le contexte sanitaire actuel, qui nous impose des réflexions sur la gestion du flux de personnes*», explique Grégory Blouin, président de Virtuo.

Un travail mené en intérieur et en extérieur

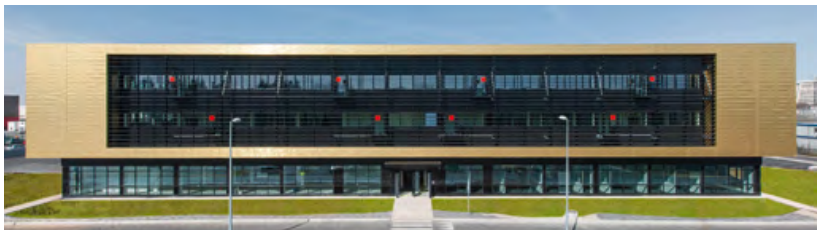
Ce travail sur le bien-être au travail se décline de plusieurs manières en entrepôt. À l'intérieur, ce sont les notions de confort thermique, avec des températures contrôlées, ou de confort acoustique qui sont développées. L'éclairage est aussi travaillé avec un focus sur l'arrivée de la lumière naturelle par des ouvertures, ainsi que des lumières artificielles plus douces. Le travail sur les matériaux est également étudié de plus près par les développeurs avec les cabinets d'architectes *(cf. itw Gabriel Franc, p. 52)*. Autre aspect, très regardé outre-Atlantique mais moins en Europe, celui de la qualité de l'air à l'intérieur des bâtiments. «*C'est un sujet qui va se développer, d'autant plus dans le contexte du Covid-19 qui nous oblige à nous interroger sur l'aération des espaces. Aujourd'hui, nous avons une ventilation des bâtiments avec des centrales de traitement d'air qui filtrent bien, du moment qu'elles sont entretenues, ce qui n'est pas toujours le cas. Mais on voudra peut-être aller plus loin et filtrer des particules plus fines*», estime Marc Esposito. Dans ce sens, des sondes de mesure de la qualité de l'air commencent à être déployées dans certains sites. «*C'est seulement en mesurant que nous pourrons enfin voir si la qualité est là*». Plus globalement, une attention particulière est apportée aux lieux de vie avec la création d'espaces

© Axefim

PENSER LE TRANSPORT DES COLLABORATEURS

La question du transport des collaborateurs est également prise en compte lors de la réalisation des sites. Car si les plateformes sont souvent proches des axes de circulation, elles ne sont pas toujours accessibles par les transports en commun. Chez Prologis, des initiatives ont été lancées pour répondre à ces questions : *« Nous aidons nos clients à mettre en place des systèmes de navette jusqu'à la gare. Parfois, nous travaillons avec la collectivité locale pour qu'elle crée ou étende un service déjà existant jusqu'au site. Dans d'autres pays, nous travaillons sur des solutions de co-voiturage avec une application qui permet de faire communiquer les employés d'un même parc logistique »*, raconte Cécile Tricault. Ce travail sur la mobilité passe également par une attention pour les modes de déplacement plus verts : *« Parfois, il s'agit tout simplement d'installer une zone pour recharger des trottinettes électriques ou des garages sécurisés pour les vélos afin d'encourager leur utilisation, ce qui est un bon moyen de désenclaver le site logistique, sans nécessairement faire appel aux transports en commun. Il ne faut pas penser qu'en termes de bus et de voitures »*, note Cécile Tricault.

multiples : des zones de pique-nique, des abris pour fumeurs, des aires de marche, des pistes cyclables… *« Les entrepôts deviennent de plus en plus végétalisés. Nous profitons donc de ces aménagements extérieurs pour insérer des lieux de vie agréables dont peuvent profiter les salariés »*, note Christophe Simonnet, directeur associé du groupe Idec et directeur général de Faubourg Promotion, liant ainsi la question environnementale à celle du bien-être au travail. Même constat chez Segro : *« Le site de Zalando à Vérone, développé par notre filiale*


© Sogaris.

Vailog, est un bel exemple de la priorité donnée au cadre de travail des utilisateurs, avec entre autre des terrains de jeu et des espaces extérieurs, fruit de notre volonté d'intégrer confort et biodiversité dans nos sites existants et à venir», raconte Laurence Giard, directrice générale France de Segro. Des mutations sur lesquelles les entreprises du secteur veulent être volontaristes : *«Que ce soit sur des constructions neuves mais sur l'existant aussi, nous voulons intégrer la notion de bien-être au travail de façon proactive. Évidemment, dans le cadre de nos échanges, un bail long terme avec nos utilisateurs permet de mieux se projeter et d'avancer sur ces sujets. Mais c'est aussi à nous d'innover pour leur donner envie de rester plus longtemps»*, juge Benoît Chappey, directeur du développement France chez Goodman. Autant d'éléments permettant également de travailler l'acceptabilité de la logistique auprès du grand public. *«Nos bâtiments doivent offrir une valeur ajoutée pour l'utilisateur et la collectivité, avec une meilleure intégration dans l'espace, une meilleure prise en compte de la politique régionale en termes de circulation de personnes et de marchandise, une qualité paysagère, un travail sur la faune et la flore… Il faut que nos projets soient compris et plébiscités non seulement par l'utilisateur mais par tous les intervenants sur le territoire, dans la sphère économique et sociale, d'autant plus face à des exigences croissantes de la part des pouvoirs publics pour accueillir la logistique sur les territoires»*, juge Jean-Paul Rival, directeur général de Concerto. ■

BIENTÔT, TOUS CERTIFIÉ WELL ?

Si les initiatives pour le bien-être au travail se multiplient sous différentes formes, certains acteurs ont décidé de labéliser leurs efforts en s'appuyant sur la certification Well Building Standard, centrée sur le bien-être au travail. Développée par la International Well Building Institute (IWBI) depuis 2014 après six ans d'études, elle se focalise sur 108 éléments, répartis dans 10 grandes thématiques allant de la qualité de l'air au confort sonique en passant par les matériaux utilisés. Cet ensemble de prérequis et de recommandations d'optimisation amène ensuite à une certification en quatre rangs : bronze, silver, gold et platinum. Chez Quartus Logistique, le Well a d'ores et déjà été intégré dans la conception des sites : *« Nous mettons en œuvre les normes introduites par la certification Well Building Standard, notamment sur les parties tertiaires et locaux sociaux des opérations logistiques »*, note le développeur. Une norme qui devrait être amenée à se développer dans l'Hexagone selon Patrick Remords : *« Les entrepôts en France sont aujourd'hui à minima Breeam Good. La prochaine étape sera d'être certifié Well »*.

RENCONTRE AVEC
GABRIEL FRANC
PRÉSIDENT GROUPE FRANC

Rassemblant plusieurs agences d'architectures, le Groupe Franc traite de nombreux projets dans le domaine tertiaire, avec une expertise développée depuis les années 2000 sur les bâtiments logistiques. Un travail architectural qui a évolué avec les besoins du secteur.

Quel est votre rôle aujourd'hui, en tant que cabinet d'architecte, pour faire évoluer le regard sur l'entrepôt ?

Il est de notre responsabilité de prendre en compte qu'un bâtiment de 80 000 m² n'est pas neutre dans le paysage, et qu'au-delà des notions de développement durable, nous devons faire des efforts pour nous insérer dans un territoire en proposant une construction de qualité. Nous sommes proactifs envers les utilisateurs pour leur rappeler que la logistique peut être un vecteur de communication et qu'un entrepôt n'a pas à être moins beau qu'un site commercial. Pour le même prix, on peut apporter une attention particulière sur

© Groupe Franc.

les façades, avec des matériaux différents. Les clients y sont sensibles, mais les territoires et les autorités environnementales demandent également à ce qu'un effort soit fait sur l'architecture de ces bâtiments. Et cette tendance va s'accentuer d'autant plus avec les sujets de logistique urbaine où ces éléments seront impératifs.

Est-ce une demande globale de la part des acteurs du secteur ?

Le curseur varie selon les clients : pour certain, ce n'est qu'un coup de rouge à lèvres, avec un intérêt minimum. Mais d'autres sont dans une vision patrimoniale et veulent un nivellement par le haut de leurs sites. Cela a aussi à voir avec l'évolution de la logistique au sein des organisations : aujourd'hui, des sièges régionaux sont parfois liés aux espaces logistiques, et avec la mécanisation, la valeur au mètre carré de ces actifs est parfois impressionnante.

Comment travaillez-vous cette intégration de la logistique dans les territoires ?

Tout d'abord par un soin porté à l'architecture paysagère. Les fonciers de la logistique sont parfois imposants, et il faut donc se servir du paysage comme d'un élément structurant du projet, avec des merlons [levées de terre] pour limiter les bruits par exemple. Cela passe aussi par l'utilisation de matériaux plus nobles comme du bois, un travail sur la volumétrie et la colorimétrie des bardages avec de l'inox par exemple. Nous avions reçu le grand prix du Simi en 2014 pour un bâtiment Sogaris en bordure de l'A86 à Créteil (94). Il s'agissait de la réhabilitation d'un site avec 4 000 m² de bureaux et 20 000 m² de logistique. Nous avions alors conçu sur l'avant un bardage couleur or, avec de grands lambris.

Ce travail se poursuit également en intérieur…

Oui. Nous proposons des charpentes en bois. Nous peignons les murs en blanc ou avec des couleurs. L'éclairage naturel est travaillé avec des ouvertures au-dessus des portes à quai. Cela se traduit aussi par un soin apporté aux espaces de repos, de bureau, ou aux extérieurs. Dans les sanitaires, plutôt que d'avoir une salle toute simple avec du carrelage blanc, on peut mettre de beaux plans de travail, des miroirs insérés dans le mur, des faux plafonds… Il faut que ces espaces soient plus agréables à vivre au quotidien, et ne pas juste viser le moins cher.

Quels acteurs avez-vous pu accompagner sur ces questions ces dernières années ?

Nous avons collaboré plusieurs fois avec Veepee [anciennement Vente-Privee], qui considère ses bâtiments comme une façade d'expression et de publicité, et sur les devantures desquels nous avons monté des bardages roses très visibles. Cela coûte plus cher, mais c'est un vecteur fort de communication. Nous avons travaillé avec Carrefour également, pour repenser l'identité visuelle de leurs sites. Nous avons développé un book architectural dont ils se sont servis quand ils allaient voir les municipalités, afin de mettre en lumière leur différence, l'aspect visuel et le confort des bâtiments, ce qui leur a donné une crédibilité plus forte. Ce document, nous l'avons réalisé en partenariat avec les RH et les instances syndicales, afin d'y inclure les salariés. Et depuis, nous avons accompagné Carrefour sur le développement de nouvelles plateformes et le réaménagement d'entrepôts existants. Trois autres bâtiments en cours de construction, qui représentent 350 000 m², se basent toujours sur ce modèle. ■

Dossier réalisé par Charlotte Cousin.

LOGISTIQUE

© Port de Marseille Fos/Chaminas Laure.

© VNF François Common-fluvial.

À l'image de la supply chain mondiale, l'ensemble portuaire aura eu à affronter les soubresauts de la crise sanitaire, réajustant ses process et conduisant des plans de continuité d'activité. Avec des situations contrastées selon les filières touchées, il aura su montrer ses capacités d'adaptation et de résilience. Sa maturité technologique en matière de digitalisation pour récupérer et transmettre l'information sur la chaîne logistique aura été renforcée par l'épidémie et les enjeux d'IoT, d'intelligence artificielle, de Blockchain, de drones ou encore de 5G font aujourd'hui partie intégrante des essais et des développements en cours. Si les défis qui habitent cet écosystème n'ont pas changé, ils n'en demeurent pas moins soulignés par le récent plan de relance qui axe ses mesures sur le « verdissement des ports ». Un canevas de travail déjà assimilé par les acteurs du monde portuaire qui expérimentent et appliquent, chacun à leur niveau, des solutions pour un transport plus durable, notamment grâce au report modal qui doit encore s'affirmer.
Mais les projets et avancées ne concernent pas uniquement les moyens de mobilité maritime et rayonnent autour du port, intégrant également les infrastructures et le foncier alentour. Le système portuaire doit aujourd'hui favoriser le développement de solutions globales associant enjeux énergétiques, immobiliers, industriels et digitaux.

PORTUAIRE : UN NOUVEL AIR

56 I. Réactivité et résilience face à la crise sanitaire.
62 II. Un écosystème en transition écologique et numérique.
66 III. Un plan pour « verdir » les ports.
68 IV. L'innovation numérique au cœur des enjeux portuaires.
77 V. Vers l'avènement du Green Port.

© CMA CGM.

RÉACTIVITÉ ET RÉSILIENCE FACE À LA CRISE SANITAIRE

Comme l'ensemble de la supply chain mondiale, le monde portuaire n'aura pas échappé aux conséquences de la pandémie de Covid-19. Il aura su montrer, face aux aléas vécus durant le confinement au printemps, sa capacité d'adaptation et de continuité d'activité.

Le port : un véritable écosystème qui fourmille d'acteurs, tous maillons de la chaîne logistique. Car pour qu'un navire accoste sans encombre, il faut compter sur la capitainerie mais aussi mettre en branle les opérations de remorquage, pilotage ou encore lamanage [opérations d'assistance à l'amarrage]. Sur le quai, interviennent ensuite les manutentionnaires pour décharger les marchandises ou les charger, avant que des opérateurs accueillent ces marchandises dans les entrepôts, et que les transporteurs (routiers, fluviaux et ferroviaires) prennent la relève, assistés par les transitaires pour organiser ces chaînes logistiques. L'UPF (Union des ports de France), qui compte 46 membres actifs (exploitants de ports français) et 32 membres associés (autorités portuaires décentralisées et professionnels portuaires), explique que tous ont maintenu leur activité durant la période de crise sanitaire au printemps. «*Il n'y a pas eu d'arrêt de production, ce qui a assuré la bonne couture avec les logisticiens en amont et en aval : ferroviaire, fluvial ou routier. Cela a parfois conduit à des adaptations car nous avons observé un fléchissement de la demande, mais pas de décision ayant amené à des arrêts de service de manière spontanée de la part des exploitants. Tous ont mis en œuvre des plans de continuité d'activité et déployé les mesures sanitaires*», souligne Jean-Pierre Chalus, président de l'UPF et président du directoire du grand port maritime de la Guadeloupe.

Une poursuite de l'activité qui s'est également accompagnée d'échanges multiples au sein de l'écosystème pour accompagner cette efficience opérationnelle. Pour la fédération Norlink, officiellement créée le 2 mars 2020 et rassemblant tous les acteurs Norlink (ports, ferroviaire, fluvial et plaisance) sur la région des Hauts-de-France, le premier enjeu aura consisté, durant cette période, à faire en sorte que les flux ne repassent pas par défaut sur la route : «*Nous souhaitions à tout prix l'éviter, ce qui a impliqué un gros travail de communication auprès des acteurs du marché avec la transmission d'informations fiables et quotidiennement actualisées en provenance directe des opérateurs : adhérents, ports, services de l'État…*», détaille Fabien Becquelin, directeur opérationnel de la fédération Norlink. Du côté du fluvial, le maître-mot aura également été de poursuivre au mieux l'activité : «*Chez VNF* [Voies navigables de France], *nous avons fait en sorte que les flux puissent circuler sur tout le réseau pour accompagner et ne surtout pas handicaper notamment la filière céréalière, avec ses besoins très forts d'acheminement vers les ports d'exportation : Rouen, Fos, Dunkerque, Gand et le port d'Anvers. Nous avons garanti l'ouverture des écluses sur les réseaux à grands gabarits que sont la Seine, le Rhône, la Moselle internationale et le canal Dunkerque-Escault pendant 10 heures puis 12 heures pendant*

© Port de Marseille Fos/Chaminas Laure.

© Haropa.

la période de confinement, avant de passer à 16 heures et enfin, 24h/24», indique Eloi Flipo, responsable de la division transport & report modal chez VNF, l'établissement public exploitant le plus grand réseau européen de voies navigables avec 6 700 km de fleuves, canaux et rivières canalisées. De manière générale, le premier confinement aura généré une baisse d'activité du transport fluvial, toutes marchandises et tous bassins confondus, d'environ 20 % avec de fortes différences selon les filières. «*La diminution vécue durant cette période perdure puisqu'on enregistre environ une réduction de 15 % en t/km de baisse au premier semestre 2020 comparé au premier semestre 2019*», détaille Eloi Flipo.

> « De manière générale, le premier confinement aura généré une baisse d'activité du transport fluvial, toutes marchandises et tous bassins confondus, d'environ 20 % avec de fortes différences selon les filières. »

DES SITUATIONS DISPARATES

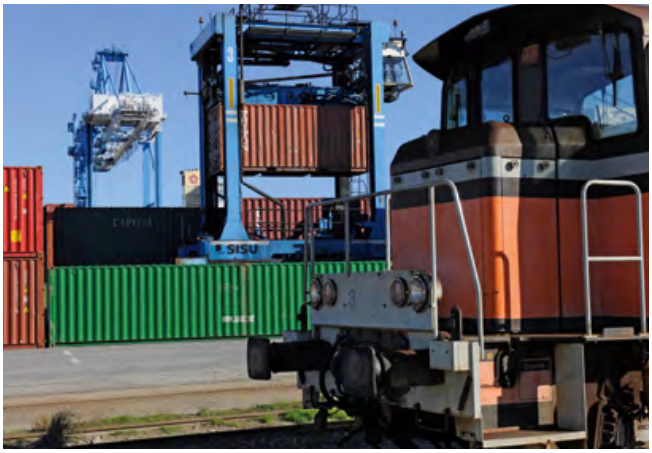
Ainsi, chaque maillon de l'écosystème aura dû réagir pour se mettre rapidement en ordre de marche dès le début de la crise, comme le souligne Olivier Ferrand, directeur de la stratégie et du développement de Haropa : «*Nous nous sommes efforcés de nous mettre au diapason de ce que faisaient au même moment tous les autres opérateurs privés, de rester opérationnels, flexibles et adaptables comme l'ont été par exemple les manutentionnaires, les pilotes, les remorqueurs et les transporteurs*». À fin août 2020, l'ensemble portuaire Haropa totalisait ainsi un trafic maritime de 50 millions de tonnes, soit -20 % par rapport à fin août 2019. Un repli masquant des disparités très fortes selon les filières. Parmi les plus touchées : celles des conteneurs et du raffinage. Au contraire, certains autres segments auront bien résisté, à l'image de des agrégats (granulat marin) quasiment au même niveau que l'année dernière ou encore la filière céréalière qui, avec une campagne 2019-2020 record, engrangeait au 30 juin 2020 presque 10 millions de tonnes, «*résultat inédit à l'échelle du port de Rouen qui traite ce trafic*», indique Olivier Ferrand. Pour CFNR Transport, société

spécialisée dans le transport fluvial et la logistique multimodale (issue de la fusion des activités d'affrètement de Rhenus Transport SaS et CFNR SA), les impacts de la crise sanitaire ne se sont pas fait sentir avant le milieu du mois d'août. «*Nos prévisions d'activité sont restées à peu près stables du fait d'une activité agroalimentaire assez soutenue avec du transport de céréales et oléagineux conforme aux prévisions*», stipule Jean-Marc Thomas, directeur général de CFNR Transport. La société, qui se concentre autour de trois activités (la principale, de transport et d'affrétement fluvial de marchandises essentiellement sur le Rhin, la Moselle, la Seine et les canaux du Nord ; une autre d'exploitation portuaire directe sur la Moselle canalisée ; et la dernière, en tant que titulaire de la concession des ports de Moselle, jusque fin 2020) a ainsi attendu le mois d'août pour sentir les effets d'un ralentissement économique et prévoit des résultats de l'ordre de –20 % sur le dernier trimestre 2020, «*que ce soit en manutention portuaire ou par effet de levier en transport fluvial*». Situation différente chez l'opérateur de transport combiné fluvial et exploitant du terminal intérieur Escaut Valenciennes Container Terminal, Contargo North France, qui a enregistré une baisse quasi-instantanée de volumes avec –70 % sur le mois de mai : «*Quelques jours après le confinement, l'activité export s'est quasiment arrêtée puisque toutes les grandes entreprises avaient fermé. Or, sur le territoire et le port de Valenciennes, les exportations représentent la majorité des flux*», relate Gilbert Bredel, président de Contargo North France. Sur l'import, l'entreprise a dû gérer l'arrivée des bateaux en provenance d'Asie, voyant, durant le confinement, un grand nombre de conteneurs être déchargés dans les ports maritimes : «*Pour éviter de payer des sommes astronomiques de frais de stationnement, les clients nous demandaient de ramener les conteneurs sur les terminaux intérieurs où les frais sont bien moindres. Nous avons donc eu un effet de ciseaux avec un déséquilibre extrêmement important : des bateaux remplis à l'import mais vides à l'export*». La société a par la suite réajusté ses volumes à la hausse avec une reprise significative au mois de juin : «*À partir de juillet, août et septembre, nous avons retrouvé un niveau d'activité normal, voire légèrement supérieur à 2019, à la même période*».

AJUSTEMENTS ET PLAN DE CONTINUITÉ

Face à ces cas de figure variés, les places portuaires auront mis tout en œuvre pour assurer le passage des flux et se projeter sur l'avenir : «*Nous avons eu la volonté de préparer la relance avec le déploiement du dispositif Push : un programme destiné à fournir le maximum d'informations à l'ensemble des clients des trois ports, sur l'accueil des navires, la capacité à traiter des marchandises sur les terminaux et à stocker des conteneurs dans des entrepôts… avec également un volet d'accompagnement dans leurs projets d'adaptation à la crise sanitaire ou de relance*», explique Olivier Ferrand chez Haropa. Un plan de continuité également mis en place sur le port de Marseille Fos ayant permis de maintenir ses activités avec, en moyenne, 18 navires de marchandises par jour durant la période du premier confinement contre 25 en temps normal. «*Globalement, pour l'activité logistique terrestre, l'ensemble de la chaîne rail, fer et route a continué à fonctionner,* souligne Christine Rosso,

© Bolloré Logistics Europe.



© Port de Marseille Fos/Chaminas Laure.

© EH – Port 2000/Haropa.

directrice du développement du port de Marseille Fos. *Depuis le mois de juin, nous observons une reprise progressive : le segment dédié aux marchandises tend à retrouver une certaine normalité avec des résultats progressant de semaine en semaine, sans atteindre toutefois la situation de l'an dernier*». Les conditions sanitaires n'auront pour autant pas empêché le port de finaliser son projet avec Virtuo. Le pure player de l'immobilier logistique a acquis deux parcelles sur un total de 142 000 m², pour la construction d'un parc multi-clients de près de 70 000 m², sur la zone logistique de Distriport. Dans cet écosystème portuaire, les prestaires auront également su assurer la continuité des opérations. Un mot d'ordre pour l'armateur CMA CGM qui a pu maintenir l'activité à distance grâce à sa plateforme en ligne de gestion de l'intégralité du

cycle de transport My CMA CGM ainsi que par la mise en place du « Business Continuity Pack », une gamme de solutions sur mesure pour protéger les chaînes logistiques de ses clients en période de pandémie. « *Le dispositif leur a permis d'adapter le rythme des expéditions en privilégiant l'acheminement rapide des chargements urgents comme les biens alimentaires, médicaux ou pharmaceutiques, et de soutenir l'activité et protéger la marchandise* », explique le groupe CMA CGM. Ce pack avait également pour vocation de maîtriser les flux et contrôler les coûts pour les chargements non urgents avec « Delay in transit », « *une nouvelle solution flexible créée spécifiquement en avril pour stocker temporairement les conteneurs dans un hub dédié, jusqu'à ce que le réceptionnaire soit prêt à les recevoir à la destination finale prévue* ». Adaptation et réorganisation ont également primé chez le prestataire logistique présent sur le port du Havre, XP Log, forcé de rééquilibrer ses plateformes entre les flux non impactés par la crise sanitaire – agroalimentaire et médical – et ceux plus durement touchés à l'image du textile où la problématique du surstock s'est également posée : « *Nous avons basculé sur nos autres plateformes les collaborateurs présents sur cette activité, qui a subi une baisse de 20 à 30 %. C'est un de nos avantages : n'étant ni mono-client, ni mono-contrat, nous pouvons mutualiser nos moyens pour nos 70 clients* », relate Olivier Jean-Baptiste, directeur de XP Log. Un problème de surstock qui s'est aussi posé chez le prestataire Bolloré Logistics, présent sur l'ensemble des ports français, qui indique avoir joué le rôle d'« *amortisseur des hubs sur la supply chain nationale à l'export comme à l'import* », selon les mots d'Henri Le Gouis, CEO de Bolloré Logistics Europe. Un rôle d'amortisseur joué par les plateformes portuaires dans le sens où un certain nombre d'acteurs, distributeurs en région parisienne ou logisticiens de l'hinterland français, ont rapidement été saturés : « *Les magasins non alimentaires étant fermés, les stocks se sont accumulés, les marchandises continuant d'arriver par bateau. Il a fallu gérer ce surcroît, c'est ce que nous avons fait en Normandie et ailleurs de façon à pouvoir éviter de gérer des surstocks* », stipule Paul Bernard, directeur Région Normandie de Bolloré Logistics. À l'inverse, l'entreprise aura assuré pendant toute la période de confinement une continuité d'activité pour ces acteurs exportateurs qui visaient à envoyer des produits alimentaires en Asie, au Moyen-Orient et en Afrique.

© XP Log.

UNE CHARTE POUR FAVORISER LES PORTS FRANÇAIS

Les acteurs de la chaîne logistique française ont signé le 7 octobre 2020 une charte où ils s'engagent à favoriser le passage des marchandises par les ports français. Ouverte à tous « *les acteurs des chaînes logistiques portuaires françaises désireux de s'engager en faveur de la compétitivité de la filière logistique portuaire nationale* », elle a été signée, selon les ministères de la Mer et des Transports, par 25 acteurs, parmi lesquels l'AUTF, France Logistique, l'OTRE, TLF Overseas, l'Union maritime et portuaire de France (UMPF), l'Union TLF, l'Union des ports de France (UPF), VNF ou encore la FNTR, CMA CGM, Geodis… Par cette charte, les signataires tiennent à souligner l'importance stratégique des ports français, et axent leurs actions sur quatre priorités : « *Privilégier le passage des marchandises par les ports français tout en encourageant le recours aux modes massifiés et en favorisant le développement de filières stratégiques maritime, fluviale et ferroviaire capables de répondre aux attentes des donneurs d'ordres ; garantir un niveau d'excellence opérationnelle et mettre en place un outil d'évaluation de la performance portuaire ; renforcer la compétitivité des ports par la volonté de privilégier systématiquement le dialogue social pour assurer un climat social apaisé ; contribuer à la relance de l'activité économique de la France en consolidant l'attractivité des ports français* », détaillent les deux ministères. « *Cette charte d'engagement constitue une première étape concrète d'une nouvelle stratégie en faveur de l'attractivité et de la compétitivité des ports français au service de notre économie et de l'emploi en France* », a souligné Jean-Baptiste Djebbari, ministre des Transports. Il est précisé qu'un comité de pilotage, associant les signataires et placé sous l'égide du Comité France maritime, vérifiera régulièrement le respect des engagements ainsi que son impact sur l'activité des ports français et des filières maritime et fluviale françaises. Il pourra également proposer au gouvernement des améliorations pour en renforcer l'efficacité et l'attractivité économique et logistique.

© Van de Meulebroeke/Norlink.

RÉSILIENCE ET PROJECTIONS

Dès les prémices de la pandémie, la résilience aura été le maître-mot des acteurs de l'écosystème portuaire. Mais vers quel futur ? Peu d'acteurs se risquent à en brosser des traits précis : «*Tout ce que l'on peut dire, c'est que nous sommes sur une phase de retour à la normale depuis le début de l'été : un certain nombre de trafics qui avaient été fortement impactés par la crise sanitaire sont en train de revenir à des niveaux comparables à l'an passé*», considère Olivier Ferrand chez Haropa, observant des importations de gazole qui «*reprennent*», une dynamique retrouvée du secteur du BTP et une diminution des écarts par rapport à l'année dernière sur les filières conteneurs et roulier. «*Une tendance positive*» donc, mis à part sur les céréales qui, suivant une toute autre logique, se présentent en repli avec une nouvelle campagne moins bonne en termes de volumes. Sur son plan stratégique à l'horizon 2025, Haropa a ainsi été amené à revoir sa copie au vu du contexte : «*La crise aura des effets long terme sur certaines filières ; elle va par exemple accélérer la transition énergétique, comme l'illustre récemment le projet de Total de fermer la raffinerie de Grand Puy pour la reconvertir en bio-raffinerie, avec à la clé une diminution de notre trafic de pétrole brut*». Une illustration concrète des effets structurels de cette pandémie mondiale venue précipiter et renforcer des tendances déjà à l'œuvre, comme celles de la transition écologique et numérique. ■

© Philippe Gisselbrecht/CFNR Transport.

UN ÉCOSYSTÈME EN TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET NUMÉRIQUE

Efficacité environnementale et digitalisation ne peuvent plus être séparées, l'une devant contribuer à améliorer la performance de l'autre. Les défis à relever pour construire le port de demain intègrent cette combinaison durable et digitale au sein d'un écosystème élargi.

750 milliards d'euros sur la table pour l'Union européenne. Le plan de relance économique présenté le 3 septembre 2020 pour surmonter les impacts de la crise sanitaire, comporte également des exigences, énoncées par la Commission européenne : 37 % de ces dépenses doivent être allouées aux objectifs environnementaux européens, dont la neutralité carbone à horizon 2050 et 20 % à la digitalisation de l'économie. Développement durable et numérisation : un diptyque qui intègre aujourd'hui tout mouvement de transition, sphère logistique y compris. Le système portuaire n'échappe pas à ce duo gagnant qui infuse ses nouveaux projets.

ACCÉLÉRATION DE LA DIGITALISATION

Pour poursuivre leur activité, les acteurs portuaires auront ainsi pu compter et s'appuyer, comme dans la sphère logistique en général, sur des systèmes d'information performants, capables de les guider à distance grâce aux entreprises IT rompues à cet usage. «*Nous avons monté en l'espace de quelques jours "Soget à domicile" : dès le début du confinement nous avons mis gratuitement à disposition de nos clients plus de 300 tunnels crypto-sécurisés. Ainsi les entreprises portuaires logistiques, commissionnaires et armateurs, ont pu continuer à opérer en télétravail en toute sécurité*», illustre Hervé Cornède, président du directoire et directeur général de la Soget, la société havraise spécialiste du PCS (Port Community System). La pandémie aura révélé deux enjeux : la nécessité de posséder des outils digitaux pour gagner en performance et améliorer les process ainsi que celui d'être doté de systèmes extrêmement sécurisés. Bolloré Logistics confirme cette tendance, la crise sanitaire ayant incité le prestataire logistique et transport, déjà rompu à la dématérialisation des documents, à «*accélérer sur certains dossiers permettant d'aller vers plus de fluidité et de renforcer les mesures sanitaires vis-à-vis des collaborateurs,* stipule Paul Bernard, directeur Région Normandie de Bolloré Logistics. *C'est le cas notamment de la prise de rendez-vous des transporteurs qui, jusqu'alors, se présentaient à l'accueil et étaient ensuite réorientés vers les portes de quai pour charger et décharger. Nous sommes actuellement en train de travailler sur un outil leur permettant de réserver un créneau à l'avance, de recevoir un QR code qu'ils flashent à l'entrée du site leur donnant l'instruction du quai vers lequel se rendre*». Même observation chez l'expert français en Cargo Community Systems, MGI : «*Nous sommes déjà très interconnectés avec ceux des armateurs et des transitaires, Delta de la douane… Le confinement a montré la pertinence de cette mise en place, qui a permis de ne pas créer de rupture dans notre qualité de service, puisque les flux étaient déjà digitalisés*», corrobore Dominique Lebreton, membre du directoire et directeur audit, projet et commercialisation de MGI. Si le monde portuaire semble avoir déjà atteint une certaine maturité sur le sujet, la période du confinement au printemps aura vu les utilisateurs appuyer sur la pédale d'accélérateur : «*Certains de nos*

© Port de Marseille Fos/4Vents.fr

clients nous ont indiqué souhaiter aller plus loin, avec l'aide de MGI, dans la dématérialisation de leurs documents administratifs transférés dans la chaîne logistique. Les technologies sont matures pour opérer cette transformation, ce qu'il faut, aujourd'hui, c'est travailler avec nos administrations de tutelle pour accepter la digitalisation complète», juge-t-il. La période aura également vu de nouveaux acteurs s'intéresser à une interconnexion avec le système d'information de MGI : assurances, banques, exportateurs et importateurs. «*Des acteurs peu connectés dans notre système et ayant des besoins de traçabilité de la marchandise avec un tiers de confiance neutre*», cite Dominique Lebreton.

UNE APPROCHE GLOBALE

Il s'agit ainsi de participer à un mouvement de fluidification et de fiabilisation des informations, car malgré le mouvement croissant vers la digitalisation, les informations erronées dues au facteur humain sont toujours présentes : «*Il y a encore des marges de progrès importantes à réaliser sur ce sujet,* confirme Gilbert Bredel, président de Contargo North France. *Et cela génèrera également des gains en termes environnementaux avec un impact indirect sur la réduction des déplacements à vide et des mouvements inutiles*». Pour construire le port de demain, les champs à travailler sont encore vastes et les segments concernés intègrent logistique, transport, prise en compte foncière, mais aussi nouvelles technologies et énergies durables. «*On observe à ce sujet des approches territoriales à la fois à l'intérieur du port et dans son territoire élargi*», constate Jean-Pierre Chalus, président de l'UPF. Cette concentration sur la place portuaire d'un ensemble d'acteurs différenciés, concourant à l'efficience opérationnelle et à la compétitivité de la zone, se traduit chez le prestataire logistique du port du Havre, XP Log : «*Notre but est de montrer la synergie entre la politique portuaire et la stratégie logistique des clients. Nous sommes véritablement le trait d'union entre les chargeurs et les ports*», estime Olivier Jean-Baptiste, directeur de XP Log, qui espère transformer l'essai dans quelques années à Marseille en offrant à ses clients, en plus d'une entrée nord sur l'hinterland du Havre (alimentant l'ouest de la France et la région parisienne), une entrée logistique sud via Marseille. Le prestataire Bolloré Logistics qui a investi sur le parc logistique Paris Normandie, et plus récemment à Marseille dans des

bâtiments HQE, est également l'illustration de cette approche globale mêlant prospectives immobilières et souci environnemental, permettant la performance des flux de transport et une logistique durable. Il est ainsi indispensable aujourd'hui, juge CMA CGM, de faciliter l'implantation des entrepôts logistiques dans les ports et à proximité afin d'y accompagner et soutenir la hausse du trafic de conteneurs : «*Le port du Havre compte 2,7 millions de m² d'entrepôts dont 500 000 m² en cours de développement et a engagé près de 40 millions d'euros pour renforcer les activités logistiques*», détaille le groupe.

UN ÉCOSYSTÈME EN SYMBIOSE

Car force est de constater que le port ne peut plus simplement être considéré comme un lieu de manutention de marchandises, mais plutôt comme un vaste ensemble composé des entreprises qui y sont implantées et des sociétés alentour, offrant la possibilité de recycler le produit de l'un pour générer un bénéfice chez son voisin, «*par exemple, réutiliser la chaleur produite ici pour faire le chauffage du bâtiment d'à côté. Le port n'est plus qu'un port, c'est vraiment le cœur d'un écosystème qui fonctionne en symbiose,* juge Fabien Becquelin, directeur opérationnel de la fédération Norlink. *Il faut penser global, s'appuyer les uns sur les autres. On voit d'ailleurs, au sein de notre fédération, certains projets portés par un mode de transport glisser ensuite naturellement sur un autre, simplement parce que l'on découvre de nouvelles choses et que l'on parvient à faire avancer les projets*». L'union fait la force : l'adage a sans doute conduit CFNR Transport à intégrer en tant que gestionnaire commun, avec la CCI de Meurthe-et-Moselle et ArcelorMittal, un consortium public-privé incluant les 11 ports fluviaux de la Moselle, dans l'objectif de relancer la voie d'eau : «*La décision finale n'est pas encore arrêtée mais le groupement a été retenu par le Syndicat mixte ouvert, pour des négociations exclusives. Nous avons monté ce consortium avec la CCI de Meurthe-et-Moselle compte tenu de son expérience dans la gestion d'infrastructures et son savoir-faire en gestion des programmes de subvention tandis que, chez Rhenus, nous nous positionnons comme opérateur portuaire et qu'Arcelor Mittal dispose de réserves foncières importantes sur le Nord lorrain. Cet ensemble a donc une cohérence immédiate au niveau opérationnel mais surtout, à moyen terme, en matière de valorisation du foncier. L'objectif est également de développer le trafic multimodal sur le port de Metz et sur le Sud lorrain à Frouard et Champigneulles*», détaille Jean-Marc Thomas, directeur général de CFNR Transport. Cette concession aura ainsi la particularité d'unifier le Sud lorrain avec le Nord lorrain et visera à y intégrer des occupants en conformité avec les attentes de la nouvelle concession. «*Pourquoi le Nord lorrain ? Parce que nos voisins luxembourgeois, commencent à éprouver des problèmes de coûts du foncier qui nous amènent à penser que, d'ici 5 à 10 ans, de plus en plus d'entreprises cibleront la zone de Thionville pour s'implanter avec un coût*

© CMA CGM.

© E. Houri.

© CFNR.

© E. Houri.

de foncier supportable en logistique. Et nous allons être vigilants sur la qualité et les promesses que feront les futurs occupants en termes de RSE», spécifie-t-il. Être en mesure de proposer des services multiples autour du système portuaire, c'est l'ambition de Haropa dont l'offre s'articule autour de quatre piliers : l'offre maritime, l'offre foncière permettant d'accueillir des industries ou des logisticiens, l'offre multimodale et l'offre de facilitation du passage de la marchandise. «*Nous nous employons quotidiennement à optimiser chacun de ces quatre piliers. Sur les accès nautiques, le port de Rouen a finalisé le programme Accès qui permet de gagner un mètre de tirant d'eau sur les 120 km du chenal. Sur le foncier, nous continuons nos efforts pour implanter de nouveaux clients industriels ou logistiques ; et en matière de multimodalité nous poursuivons l'aménagement de plateformes multimodales le long de la Seine, la prochaine en date étant le PSMO pour "port Seine métropole Ouest" à la confluence de l'Oise et de la Seine*», explique Olivier Ferrand. Au final, il s'agit d'offrir une cohérence d'ensemble autour de ces grands axes, en favorisant les synergies industrielles entre les acteurs installés. Un des enjeux de la fusion des trois ports Haropa, dont Stéphane Raison vient récemment de prendre les fonctions de directeur général préfigurateur du Grand port maritime d'État Haropa.

DES ENJEUX À RELEVER

Les défis logistiques à relever pour le port de demain sont alors multiples : «*Il s'agit en premier lieu de continuer à s'adapter à l'évolution du trafic maritime et aux nouvelles générations de navires. Avec l'augmentation de leur taille, l'accessibilité maritime et le tirant d'eau du port sont fondamentaux. Les équipements portuaires doivent aussi pouvoir répondre aux besoins des géants des mers*», estime le groupe CMA CGM. La transformation numérique du port est un autre axe en ce qu'elle permettra d'améliorer la gestion du trafic, de le dynamiser et de gagner en fluidité. Les innovations permettront également des réductions de coûts sensibles pour tous les acteurs portuaires : «*Le port de Rotterdam prévoit d'équiper les quais de capteurs sur les murs, bouées et pontons, ce qui permettra de collecter des informations sur l'accostage, les conditions météo et les flux et ainsi donner la possibilité aux compagnies maritimes de prévoir les heures optimales de départ et d'arrivée, de réduire leur temps d'accostage et la consommation de carburant de façon significative*», poursuit CMA CGM. Et pour l'armateur, en matière environnementale, c'est l'utilisation de l'hydrogène qui demeure «*un défi majeur. Les infrastructures et équipements portuaires devront s'adapter pour recevoir les navires propulsés à l'hydrogène, comme pour le GNL avec notamment des engins de manutention dédiés ou encore la construction de quais*», termine-t-il. ■

> La transformation numérique du port est un autre axe en ce qu'elle permettra d'améliorer la gestion du trafic, de le dynamiser et de gagner en fluidité.

UN PLAN POUR VERDIR LES PORTS

© Contargo.

© Philippe Gisselbrecht/CFNR Transport.

Parmi les grands axes du Plan français de relance économique figurent des mesures dédiées au « verdissement des ports », incluant des investissements dans de nouvelles infrastructures et pour la transition énergétique.

Dans son Plan de relance de l'économie 2020-2022 présenté le 3 septembre dernier, le gouvernement évoque une «*accélération de la transition écologique des ports*», ces derniers étant considérés comme «*un maillon clé de la logistique française, tant à l'import qu'à l'export*». Financées à hauteur de 200 millions d'euros, les mesures de « verdissement des ports » passent notamment par un déploiement de solutions d'avitaillement en carburants alternatifs, avec des investissements massifs pour le développement d'infrastructures portuaires et d'équipements en faveur de la transition énergétique, ainsi que l'aménagement d'infrastructures fluviales ou ferroviaires pour faciliter le report modal.

ACCÉLÉRER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Ces grands sujets habitent actuellement les réflexions des acteurs de la place portuaire. Que pensent-ils de ces mesures annoncées ? «*Elles vont toutes dans la bonne direction, simplement ce ne sont pas des mesures d'urgence, mais structurelles qui vont dans le sens de l'histoire,* juge Jean-Marc Thomas, directeur général de CFNR Transport. *Elles sont fortement teintées d'investissements à moyen terme qui auraient dû être réalisés de toute façon. Elles n'auront aucun effet sur le court terme qui va consister pour les entreprises de la logistique et de notre branche en particulier à ajuster les moyens aux prévisions d'activité de nos clients*». De son côté, le groupe CMA CGM indique accueillir «*positivement*» les annonces du gouvernement, jugeant que «*pour accélérer la transition énergétique du transport maritime, le plan de relance doit permettre de développer en France des infrastructures portuaires pour l'avitaillement des navires en carburants alternatifs*», mais remarque que si le transport maritime est concerné à travers les ports ou les interconnexions avec le fret inland, «*il ne bénéficie pas d'un plan de soutien dédié au même titre que l'aérien alors que la transition énergétique du maritime passe nécessairement par des ruptures technologiques qui impliquent beaucoup de R&D*».

SOUTIEN AU FERROVIAIRE ET FLUVIAL

Autre aspect important des mesures annoncées, celui du soutien massif au fret ferroviaire : «*Très récemment, à travers notre campagne #Switchtorail, nous avons convaincu un de nos importants clients de basculer 5000 conteneurs de la route vers le rail pour un gain de plus de 50 tonnes de CO_2. Il est fondamental d'améliorer les interconnexions avec les ports pour réduire le temps de chargement et d'augmenter le nombre de sillons pour des fréquences accrues*», énonce CMA CGM. D'autres, comme Contargo, espèrent effectivement voir entrer dans ce plan de relance des investissements supplémentaires sur les plateformes de transport combiné, fluvial ou ferroviaire, une modernisation de certaines d'entre elles ainsi qu'une fiabilisation des autres par une augmentation de leurs capacités : «*À Valenciennes, par exemple, on a une extension du terminal mais pour des raisons budgétaires publiques et de subventions européennes, un second portique qui augmenterait la fiabilité du terminal n'est pas prévu. Cet investissement pourrait rentrer dans le Plan de relance. Dans les investissements, il ne faut pas oublier que le transport nécessite des infrastructures importantes*», juge Gilbert Bredel, président de l'entreprise Contargo North France. Pour Jean-Pierre Chalus, président de l'UPF, au-delà des investissements des ports en faveur de l'accélération de la transition écologique du transport maritime, en particulier en ce qui concerne les carburants alternatifs et l'électricités pour les navires à quai, le volet consacré aux aménagements d'infrastructures pour le fluvial et le ferroviaire, se révèle un point majeur : «*Ce sont des éléments qui nous intéressent. Tout le monde aujourd'hui travaille à répondre à la demande et présenter des projets mûrs pour 2021*», juge-t-il. En plus des 4,7 milliards d'euros pour le fret ferroviaire, le plan de relance a ainsi vu le gouvernement annoncer une dotation de 175 millions d'euros en faveur du développement du fluvial, considérée comme «*un bonus considérable*» par VNF : «*Cela va permettre d'augmenter les budgets liés à la restauration de l'infrastructure et à la sécurisation, avec l'objectif de garantir une fiabilité totale sur le réseau à grand gabarit étant donné notre objectif de disponibilité 24h/24*», anticipe Eloi Flipo, responsable de la division transport & report modal chez VNF. ■

VERS L'AVÈNEMENT DU GREEN PORT

Développement de nouveaux équipements, projets autour des énergies alternatives, accroissement du report modal… L'ensemble portuaire s'adapte aux nouvelles exigences environnementales, en quête de solutions alliant conscience écologique et performance économique.

Alors que le plan de relance du gouvernement annonce toute une série de mesures pour le «*verdissement des ports*» *(voir p. 66)*, ces derniers emploient régulièrement, pour désigner leurs projets de transition écologique, l'expression du «Green Port». Un mouvement qui ne relève pas de l'effet de mode mais d'une réalité bien ancrée. En témoigne l'UPF (l'Union des ports de France) qui, maillée avec les organisations européennes et membre de l'ESPO (European Sea Ports Organisation), adhère aux objectifs de réduction des émissions maritimes. Les ports français sont en première ligne pour accompagner leur mise en œuvre, tout en développant une stratégie de réduction de la pollution de l'air. «*Toutes les solutions doivent être regardées car il n'existe pas de réponse unique*», indique Jean-Pierre Chalus, président de l'UPF, qui précise par ailleurs l'importance d'une «*convergence fiscale entre les membres de l'UE pour la taxation de l'énergie : ce sont des éléments de compétitivité pour nos ports. Il faut être cohérent et ne pas tomber dans un schéma franco-français, mais agir à l'échelle internationale ou au minimum européenne.*».

© Port de Marseille Fos/Chaminas Laure.

© Haropa.

PAS DE GREEN WASHING

Les initiatives vertes touchent également les prestataires logistiques présents sur la place portuaire qui affichent régulièrement les démarches mises en place. Pour autant, pas de «*green washing*», explique Jean-Marc Thomas, directeur général de CFNR Transport (dont la maison-mère est Rhenus) : «*Pour nous, la première étape va être un ensemble de micro-mesures à partir de 2021 avec un effet immédiat, notamment dans l'isolation de nos bâtiments actuels. Tous les véhicules d'exploitation portuaire seront électriques avec des bornes de recharge sur nos installations. Cela va toucher également les habitudes du personnel, avec l'abandon complet du plastique dans le fonctionnement des établissements*», énumère-t-il. Des décisions qui évoquent les mesures du plan de relance dont les enjeux ont déjà été pleinement intégrés par l'ensemble des acteurs interrogés, conscients que l'amélioration de leur performance environnementale participe à l'amélioration de la compétitivité des solutions qu'ils proposent. «*Bolloré Logistics s'est donné pour ambition de réduire ses émissions de 43 % d'ici 2027 donc cela suppose de revoir l'intégralité de nos process, de nos moyens*», illustre Henri Le Gouis, CEO de Bolloré Logistics Europe. Une ambition qui passe notamment chez le prestataire par l'acquisition de véhicules au GNL : «*Nous souhaitons non seulement améliorer notre performance énergétique via le report modal mais également sur nos transport traditionnels avec des modes de combustion plus propres*», poursuit-il. La réduction de CO_2, aujourd'hui devenue une norme dans les entreprises, conduit également Contargo North France à un objectif de diminution de 30 % de ses émissions à l'horizon 2030. Une ambition qui passe notamment par une motorisation plus propre des bateaux. Les efforts ne se concentrent pas

> « Les initiatives vertes touchent également les prestataires logistiques présents sur la place portuaire qui affichent régulièrement les démarches mises en place. »

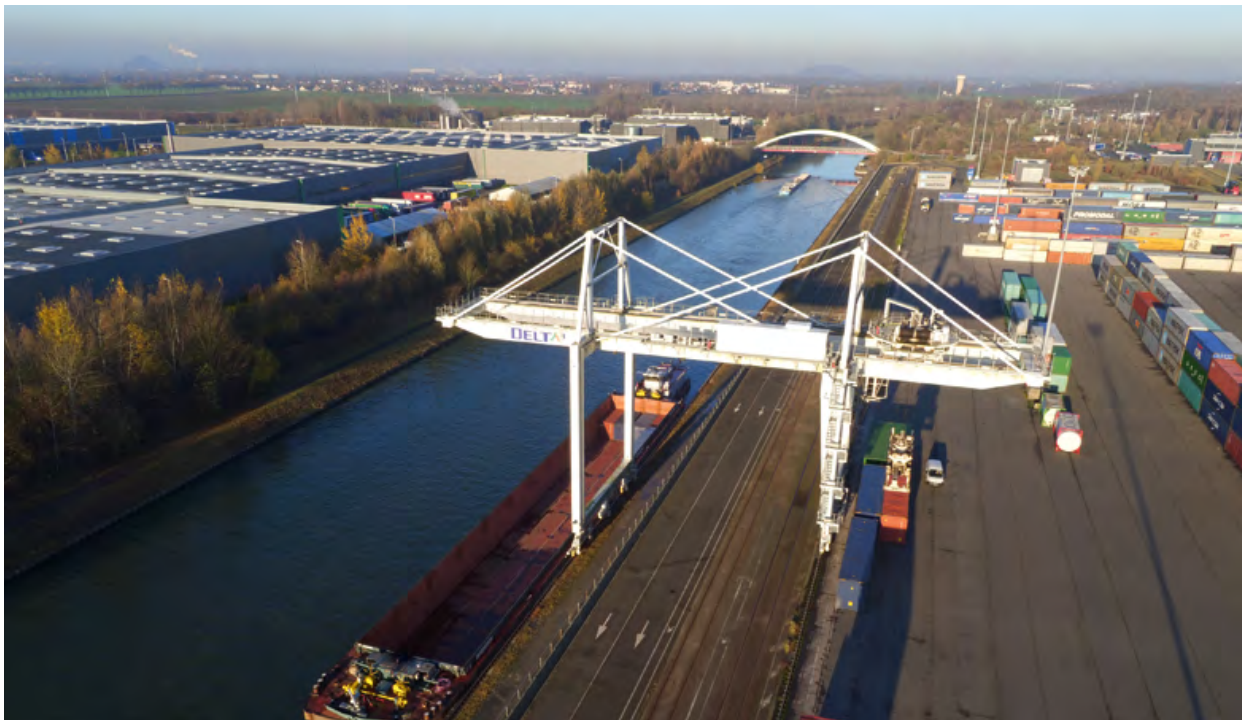
uniquement sur le maritime, mais également sur les tractions routières, et le groupe teste actuellement en Allemagne des camions électriques, souhaitant par ailleurs voir le plan de relance intégrer l'implantation d'une station GNV poids-lourds à Valenciennes pour supporter ces initiatives vertes. CMA CGM, à l'initiative de la création de la Coalition pour l'énergie de demain, initiative comprenant 11 entreprises internationales, s'est de son côté fixé l'objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 en investissant massivement dans les carburants alternatifs comme le gaz naturel liquéfié (GNL) et le biofuel de deuxième génération à base d'huiles végétales recyclées : «*Le Groupe CMA CGM a ainsi mis en place, en partenariat avec Total, une infrastructure de soutage au GNL bientôt opérationnelle au port de Marseille Fos, la première de ce type en France. En investissant dans les nouvelles technologies comme le branchement électrique à quai, ou "Cold Ironing", le groupe donne l'opportunité aux porte-conteneurs en escale de couper leurs moteurs auxiliaires permettant ainsi d'éliminer complètement les émissions d'oxydes de soufre, d'oxydes d'azote et de particules fines pendant le séjour à quai du navire, et*

de réduire significativement les nuisances sonores», déclare l'armateur. L'installation de cette technologie, inaugurée en janvier 2020 sur le Grand port maritime de Dunkerque, se poursuivra sur les navires de CMA CGM, qui teste le dispositif avec d'autres autorités portuaires. Décision a également été prise, en novembre 2017, d'équiper neuf futurs navires de 23000 conteneurs, livrables à partir de 2020, de moteurs utilisant du GNL : «*Un navire GNL émet jusqu'à -20% de CO_2 par rapport à une motorisation au fuel. Cette technologie est une des premières étapes pour converger vers l'objectif de neutralité carbone*». Labellisé 6PL Performances Logistiques Durables en juin 2018, l'entreprise XP Log travaille, pour sa part, à cette transition énergétique sur deux axes : l'optimisation des flux de ses clients – «*avec une baisse de 20 à 25% du nombre de camions Euro VI sur la route, en transportant davantage de marchandises*», détaille Olivier Jean-Baptiste – et le report multimodal. «*Cela devrait aboutir dans les années qui viennent. Nous avons un entrepôt embranché fer donc nous allons pouvoir récupérer des trains et s'approcher au plus près des terminaux sans utiliser la route, ce qui permet de diminuer l'empreinte carbone*», stipule-t-il.

> « Il était logique de raccrocher le fluvial et le ferroviaire, qui sont les deux jambes principales du développement des ports. »

VERS LE REPORT MODAL

Le gouvernement a acté cette nécessité d'intégrer davantage le ferroviaire, en lui accordant 4,7 milliards d'euros dans son dernier plan de relance. Cet apport bénéficiera-t-il au report modal ? Il en est en tout cas fait mention dans le chapitre dédié au «*verdissement des ports*», qui stipule que cette mesure vise notamment à mettre en œuvre un programme d'investissement massif dans des «*aménagements d'infrastructures fluviales ou ferroviaires pour faciliter le report modal*». Le port de demain ne se restreint pas en effet à ces aspects navigants et maritimes et le transport combiné y prend une place de choix. Dans la région Hauts-de-France, la fédération Norlink, illustre ce trait d'union nécessaire. En mars 2020, elle a uni tous ses acteurs en une fédération – Norlink ports, ferroviaire fluvial et plaisance – pour



© Norlink.

répondre aux nouveaux enjeux du transport multimodal, «*avec la volonté de développer les infrastructures de transport et notamment les ports dans la région par la meilleure utilisation de services massifiés. Il était donc logique de raccrocher le fluvial et le ferroviaire, qui sont les deux jambes principales du développement des ports*», explique Fabien Becquelin, directeur opérationnel de la fédération Norlink. À ce sujet, Jean-Pierre Chalus, à l'UPF, rappelle la nécessité d'intégrer également le shortsea [transport maritime de courte distance] : «*On pense très souvent fluvial ou ferroviaire mais il y a des solutions de shortsea, d'autoroutes maritimes. Il est compliqué de trouver un équilibre par rapport à la route mais aujourd'hui beaucoup d'actions sont faites par les ports sur ce sujet, que ce soit au Havre, Dunkerque ou Marseille. C'est un élément qui permettra aussi la relocalisation d'industries ou d'activités en France*», juge-t-il. Au port de Marseille Fos, justement, le report modal est un axe majeur de développement : il représente 7 millions de tonnes pour les trains et 3 millions pour les barges. «*Nous avons plus de 10000 trains par an qui partent et qui arrivent dans le périmètre de l'emprise portuaire,* illustre Christine Rosso, directrice du développement du port de Marseille Fos. *Entre 2018 et 2019, la part modale a crû de plus de 35% au niveau du container avec, aujourd'hui, plus de 25 destinations quotidiennes sur ce segment à destination de l'Europe. Le fleuve a de son côté réalisé une progression de 10%*». Si, à l'heure de la crise sanitaire, les projections se font plus rares, les investissements sur le report modal réalisés depuis plusieurs années vont se poursuivre, estime Christine Rosso, «*notamment sur la zone des conteneurs mais également sur la zone logistique de Fos, embranchée fer pour certains entrepôts*».

© Haropa.

© Port de Nantes/Saint-Nazaire.

ÉCUEILS ET DIFFICULTÉS

Largement évoqué, le sujet du transport combiné n'en contient pas moins nombre de difficultés. Et si les prestataires semblent s'en emparer, certains écueils limitent encore son déploiement massif. Ils peuvent notamment toucher à son coût : dans les ports français, sauf à Dunkerque, les THC (Terminal Handling Charges : charges de manutention facturées aux opérateurs fluviaux) impactent très lourdement le mode fluvial par rapport aux autres modes, sur lesquels ces THC sont beaucoup plus faibles voire inexistantes. «*Ce dont on aurait besoin, c'est ce qui existe à Dunkerque depuis 2016 ou bien dans les ports de la zone Europe : une mutualisation des THC amenant à une neutralisation du surcoût du fluvial par rapport aux autres modes de transport*», juge Eloi Flipo, responsable de la division transport & report modal chez VNF. Un surcoût de manutention non négligeable qu'il chiffre à 10 à 15 % de la chaîne fluviale globale entre un port maritime et un port intérieur. Autre problématique soulevée : la difficulté des opérateurs fluviaux à obtenir une garantie de 100 % sur les plannings d'escales dans les terminaux portuaires : «*On enregistre des taux de régularité de l'ordre de 85 à 90% ce qui représente 10 à 15% d'escales qui ne sont pas respectées*». Résultat : le bateau fluvial est mis de côté, en attente de la fin des opérations sur le navire de mer qui reste largement prioritaire pour les entreprises

© Françis Cormon/VNF.

de manutention. Le prestataire Bolloré Logistics, qui, dès 2018, annonçait le lancement d'une navette fluviale hebdomadaire reliant le terminal multimodal du Havre à celui de Bonneuil-sur-Marne (94) observe les avantages et les contraintes de ce mode de transport : «*Nous avons été précurseurs sur cette navette mais nous avons rencontré les difficultés et les aléas liés au report modal, qui reste compliqué en France*», estime Henri Le Gouis. En cause notamment, des navettes bien remplies à l'import mais difficilement à l'export. «*Cela nécessite de sensibiliser l'ensemble des clients chargeurs pour leur expliquer les avantages de la solution fluviale, qui ne sont pas qu'écologiques*», poursuit Paul Bernard, directeur Région Normandie de Bolloré Logistics. C'est donc l'ensemble de la chaîne – chargeurs, organisateurs de transport, et opérateurs –, qui doit fonctionner ensemble. «*Nous y croyons fermement et nous souhaitons accompagner cette poussée vers le report modal, malgré les difficultés qui restent à résoudre*», indique Henri Le Gouis. La situation amène le prestataire logistique et transport à réaliser «*beaucoup de pédagogie*» vers ses clients et ses prospects «*pour leur vendre les solutions fluvial et ferroviaire*», selon les mots de Paul Bernard. Une solution ferroviaire qui doit elle aussi trouver son modèle économique : «*L'enjeu, ce n'est pas tant le coût au kilomètre mais le nombre de rupture de charges. Nous discutons avec SNCF Réseau et SNCF Fret sur ces sujets-là, avec l'idée de développer aussi des navettes ferroviaires. Nos interlocuteurs sont tout à fait conscients des difficultés présentes aujourd'hui. Cela va dans le bon sens, il y a du dialogue et de la mobilisation pour voir les choses changer. Néanmoins, ce sont des projets qui ne se mesurent pas en mois, mais en années…*», estime-t-il.

VERS DES MOBILITÉS ÉCOLOGIQUES ET PERFORMANTES

Pour autant, chez certains acteurs gravitant autour du port, cette question de transport combiné figure dans leur ADN. C'est le cas de CFNR Transport, spécialisée dans le transport fluvial et la logistique multimodale : «*L'essentiel de notre activité concerne les activités de transit et notre mission est de convaincre les chargeurs qui ne sont pas forcément aux alentours du port d'utiliser ces services par le biais de solutions de massification et de solutions de pré ou post-stockage de manière à pouvoir lisser leurs flux en usine*», décrit Jean-Marc Thomas. C'est également le métier de Contargo North France, en tant qu'opérateur de transport combiné : «*C'est ce que nous faisons tous les jours et nous essayons de convaincre nos clients d'adopter ce mode de transport*», explique Gilbert Bredel. Ce dernier constate d'ailleurs depuis une dizaine d'années un mouvement des chargeurs en ce sens : «*Post-crise sanitaire, le besoin s'accélère un peu : est-ce que c'est ponctuel, sur le long terme ? Il faudra attendre pour le dire. Mais il y a clairement un mouvement vers des mobilités plus écologiques*», souligne-t-il. Pour CMA CGM, cette dynamique

ZOOM

POUR LE RENOUVEAU DE L'AXE SEINE

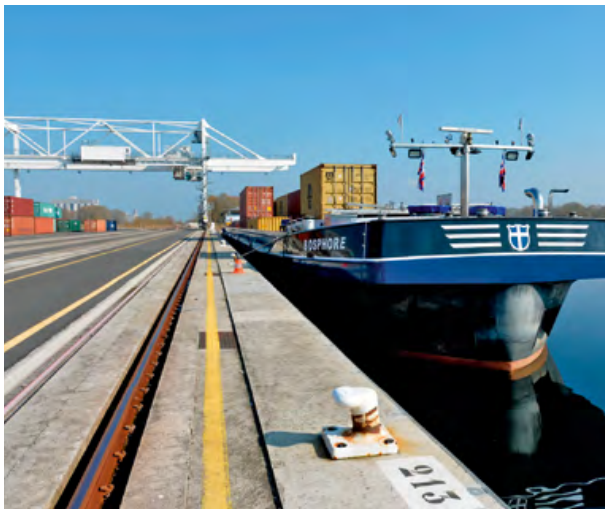
Marc Ligot est à l'origine de la création de la société Seine Solutions, une démarche mue par la volonté de développer, en partant de la région Normandie, un nouveau territoire compétitif mêlant considérations foncières, logistiques, de mobilité et écologiques.

Marc Ligot est le président de Seine Solutions, réseau d'experts dédié aux projets de développement sur l'Axe Seine et le Grand-Paris dont l'objectif est de *« tisser des liens étroits avec les principales collectivités locales de l'Axe Seine et les propriétaires des réserves foncières, afin d'en développer le potentiel économique en convainquant l'industrie et les sociétés commerciales exogènes de s'installer dans notre région Normande »*, selon ses mots. Le président de Seine Solutions souhaite ainsi doubler l'activité de la zone portuaire du Havre, sa capacité foncière et ses emplois, notamment face à son grand concurrent, Anvers. Pour y parvenir, il insiste sur la nécessité d'un *« guichet unique »* permettant aux acteurs souhaitant s'installer sur cet axe Seine long de 777 km de se voir proposer un panel de solutions apte à répondre à leurs besoins. Cette conviction d'une approche globale est née d'une première expérience en 2006 où Marc Ligot est mandaté par le directeur général de la SHEMA [société d'économie mixte spécialisée dans l'aménagement, la construction et le développement économique sur l'ensemble de la Normandie] pour développer deux projets, l'un de 46 ha à Sées dans l'Orne et l'autre de 28 ha à Honfleur, dans le Calvados, où un entrepôt de 117 000 m² est envisagé. Durant quatre ans, il expérimentera alors la difficulté à voir s'implanter une zone logistique à Honfleur face au port du Havre et ressort convaincu de la nécessité de collaborer étroitement avec ce dernier. Suivra sa rencontre avec le groupe immobilier Panhard en 2012, qu'il conduit à investir dans les ports normands menant à la construction de deux parcs logistiques, l'un de 148 000 m² sur la zone PLPL2 du Havre, l'autre de 165 000 m² à Port-Jérôme.

« Encourager la structuration d'un écosystème pertinent et utile »

Aujourd'hui, fort de cette expérience et des besoins qu'il a pu relever au cours de ces dernières années auprès d'autres acteurs, le fondateur de Seine Solutions entend répondre à une mission avec cette nouvelle entité : *« Convaincre les investisseurs et les entreprises de s'implanter dans la vallée de la Seine, d'identifier leurs besoins pour mieux les accompagner et accélérer leurs futures implantations, qu'elles soient logistiques, industrielles ou portuaires et ce, grâce à notre champ de compétences et notre maîtrise du marché »*. La société juge ainsi qu'un développement de 8 à 15 % annuel est envisageable sur cette zone portuaire. *« Aujourd'hui, les investisseurs cherchent une offre, clé en main, correspondant parfaitement à leurs attentes »*, détaille Marc Ligot. Seine Solutions entend ainsi favoriser les rencontres autour de la construction et la mise en place de solutions globales entre les différents secteurs – le système portuaire, la logistique, le foncier, l'industrie, la transformation écologique, les nouvelles énergies –, et *« encourager la structuration d'un écosystème pertinent et utile. Un déploiement stratégique agile qui mutualise les forces pour un bien-être commun aux nouvelles dimensions »*.

devrait aller en s'amplifiant, également pour répondre à des questions d'efficience opérationnelle et de compétitivité : *« Les ports maritimes sont des plateformes logistiques destinées au commerce international, combinant à la fois des contraintes de délais et de coûts ainsi que des niveaux élevés de qualité de service, de performance et de flexibilité. Pour améliorer les temps de traitement des flux et gagner en attractivité et compétitivité, les ports doivent disposer d'un excellent réseau pour couvrir leurs arrière-pays avec à la fois une desserte routière fluide et des dessertes ferroviaires et fluviales désormais indispensables, car permettant un acheminement moins onéreux, plus fiable et respectueux de l'environnement »*, estime le groupe. Et dans cette volonté de transition écologique, les solutions de report modal doivent elles aussi se questionner et procéder à un ajustement permanent pour montrer leur compétitivité. C'est le sens que leur apporte VNF (Voies



© Haropa.

navigables de France). L'opérateur national fluvial se dit engagé en faveur de l'innovation mais également du «*verdissement*» de la flotte fluviale, soulignant que malgré ses «*énormes avantages écologiques*» comparés au camion – un bateau transporte jusqu'à l'équivalent de 200 camions en un seul voyage et consomme trois à quatre fois moins d'énergie –, «*le transport fluvial n'échappe pas à un examen objectif de sa performance environnementale face à des bateaux fluviaux parfois assez anciens et des motorisations d'une grande longévité. Ainsi, le transport fluvial doit s'adapter aux nouvelles normes environnementales, voire les anticiper, afin de maintenir son avantage concurrentiel naturel*». L'établissement public entend ainsi «*transposer au secteur fluvial des solutions existant déjà dans d'autres modes de transport*», notamment en «*marinisant*» des moteurs routiers conformes à la norme Euro VI, et en déployant des solutions s'appuyant sur l'hydrogène ou le gaz naturel. «*Nous guidons le verdissement de la chaîne fluviale, notamment avec un dispositif de subvention le PAMI* [plan d'aide à la modernisation et l'innovation] *avec lequel nous accompagnons 100 à 150 projets par an d'achat et de construction de bateaux, et de changement de moteur en priorité vers des motorisations propres telles que des moteurs électriques*», indique Eloi Flipo. Le volet innovation de cette démarche est également venu accompagner différentes études et pilotes «*autour de nouvelles technologies comme des bateaux à propulsion électrique avec une alimentation en pile à hydrogène*», termine-t-il. ■

© CNR.

© OEM.

LES PORTS, ACTEURS DU DÉPLOIEMENT DES ÉNERGIES MARINES RENOUVELABLES

L'OEM (Observatoire des énergies de la mer) réalise chaque année une enquête auprès des principaux acteurs de la filière des énergies de la mer en France, dont les ports. L'enquête 2020 intitulée *Les ports français, acteurs incontournables du déploiement des énergies marines renouvelables* a ainsi adressé 300 questionnaires aux développeurs exploitants, prestataires et fournisseurs de la chaîne de valeur, acteurs de la recherche ou encore institutionnels et portuaires. Il en ressort que plus de 55 millions d'euros ont été investis en 2019 dans les ports français pour les EMR (énergies marines renouvelables), soit 12 % de l'investissement total de la filière. «*En 2019, les investissements portuaires ont essentiellement concerné les ports de Brest et de Port-la Nouvelle, dans le cadre de leurs aménagements pour accueillir de futures activités EMR*», indiquent l'UPF et l'OEM dans leur note publiée en octobre. Un positionnement particulièrement marqué vers l'éolien (pour 72 % des projets) qui a recueilli 600 millions d'euros d'investissement depuis le début des années 2010. Parmi les ports développant des projets significatifs avec des EMR, on peut ainsi citer Fécamp, le Havre, Cherbourg, Brest, La Turballe, Nantes Saint-Nazaire, La Rochelle, Marseille, Port-La Nouvelle ou encore La Réunion. Face à ces investissements en OEM, ce sont 1,75 million d'euros de chiffre d'affaires qui sont enregistrés. «*Avec la construction des premiers parcs éoliens en mer français et la mobilisation accrue des ports dans ce cadre, le chiffre d'affaires généré par les gestionnaires de ports devrait croître de manière significative au cours des prochaines années*», jugent l'UPF et l'OEM.

UN FLORILÈGE D'ACTIONS VERTES

© Port de Marseille Fos/Charinas Laure.

DES PROJETS DE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE À MARSEILLE-FOS

L'un des axes de travail du port de Marseille-Fos concerne l'avitaillement en gaz liquéfié : *« Nous accueillons, depuis un an, des navires qui ont des carburants GNL et, l'année prochaine, nous souhaitons avitailler les porte-conteneurs de CMA CGM et les navires de croisière, avec un système de barges d'approvisionnement »*, détaille Stéphane Reiche, délégué général du Grand port maritime de Marseille Fos. Autre sujet : l'hydrogène, sur lequel une co-innovation est en cours entre CMA CGM et Helion (Areva SE), dans le cadre d'un défi du challenge French Smart Port in Med. Celui-ci consiste à *« avoir un dispositif d'alimentation des conteneurs frigorifiques qui soit mobile et basé sur une énergie renouvelable (éolien, solaire…). Cela permettrait d'augmenter le nombre de conteneurs sur le terminal à l'import et à l'export et d'optimiser les flux logistiques en s'affranchissant d'un stockage sur l'emplacement fixe des prises »*. Enfin, le port de Marseille-Fos *« pourrait être pilote pour la mise en place d'une filière éolienne offshore en Méditerranée »*, précise Christine Rosso, directrice du développement du port de Marseille Fos.

HAROPA, UNE STRATÉGIE « GREEN PORT »

Membre de la coalition « Getting to Zero » lancée en septembre 2019 avec l'objectif de réduire d'au moins 50 % les émissions de GES du transport maritime à l'horizon 2050, Haropa fixe sa stratégie autour de trois axes prioritaires : promouvoir le report modal, réduire l'impact des activités portuaires et intégrer les ports dans leur environnement naturel et urbain. Une politique « Green Port », qui vise, d'ici 2025, une réduction de sa consommation énergétique de 15 % et une augmentation de 10 % des investissements ciblés sur la transition écologique et énergétique. *« Nous souhaitons produire 50 MW d'électricité photovoltaïque en 2025, soit davantage que ce que nous consommons actuellement »*, explique Oliver Ferrand, directeur de la stratégie et du développement de Haropa. Concernant sa politique bas carbone, Haropa a annoncé fin septembre, après une première ouverture à Gennevilliers (92), le lancement d'une nouvelle station GNV dans la zone industrielle du Port du Havre sur le centre routier de Gonfreville-l'Orcher (76), en partenariat avec Primagaz. *« À côté de cela, nous expérimentons des projets sur l'utilisation de l'hydrogène pour la propulsion des bateaux sur la Seine et notre schéma directeur intègre également la modernisation du parc automobile du port, dont 50 % à l'horizon 2025, sera électrique »*, termine Olivier Ferrand.

LE PROJET DE BARGE À HYDROGÈNE DU PORT DE SÈTE SUD DE FRANCE

Au cœur de sa stratégie de mise en œuvre d'une stratégie Bas Carbone, le port de Sète a développé un projet de barge hydrogène, baptisé Green Harbour. Cette première barge zéro émission et multi-services portuaires permettra ainsi la fourniture d'électricité à tout navire en escale, ainsi que l'élimination des déchets de bord grâce à un système de forte puissance à base de piles à hydrogène vert produit par les éoliennes flottantes au large de Narbonne. Ce projet a reçu le Prix de l'innovation Ports du futur dans la catégorie Navires en 2019.

MARTINIQUE : UN GRAND PORT MARITIME VERT À L'HORIZON 2030

« La stratégie de développement durable du port de Martinique s'élabore selon trois axes : transition énergétique, changement climatique, protection de la biodiversité, explique Kelli Mamadou, chef du service développement durable et innovation du Grand port maritime de Martinique. *En Martinique, le réseau électrique est composé à 72 % d'énergies fossiles thermiques, ce qui crée un mix thermique particulièrement carboné. Notre ambition est de le diviser par deux »*. Autre particularité du territoire : les risques cycloniques qui menacent de s'accentuer et font courir un danger sur le réseau électrique. Face à cela, le territoire possède des ressources, qui permettraient à presque 80 % d'atteindre d'ici 2030 une autonomie énergétique. Parmi elles, le solaire avec le photovoltaïque, mais aussi l'éolien et la biomasse (cette dernière étant encore largement importée), avec, également à horizon plus lointain, la possibilité d'exploiter de l'hydrogène grâce à la présence d'une raffinerie proche. Plus précisément sur son terminal SmartGrid, qui voit transiter 90 % des marchandises passant en Martinique, le port envisage de développer un ensemble d'actions d'efficacité énergétique : transformation de l'éclairage vers la basse consommation, développement d'une alimentation électrique à quai grâce à un mix constitué à partir d'installations photovoltaïques et un système de stockage d'électricité… *« L'objectif est de répondre aux besoins en autoconsommation de l'ensemble du terminal lorsque les navires ne sont pas présents et, lorsqu'ils sont à quai, de leur donner accès à un mix énergétique. Il s'agit aussi de fournir au terminal une capacité de résilience face au risque climatique »*, poursuit Kelli Mamadou. Le projet naissant est actuellement en étude de modélisation et de situation pour un déploiement envisagé sur l'année 2022.

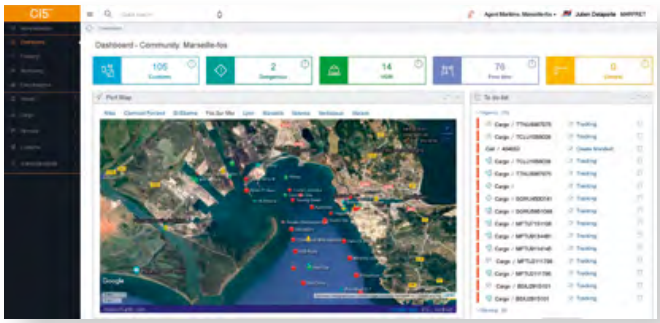
© Malin'drone.

L'INNOVATION NUMÉRIQUE AU CŒUR DES ENJEUX PORTUAIRES

La course vers le Smart Port a commencé. Au cœur d'un écosystème portuaire déjà bien avancé en termes d'accessibilité et de partage de la donnée, les acteurs qui le composent travaillent à toujours plus d'interopérabilité, fluidité et traçabilité pour optimiser les chaînes logistiques.

© Vincent Milan/Haropa.

Le monde portuaire est composé d'une très grande diversité de métiers, chacun d'entre eux disposant de leur système d'information, remorqueur comme capitainerie ou encore transitaire. L'enjeu consiste, malgré cette multiplicité d'opérateurs, à faire passer la marchandise le plus rapidement et fluidement possible. L'avenir se construit ainsi dans une intégration élargie des acteurs gravitant autour de la supply chain portuaire, permettant une récupération croissante d'informations en aval autant qu'en amont : «*C'est la multiplicité d'acteurs dans la chaîne portuaire qui induit des difficultés à récupérer certains échanges d'informations,* explique Dominique Lebreton, membre du directoire et directeur audit, projet et commercialisation de MGI. *Ce sont des axes forts d'innovation sur lesquels MGI travaille à travers la connexion aux IoT. Par exemple, les conteneurs connectés de type Traxens ou Next4 permettent de récupérer de l'information et l'intègrent directement dans les CCS (Cargo Community Systems) pour donner encore plus de visibilité à nos clients sur leur chaîne logistique*». Le prestataire Bolloré Logistics se positionne sur ce sujet de smart container avec un laboratoire d'innovations : «*Nous avons décidé avec l'équipe du B.Lab de nous concentrer sur la traçabilité avec Next4 qui nous semble un élément clé dans ces environnements de transport qui souffrent de plus en plus d'aléas*», indique Henri Le Gouis, CEO de Bolloré Logistics Europe. Pilotage fin et traçabilité sont donc en première ligne pour concourir à une fluidité renforcée du passage des marchandises et rendre les ports français plus compétitifs.


© MGI

© Soget

INTERFACER LA COMMUNAUTÉ PORTUAIRE

«*Notre approche consiste à appuyer l'interopérabilité des systèmes des différents acteurs de la chaîne logistique : en renforçant les interfaces, nous voulons améliorer le dialogue entre terre et mer, et ainsi rendre le passage de la marchandise encore plus performant*», explique Olivier Ferrand, directeur de la stratégie et du développement de Haropa. Un axe de travail pour lequel Haropa compte sur la société Soget, spécialiste du PCS (Port Community System). La société déploie en effet actuellement sur tout le corridor Axe Seine sa nouvelle plateforme collaborative S)One développée avec Microsoft. «*Nous avons travaillé avec tous les acteurs sur cette plateforme collaborative sécurisée,* explique Hervé Cornède, directeur général de la Soget. *C'est un nouveau challenge puisqu'on intègre*

> “En renforçant les interfaces, nous voulons améliorer le dialogue entre terre et mer, et ainsi rendre le passage de la marchandise encore plus performant.”

© MGI

QUID DE LA 5G ?

On a vu l'exemple du port de Shanghai entièrement automatisé avec de la 5G, doté de systèmes robotiques fonctionnant 24h/24, sept jours sur sept. Un Eldorado pour les ports français ? Le territoire hexagonal ne met en tout cas pas de côté cette option. Preuve en est avec Haropa qui teste actuellement au grand port maritime du Havre son application. *« Nous sommes territoire d'expérimentation pour le déploiement de cette technologie avec plusieurs partenaires industriels. Nous allons faire un test grandeur nature, qui nous permettra d'avoir une capacité de débit 100 fois supérieur à l'existant. Cela va vraiment dans le sens d'un renforcement de la fluidité du passage de la marchandise »*, explique Olivier Ferrand. Haropa fait ainsi partie des onze premiers projets retenus, dans le cadre de l'appel à la création de plateformes d'expérimentation 5G dans la bande de fréquences 26 GHz (bande de fréquences dites « millimétriques ») lancé par le Gouvernement et l'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse). *« L'objectif de cet appel était de favoriser l'appropriation par l'ensemble des acteurs des possibilités offertes par cette bande de fréquences, et d'identifier les nouveaux usages de la 5G [...]. Les applications relevant du domaine de l'énergie sont notamment envisagées, tels que le pilotage de "smart grids"* [réseau électrique intelligent], *ou la recharge de véhicules électriques. D'autres cibleront davantage les opérations logistiques sur le territoire portuaire, notamment l'exploitation des terminaux à conteneurs, en lien avec la communauté urbaine Le Havre Seine Métropole, Siemens, EDF et Nokia. Ce projet s'inscrit en continuité du Programme Smart Port City porté par le territoire »*, indique l'Arcep. Le Havre, un poisson pilote en France sur cette expérimentation ? *« Ce sont des sujets que l'on suit avec attention. Après le port du Havre, peut-être que d'autres se lanceront... »*, anticipe Jean-Pierre Chalus, président de l'UPF.

simultanément les trois ports de Haropa (Le Havre, Rouen, Paris) avec un système unique plutôt que trois». Cet immense chantier digital regroupe 1775 entreprises pour 6700 utilisateurs et engendre 3000 interfaces entre la plateforme et les entreprises elles-mêmes. Il a fallu procéder par étape : «*Notre challenge, c'est que tous les entrepôts soient interfacés avec S)One, soit plus de 2,5 millions de m²,* explique Hervé Cornède. *Or, il ne faut pas perturber les systèmes d'exploitation de nos clients, c'est donc une solution agile et modulaire qui se déploie sur l'Axe Seine… nécessitant également une culture du changement et une formation*». Du côté de la Méditerranée, Marseille affirme aussi sa volonté de construire le port de demain, connecté et durable. Le tout sur un territoire qui détient la spécificité de compter plusieurs data centers : le troisième d'entre eux, le MRS3, doté de câbles sous-marins et construit sur une ancienne base sous-marine allemande, doit être achevé en 2021 et venir renforcer l'attractivité économique du territoire. Un élément parmi d'autres faisant dire à Christine Rosso, directrice du développement du port de Marseille Fos, que «*l'innovation numérique est au cœur du port : d'une part, parce que nous sommes dotés depuis très longtemps d'un Cargo Community System (CCS) de MGI qui est vecteur d'innovations. D'autre part, parce que nous avons une culture numérique, se traduisant par la mise en place du French Smart Port in Med, qui réalise des challenges entre acteurs industriels et start-up*». La société française MGI, cumule plus de 35 ans d'existence dans le CCS. Un système reliant 15 acteurs dans la chaîne logistique, à la fois publics (administration des douanes, autorités portuaires, organismes vétérinaires et phytosanitaires, gendarmerie, police…) et privés (agents maritimes, transitaires, manutentionnaires, exportateurs et importateurs, dépôts de conteneurs…) : «*Dans l'export d'un conteneur, ces acteurs interviennent et doivent s'échanger de l'information. Historiquement, cela se faisait sous format papier et les CCS sont arrivés dans le paysage pour faciliter et fluidifier l'information de manière automatisée*», détaille Dominique Lebreton. Gérant plus de 13 communautés portuaires et aéroportuaires, le nouveau CCS de MGI, le Ci5, est déployé sur tout le port

et sa communauté, soit 4600 utilisateurs quotidiens : «*Nous connectons notre hinterland sur tous les modes de transport pour le pré et le post-acheminement : une marchandise qui arrive sur le port de Marseille Fos, par voie routière, ferrée, ou par le fleuve, est tracée dans notre système*», précise Dominique Lebreton. Niveau fluvial, l'accessibilité à la donnée et son partage, pour atteindre plus de fiabilité, sont tout aussi primordiaux. VNF travaille ainsi avec les ports maritimes et fluviaux à la mise en place de SIF (service d'information fluviale) – des portails donnant accès aux navigants à toutes les informations nécessaires pour l'exploitation de leur bateau : horaires et statuts des écluses, disponibilité des quais, hauteur libre sous pont, tirants d'eau disponibles… «*Nous développons ces portails SIF avec nos partenaires portuaires comme par exemple sur la Seine avec Haropa. Et nous sommes en discussion notamment avec le Grand port maritime de Marseille pour le déploiement d'un SIF sur le bassin Rhône-Saône*». Enfin, et pour entrer dans le cadre du règlement européen EFTI qui impose aux gestionnaires d'infrastructures de numériser progressivement leurs outils, VNF lance le projet CEDRE (collecte et échange de données sur le réseau européen) à des fins d'optimisation logistique, avec différents partenaires.

BLOCKCHAIN, IA ET PRÉDICTIBILITÉ

Outre la sécurisation des systèmes d'information dans des objectifs de cyber-sécurité, et l'interopérabilité des systèmes, le grand sujet évoqué en matière de digitalisation touche aujourd'hui à la Blockchain. Une technologie sur laquelle certains avancent «*très vite*», selon Olivier Ferrand, à l'instar des grands armateurs mondiaux ou encore des grands traders céréaliers : «*Les uns et les autres s'emploient à déployer cette technologie de façon à faciliter la transmission de l'information. Le défi consiste pour nous à être en capacité de nous inscrire dans la Blockchain de nos clients, et de faire en sorte que le futur PCS unique de l'axe Seine en soit un rouage à part entière*», relate-t-il. Une technologie au cœur du pilote MeRS, présenté comme «*le mariage de la Blockchain et de la logistique sur l'axe Méditerranée-Rhône-Saône*». Ce projet, financé par la Banque des Territoires, VNF, CNR (Compagnie nationale du Rhône) et le port de Marseille Fos dans le cadre des travaux autour de la Stratégie nationale portuaire du gouvernement, visait «*à expérimenter un démonstrateur pilote pour tester la sécurisation de la chaîne de transport digitale afin d'améliorer la fluidité, la sureté et la compétitivité de la chaîne logistique et de l'acheminement intermodal de marchandises sur l'axe Rhône/Saône*». Une période test de dématérialisation des processus export complets entre Lyon et le GPMM a été réalisée par les sociétés MGI, BuyCo et KeeeX au cours du premier semestre 2019. Objectifs ? Sécuriser la chaine de transport, améliorer la traçabilité et mesurer l'empreinte écologique, partager une plateforme de transport multimodal et enfin démontrer l'excellence française en innovation portuaire. Pour Dominique Lebreton de MGI, cette expérimentation aura amené à prouver «*qu'un certain nombre de documents pouvait être intégré dans la Blockchain. En sécurisant les informations qui y sont intégrées, parce qu'elles sont réputées fiables et infalsifiables, et en faisant le lien avec les CCS, nous avons par exemple montré qu'on pouvait gagner 70 % de frais administratifs sur un flux export entre Lyon et Marseille…*». Après avoir été présenté dans le cadre du plan de relance aux différents ministères, en mettant en avant son apport pour la compétitivité, le projet est actuellement dans une «*phase de communication pour l'industrialiser*».

© Soget – S)One.

MGI planche également sur le sujet de l'intelligence artificielle et de l'analyse prédictive : «*Nous travaillons avec le CEA Tech qui est un des plus grands laboratoires de recherche au monde, sur l'analyse prédictive des flux de marchandises arrivés sur nos places logistiques. Ce sont de travaux qui n'existent nulle part ailleurs,* explique Dominique Lebreton. *Les premiers services sont en cours de test avec les manutentionnaires marseillais en s'appuyant sur les informations intégrées dans notre système*». Et pour apporter toujours plus de traçabilité aux marchandises door to door, nerf de la guerre pour une effi-

© Malandain.

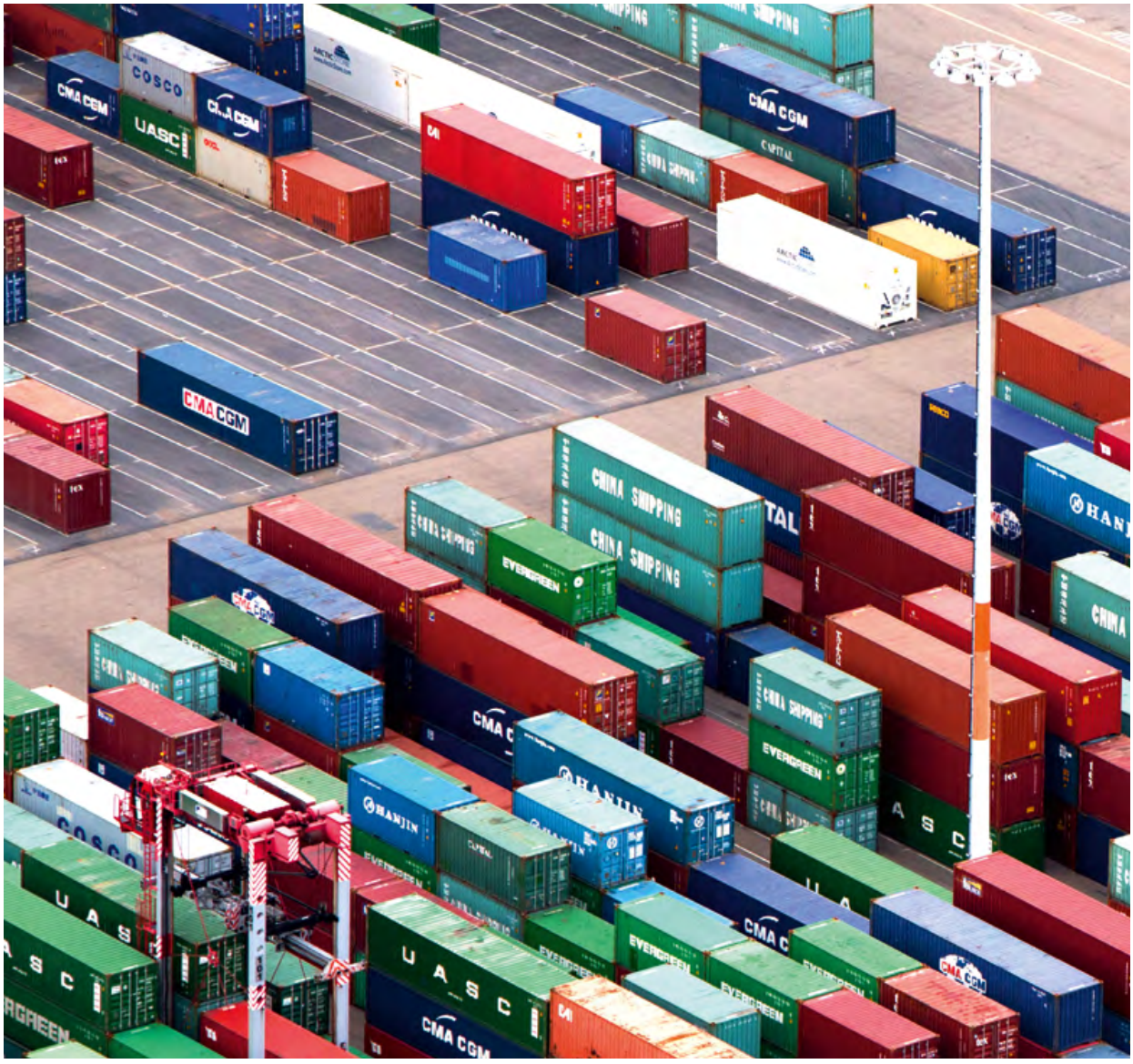
cience opérationnelle, MGI travaille enfin à une mise en réseau avec d'autres sociétés, notamment en Méditerranée, autour du projet Data Mare Nostrum : «*Nous cherchons à nous connecter avec différentes sociétés comme la nôtre en Tunisie, en Algérie, au Maroc, en Espagne, et en Italie pour échanger de l'information entre ports*». C'est également pour répondre à cet objectif de pilotage de la performance que Soget a lancé en juin 2020, en collaboration avec Haropa, dans son PCS S)One, le module de visualisation et d'analyse dynamique de la performance du passage portuaire My KPIs. Basé sur des technologies business intelligence de Microsoft, cet outil d'aide à la décision permet d'accéder à la performance moyenne du passage de la marchandise sur la place portuaire. Mais il va également plus loin en proposant aux entreprises de mesurer, visualiser et piloter leur propre performance individuelle. «*À partir d'un outil d'échange d'informations, de production et de sécurisation, le PCS, les clients souhaitent avoir des nouvelles fonctionnalités liées à la prédictibilité des flux, les KPIs, l'IA. Nous avons beaucoup de services qui ont évolué autour de cette capacité à suivre ces flux et analyser leur performance par rapport à la moyenne portuaire ou à d'autres flux*», explique Hervé Cornède.

> « Des nouvelles technologies qui vont apporter aux acteurs de la place portuaire visibilité de l'information, réactivité et prédictibilité. »

AMÉLIORER LE PROCESS MÉTIER

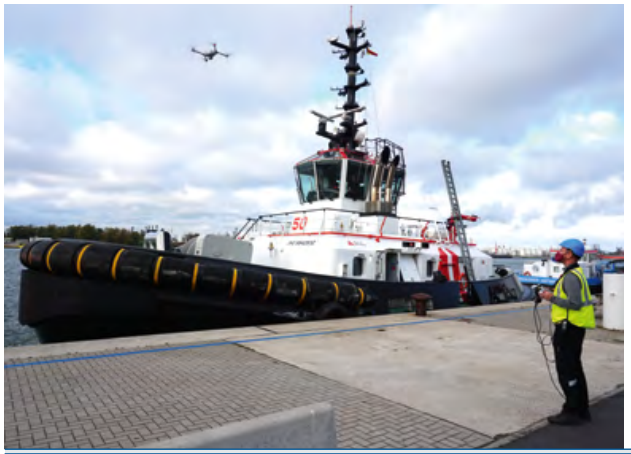
Des nouvelles technologies qui, de manière générale, vont apporter aux acteurs de la place portuaire visibilité de l'information, réactivité et prédictibilité. «*Tout ce qui permettra d'améliorer ces trois critères là sera positif pour les ports*», juge Fabien Becquelin, directeur opérationnel de la fédération Norlink. Pour autant, il ne s'agit pas seulement de vouloir ces nouvelles technologies pour s'en emparer avec efficacité : «*L'essentiel porte sur la manière dont vous allez apporter de la valeur en les utilisant, comment vous allez améliorer le process métier de vos clients. Un PCS est déjà un concept*

de Blockchain en tant que tel puisque les informations sont sécurisées. Avec l'IA ensuite injectée, vous allez améliorer vos process et apporter plus de facilité au client. Le secteur mondial du transport logistique maritime et portuaire est très mature et équipé. Nous nous adaptons à ses systèmes et non le contraire… », juge Hervé Cornède. Des nouvelles technologies, oui, mais si elles apportent de la valeur ajoutée dans les process métiers et améliore la fluidité. Et cette amélioration passe également par la poursuite de la dématérialisation des documents : « *À l'international par exemple, nous réalisons des connexions avec les banques, nous dématérialisons les licences d'importation, les points de passages aux frontières terrestres, les permis miniers…* », illustre-t-il. CFNR Transport s'attelle justement à cette dématérialisation complète des factures, projet qu'elle compte finaliser courant 2021 dans le cadre du déploiement d'une GED (gestion électronique des données) pour l'ensemble de ses activités. « *L'établissement de Nancy Port a servi de test pour ensuite étudier sa mise en place sur tout le périmètre des activités CFNR Transport* », indique Jean-Marc Thomas, directeur général de l'entreprise.



© Vincent Milan / Le Havre.

À leur échelle, les acteurs de la place portuaire travaillent ainsi chacun à faire de la digitalisation un levier de croissance : *« Plusieurs actions ont d'ores et déjà été mises en place afin de permettre aux clients du groupe de bénéficier des meilleures innovations technologiques mondiales en matière de Blockchain, d'IA, d'IoT, etc. C'est le cas notamment avec My CMA CGM, notre plateforme 100 % digitale qui permet au client de gérer l'intégralité du cycle de transport en ligne »*, décrit le groupe. Quant à Contargo, il entend déployer l'année prochaine son propre système informatique privatif COLA (Contargo Open Logistics Apps), en test depuis deux ans. Objectif : que l'ensemble de ses 25 terminaux soient équipés d'ici fin 2022 pour *« driver toute l'Europe avec le même système d'information de plus en plus connecté vers l'extérieur avec des applications pour les chauffeurs leur permettant des prises de rendez-vous sur les terminaux, etc. »*, détaille Gilbert Bredel, président de Contargo North France, rappelant néanmoins que *« tout n'est pas digitalisable. Mais nous allons continuer à développer l'échange de données en remontant la chaîne vers les chargeurs et nos transporteurs »*. ■



© Port d'Anvers.

DES INNOVATIONS AU PORT D'ANVERS

« Le port d'Anvers, c'est 238 millions de tonnes de fret maritime sur 12 038 hectares », rappelait Erwin Verstraelen, chief digital and innovation officer du port belge en préambule d'un webinaire, le 28 septembre 2020, consacré à ses projets récents visant à la fois transition énergétique et innovations technologiques. Parmi les dernières innovations : l'adoption d'un bracelet numérique de distanciation sociale, conçu par la société de technologie numérique Rombit et testé en avant-première durant la crise sanitaire. L'entreprise travaille par ailleurs avec le port d'Anvers à un système de caméra intelligente, pouvant également s'appuyer sur des drones, et *« permettant de contrôler la gestion des flux de trafic avec reconnaissance des camions, trains et navires, prédiction de congestion ou encore taux d'occupation des quais, mais aussi la détection d'anomalies, notamment avec l'inspection des potentiels dommages sur les actifs »*, explique John Baekelmans, PDG de Rombit. Autre « use case » présenté, celui de la détection des marées noires à l'aide de drones, expérimentés avec l'université d'Anvers : *« Il s'agit de la meilleure technologie à utiliser pour détecter, jour et nuit, les déversements de pétrole et observer leurs trajectoires »*, détaille Thomas De Kerf, chercheur à l'université. Le 30 octobre 2020, le port annonçait à ce sujet le déploiement de drones afin d'assurer la sécurité et de renforcer les contrôles dans la zone portuaire : *« Ils seront déployés lors de contrôles réguliers, mais également en cas d'incidents liés au pétrole (marée noire) afin d'avoir rapidement un aperçu de la situation. Le matériel visuel capté sera par ailleurs utilisé par l'université d'Anvers afin de générer des algorithmes pour détecter automatiquement les évènements de ce type à l'avenir »*. Enfin, Seafar était venu présenter sa technologie consistant à commander à distance les barges et navires automatisés pour la navigation intérieure et le transport maritime de courte distance. Un dispositif dont le port d'Anvers a été le premier contrat commercial. *« Plusieurs navires sans pilote peuvent être surveillés et contrôlés par un seul opérateur à terre via le Shore Control Center. Cela offre une solution à la pénurie d'équipage dans le secteur de la navigation intérieure et améliore l'efficacité opérationnelle »*, indique le PDG de Seafar, Louis-Robert Cool.

Dossier réalisé par Émilien Villeroy.

L'OMS S'INSTALLE DANS LES SUPPLY CHAINS OMNICANALES

Si certains utilisateurs bénéficient de ses services depuis de nombreuses années, l'OMS (Order management system) a récemment accéléré sa démocratisation face aux mutations omnicanales opérées par les distributeurs et acteurs du retail. Avec de multiples déploiements qui démontrent toute sa pertinence.

© Sol Stock – iStock.

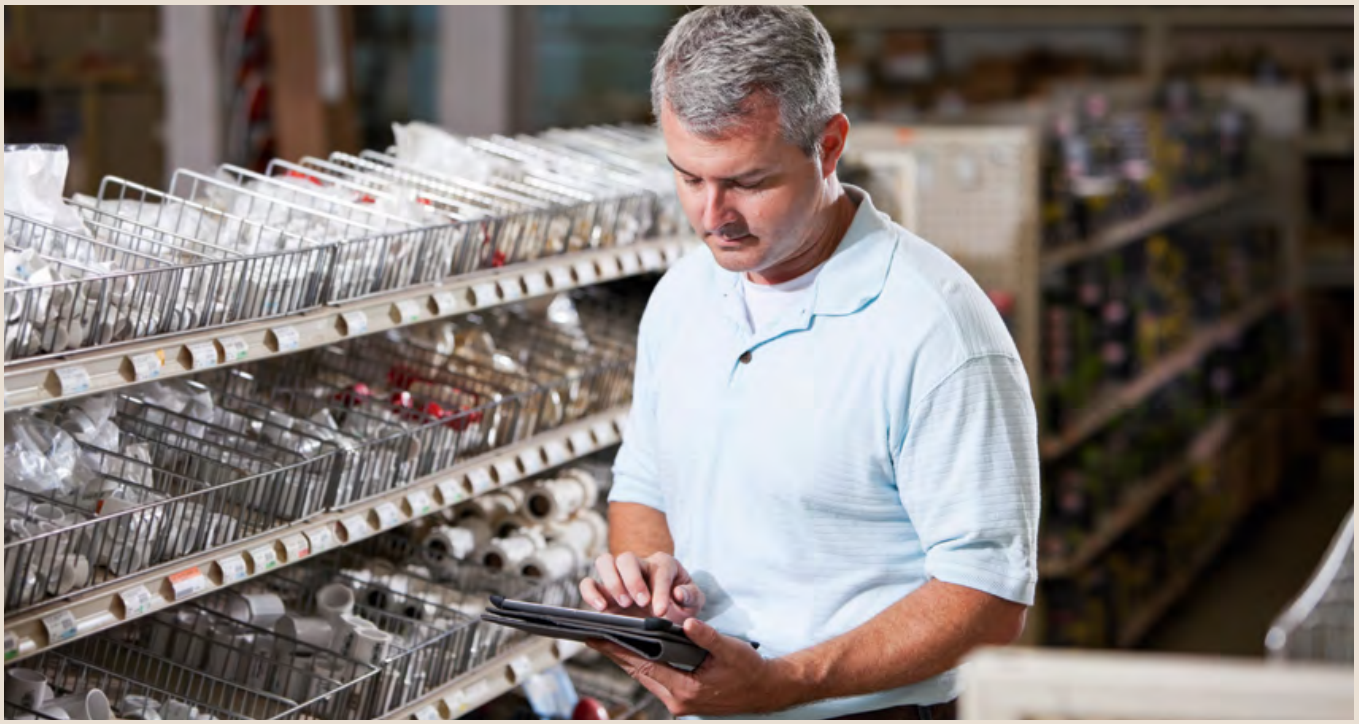
Commerce physique ou commerce digital ? Alors que la crise sanitaire a fait exploser les chiffres du e-commerce en rabotant ceux des magasins, que les clients veulent toujours plus de service et de visibilité dans leur parcours d'achat, et que les organisations logistiques doivent se plier à des impératifs de flexibilité cruciaux, l'heure n'est plus au choix pour les retailers, mais à l'action, au décloisonnement et à l'optimisation. Et pour réussir à piloter l'ensemble de leurs flux, nombre d'entreprises s'équipent de solutions OMS (Order management system), dont le but est d'orchestrer de façon intelligente et en temps réel l'attribution des commandes pour l'ensemble de leur supply chain. «*L'OMS est capable non seulement de traiter les flux entrepôts et magasins en synergie, mais de créer des interactions nouvelles*», résume Abdessalam Khobiza, directeur édition software chez Savoye. Si cette notion de gestion de commandes multi-site pouvait déjà être proposée par le passé au sein de certaines solutions plus généralistes (ERP ou systèmes internes d'allocation de commandes), ses applications étaient globalement assez rudi-

© Orbon Alija – iStock.

mentaires juge Yann Le Peron, business solutions director chez Manhattan Associates : «*Elles permettaient d'avoir des règles simples de pilotage d'un entrepôt à l'autre, mais arrivaient clairement à leurs limites. Et cela s'est accentué avec les évolutions des habitudes des clients, cherchant plus de flexibilité dans les modes de livraison, mais aussi une immédiateté de la connaissance : le produit est-il disponible, quand me sera-t-il livré ?*». «*L'OMS met en place des règles d'affectation qui ne faisaient pas partie des ERP ou des WMS. Il vient se placer entre eux et permet une vision globale de l'écosystème*», note Abdessalam Khobiza. L'OMS s'érige donc comme acteur central dans l'architecture de l'entreprise, faisant le lien avec les systèmes WMS de gestion de stock, l'ERP, mais aussi les points de ventes qui vont mettre à disposition leurs quantités disponibles, tout en intégrant des fournisseurs et partenaires.

Endless aisle et ship-from-store

Au-delà du pilotage, c'est dans son rôle de vigie de l'omnicanalité que se distingue l'OMS, apportant une vision globale des stocks, réunis quel que soit leur canal de distribution, en entrepôt ou en magasin. «*Il faut tendre vers l'unification des données, afin de créer une image complète et commercialisable du stock, capable d'être poussée vers les points de prise de commandes (site web, magasins), avec des effets immédiats : davantage de disponibilité des produits et une promesse de livraison plus fiable*», précise Stephen Doucet, senior business developer chez OneStock. De quoi pouvoir répondre à tout type de demande du client. Tout d'abord, les commandes e-commerce faites depuis un magasin, pour un produit qui n'est pas disponible dans la boutique. C'est la notion d'order-in-store et d'endless aisle. Ce type de service permet de multiplier les canaux de ventes et d'éviter l'insatisfaction en boutique, l'OMS fournissant des informations de disponibilités ou de délais de livraison au vendeur et à son client. Un moyen également de décupler l'offre en magasin. À l'inverse, on trouve des commandes e-commerce dont l'expédition a pour origine un des magasins, au plus près du client, avec le concept de ship-from-store, qui se développe fortement, et souvent via des projets rapides : «*En connectant l'OMS à un simple back-office retail, nous pouvons mettre en place du ship-from-store en quelques jours. Aux États-Unis, pendant la crise sanitaire, nous avons pu accompagner un client dont l'entrepôt*



© kali9 - iStock.

avait dû fermer, afin de continuer à vendre en ligne depuis ses boutiques. Grâce aux stocks de quelques magasins, ils ont pu poursuivre leur activité», raconte Yann Le Peron. Plus généralement, l'OMS permet de déployer facilement de nouveaux services désormais courants dans le monde du retail : click-and-collect ou encore e-réservation. «*Tout magasin peut devenir un lieu de réception, de préparation, d'enlèvement ou de livraison grâce à l'OMS*», résume Abdessalam Khobiza. Des offres d'autant plus cruciales alors que la crise sanitaire change les habitudes des consommateurs, avec un attrait plus fort pour le drive piéton ou la collecte de commandes sans contact.

Des bénéfices en cascade

Pour les retailers, les avantages sont multiples. La vision globale sur les stocks permet d'offrir un plus grand assortiment, principalement pour le e-commerce, entrainant davantage de ventes et une amélioration de rotation des stocks si le ship-from-store est activé. «*Nous avons un grand client dans le bricolage qui avait mis en place l'OMS il y a plusieurs années pour son entrepôt e-commerce, afin de vendre quelques milliers de références. Peu à peu, il a ajouté des magasins à cette offre web. Cela a décuplé la disponibilité des produits en ligne, et fait grandement monter les ventes*», évoque Yann Le Peron. La gestion des collections pour la mode est ainsi optimisée, avec la réduction des stocks dormants en fin de saison. Le délai de livraison pour l'e-commerce peut aussi être diminué : «*Pour ses livraisons e-commerce vers un pays de l'Europe du Sud, un de nos clients du luxe a pu s'appuyer sur notre OMS et le ship-from-store pour faire livrer les produits depuis des boutiques dans un pays limitrophe, ce qui a réduit fortement la distance et la durée du transport. Plus généralement, les retailers ont des emplacements en plein centre-ville, et c'est une manière pour eux de rentabiliser les coûts fixes du magasin en contrecarrant les pure players e-commerce pour les livraisons express dans les grandes villes*», raconte Yves-Alain Ligault, chef de produit omnichannel chez Cegid Group. Même cas de figure avec un client dans le luxe chez Manhattan Associates qui, pour ses livraisons en Australie, a décidé de prioriser les expéditions depuis ses boutiques dans le pays plutôt que depuis ses entrepôts situés en Asie et Europe, afin d'avoir des livraisons plus rapides et un coût d'expédition réduit. En effet, l'OMS, grâce à la force de son algorithme, va optimiser la façon dont certaines demandes vont être allouées et sourcées, depuis un site par rapport à un autre, selon un ensemble de critères : proximité, coût de préparation, capacité des sites à traiter la commande (afin d'éviter toute saturation, l'OMS pouvant également permettre d'occuper les heures creuses des magasins), niveau de stock (avec pour objectif de limiter le nombre de colis envoyés et ainsi réduire les coûts en choisissant un site ayant l'intégralité de la commande), ou encore l'empreinte carbone. «*L'OMS est dans un dialogue permanent entre les différents sites du réseau de distribution, les fournisseurs et les partenaires pour adapter la disponibilité aux différents niveaux de service que l'on souhaite proposer aux clients*», résume Yann Le Peron. Selon Manhattan Associates, la mise en place de cet outil peut

débloquer entre 10 à 30 % de revenus supplémentaires pour les retailers, avec 20 à 30 % des commandes e-commerce basculant en ship-from-store.

Une installation en plusieurs temps

Comment mettre en place efficacement un OMS aujourd'hui dans son organisation logistique ? Il faut d'abord impérativement pouvoir s'appuyer sur un système d'information fiable, avec lequel il va venir s'interfacer, car sans les bonnes données, il sera difficile d'orienter les commandes. *« C'est un outil qui s'appuie sur les informations issues des autres systèmes, d'où la nécessité de travailler l'interfaçage et la fiabilité des données reçues »*, prévient Abdessalam Khobiza. Un problème réglé du côté de Cegid puisque son offre OMS ne s'adresse qu'aux utilisateurs de ses autres solutions pour le retail. *« La base d'un OMS est d'avoir une seule version de la vérité, et en s'appuyant sur notre propre ERP, nous avons de facto toutes les informations nécessaires (stocks, clients, commandes, etc.). Mais il faut aussi aller chercher la data plus loin, chez les prestataires et les fournisseurs »*, note Yves-Alain Ligault. Cependant, il n'est pas nécessaire d'avoir une vision end-to-end de sa supply chain pour mettre en place un OMS : *« C'est un déploiement progressif. Il faut débuter par un périmètre bien défini en termes de couverture fonctionnelle. De manière générale et afin de minimiser les risques, nous sollicitons d'abord les volets de gestion de stock et d'orchestration des commandes. Puis, dans un deuxième temps, on peut attaquer la gestion de ressources, c'est-à-dire la capacité de préparation des entrepôts et les interactions avec les flux transport TMS. Le gain vient de manière progressive et sécurisée »*, explique Abdessalam Khobiza. Il est également nécessaire d'équiper ses magasins et de travailler avec les équipes afin de les préparer à ses nouveaux flux. *« Il faut les accompagner dans leur digitalisation : on peut débuter par du click-and-collect, où ils reçoivent et remettent simplement au client des colis e-commerce reçus depuis un entrepôt, puis aller vers l'e-réservation, où ils préparent les commandes eux-mêmes avant retrait en magasin, et enfin déboucher vers le ship-from-store, où ils réalisent le cycle logistique complet avec prise en charge de l'expédition »*, détaille Yves-Alain Ligault. Pour cela, il s'agit de déployer l'OMS au sein du point de vente, avec des interfaces simples, via lesquelles le personnel pourra valider les commandes qui lui sont transmises par la solution, avec une vision collaborative. Enfin, clé de voute du système, son paramétrage le plus fin possible, pouvant s'appuyer sur différents éléments selon les entreprises : *« Notre solution propose des interfaces graphiques pour gérer et modifier ces paramètres pour un type de commande, une marque, un pays, ou un canal bien précis. On peut définir quel type de stock et quel volume va être mis à disposition et définir des priorités entre entrepôts et boutiques. Il s'agit de problématiques supply chain, mais qui peuvent aussi être commerciales : on peut préserver des stocks en magasin, par exemple dans le contexte d'une promotion, pour éviter que le e-commerce ne les cannibalise »*, précise Yann Le Peron. ■

> « Il faut d'abord pouvoir s'appuyer sur un système d'information fiable, avec lequel l'OMS va venir s'interfacer, car sans les bonnes données, il sera difficile d'orienter les commandes. »

UN OUTIL ÉGALEMENT BTOB

Si le profil des utilisateurs de l'OMS est principalement celui des acteurs du retail et de la distribution ayant une activité BtoC, certaines entreprises du BtoB s'en équipent également. C'est le cas chez Manhattan Associates, avec un client spécialisé dans la vente en ligne de pièces détachées pour professionnels. *« Aujourd'hui, les pratiques du BtoC s'appliquent au BtoB qui veut offrir les mêmes services. Pour ce grossiste, il s'agissait de sourcer et identifier le meilleur site parmi un réseau d'entrepôts aux Pays-Bas, en France, et en Allemagne, capable de livrer la même pièce, tout en offrant des dates de livraisons plus fiables aux clients finaux »*, note Yann Le Peron. Un cas client qui a nécessité de mettre l'OMS en interface avec les stocks fournisseurs, face à des flux principalement organisés en drop-shipping. Dans ce cas de figure, l'OMS est ainsi capable de passer par l'ERP pour réaliser les commandes fournisseurs nécessaires.

© Cegid

CEGID COMPLÈTE SON OFFRE OMS AVEC LE MODULE DOM

L'éditeur d'ERP a récemment dévoilé son nouveau module Distributed Order Management (DOM), qui vient compléter une offre OMS présente dans ses solutions depuis une dizaine d'années.

Adresser les besoins logiciels du monde du retail, voilà une des spécialités de l'éditeur Cegid, proposant son ERP Retail à des enseignes à l'international. Et au sein de ses solutions, un module OMS était présent depuis déjà une dizaine d'années, permettant de répondre aux besoins d'interactions entre commerce physique et digital, et d'orchestrer la supply chain. «*Nos solutions d'OMS sont déployées chez près de 300 clients et 1 000 marques dans un ensemble de 75 pays. Cegid Retail équipe au total 70 000 boutiques*», détaille Yves-Alain Ligault, chef de produit omnichannel chez Cegid Group. Pour l'éditeur cependant, il était temps d'aller plus loin. «*Il nous manquait une forme d'intelligence qui vienne toucher à l'optimisation des flux et de l'expédition. Nous avons donc travaillé pendant un an et demi à la création du module DOM, Distributed Order Management, qui est une évolution de notre solution d'OMS, développée pour tenir compte des particularités du retail*», raconte Yves-Alain Ligault.

PRIORISER LES BOUTIQUES PERTINENTES

Concrètement, la solution permet d'orchestrer les commandes reçues sur les différents canaux de vente en calculant à chaque fois le lieu d'expédition le plus rapide et efficace. «*Le module prend en compte des paramètres tels que la proximité du client, le type de livraison et le délai demandé, ou l'optimisation des coûts. De ces informations, DOM tire une liste priorisée de boutiques les plus pertinentes pour traiter la commande*». Placé en interface directe avec le point de vente, le module DOM va communiquer avec la boutique qu'il a sélectionnée via une demande de confirmation envoyée sur une application web. «*Cet aspect collaboratif permet de prendre en compte les limites du retail en terme de disponibilité des produits, qui est beaucoup plus incertaine qu'en entrepôt*». Et si une boutique préfère refuser la commande, le DOM va alors l'adresser à un autre point de vente de sa liste. Une solution simple et rapide à déployer (trois semaines en moyenne), que Cegid a souhaité facile à paramétrer par les utilisateurs selon leurs choix métiers. «*Chaque enseigne peut choisir si elle accepte l'envoi d'une commande en plusieurs colis ou pas. Certains acteurs du luxe décideront de servir à tout prix, peu importe le coût d'envoi. Pour d'autres plus grand public, la rentabilité de la vente sera privilégiée par l'envoi unique*», note Yves-Alain Ligault. Avec DOM, Cegid s'adresse exclusivement à sa base clients, mais plus particulièrement aux acteurs souhaitant s'équiper de solutions tournées vers le ship-from-store. Avec des bénéfices aussi bien pour le client, qui gagne un accès à des stocks jusqu'alors peu visibles, que pour le retailer qui peut y trouver du chiffre d'affaires additionnel. «*Parfois pris au dépourvu au début du confinement, et aujourd'hui confrontés à un reconfinement, nos clients se montrent très intéressés par cette solution qui permet de mieux exploiter le stock magasins*», résume Yves-Alain Ligault. ■

© LDProd – iStock.

APRÈS LE RACHAT DE SOCLOZ, SAVOYE VEUT ÊTRE EXPERT DU BTOB ET DU BTOC

En février 2020, Savoye faisait l'acquisition de SoCloz, spécialiste des plateformes logicielles omnicanales SaaS pour le retail. Un rapprochement qui lui permet d'étoffer son expertise vers le BtoC.

Voilà maintenant sept ans que Savoye intègre l'OMS dans son catalogue de solutions. D'abord orienté vers la gestion multi-site, l'éditeur a renforcé son offre pour aller vers la vision globale des stocks et répondre aux problématiques du e-commerce en pleine croissance. «*L'arrivée du click & collect a créé une nouvelle complexité, et de nouvelles opportunités, pour les schémas logistiques. Nous sommes parfois dans une vision BtoBtoC : une préparation de commandes individuelle venant d'un entrepôt et allant vers un magasin. Un modèle devenu partie intégrante des points de préparation avec la montée du ship-from-store*», estime Abdessalam Khobiza, directeur édition software chez Savoye. Autant de mutations qui ont amené Savoye à faire l'acquisition, en février 2020, de SoCloz, spécialiste des plateformes logicielles omnicanales SaaS pour le retail. Créée il y a huit ans, l'entreprise équipe des enseignes comme Naf Naf, Monoprix ou encore Maisons du Monde, sur un réseau de plus de 30000 magasins dans 18 pays. «*Cela nous a permis d'élargir le champ d'action de notre OMS pour intégrer les boutiques, en créant un projet de convergence de nos deux solutions vers une offre unique et globale*». L'occasion pour Savoye de proposer une offre complémentaire : une plateforme permettant l'encaissement et la gestion des commandes magasin, et une solution OMS qui se spécialise plutôt dans l'orchestration depuis les plateformes logistiques jusqu'au client final en passant par les différents canaux de distributions. «*Nous sommes en pleine construction de notre offre afin de devenir les références de la logistique BtoB et BtoC. La logistique dépasse l'entrepôt et l'OMS global s'impose dans l'accompagnement de ces changements. Nous visons tout particulièrement les prestataires logistiques dans le textile, ou les chargeurs axés sur les produits d'outillage et de la maison, souhaitant s'appuyer sur leurs réseaux de magasins*», détaille Abdessalam Khobiza. Côté SoCloz, ce rapprochement permettra d'accélérer la commercialisation de ses solutions en s'appuyant sur le réseau mondial de Savoye. ■

MAJE, L'OCCITANE, LACOSTE : RÉCITS DE TRANSFORMATIONS

Accompagnant des retailers sur le sujet de l'OMS depuis bientôt une décennie, Manhattan Associates peut s'appuyer sur de nombreux cas clients auprès d'enseignes mondiales comme Maje, L'Occitane ou Lacoste.

CHEZ MAJE, L'OPTIMISATION DU STOCK EN LIGNE DE MIRE

«Dans notre industrie, il faut avoir le bon produit, au bon moment et au bon endroit, pour le bon client». Ces mots d'Isabelle Guichot, CEO de l'enseigne de mode Maje résument bien les enjeux de l'omnicanalité pour les retailers, face à une consommation où les barrières entre digital et retail ont été brisées. *«Le client ne fait pas de différence entre digital et physique : il trouve un produit en ligne et va l'acheter en magasin, et vice-versa. L'idée est d'avoir une expérience d'achat fluide, avec des services différenciants : la livraison en deux heures, les échanges des commandes e-commerce en magasin, etc. Il est donc primordial d'optimiser le contrôle de notre niveau de stock et de décompartimenter nos activités»*, précise-t-elle. Des mutations pour lesquelles Maje s'est appuyée sur l'OMS de Manhattan Associates, déployé après deux ans de préparation sur un nombre limité de boutiques en France, et qui a permis à l'enseigne d'activer le ship-from-store pour ses clients. *«D'un point de vue retail, l'impact est fort pour nos équipes terrain. C'est une façon d'aller au-delà des murs du magasin et de penser comme une marque mondiale. On mesure une performance globale au sein d'un réseau réunissant digital et physique»*, note Isabelle Guichot, estimant que les équipes ont pu être convaincue par ce changement de paradigme grâce à une technologie *«au service de leur performance et du client»*. Concrètement, les commandes e-commerce arrivent en magasin et sont prises en charge par un collaborateur qui contrôle le niveau de stock via un terminal mobile, traite la commande (avec plusieurs étapes de vérification pour éviter toute erreur) et la prépare pour l'expédition. Aujourd'hui, Maje souhaite prolonger le déploiement de la solution sur un réseau de magasins plus large en France et dans d'autres pays européens. Parallèlement, les autres marques sœurs de Maje au sein du groupe SMCP (Sandro et Claudie Pierlot) vont également lancer des projets similaires sur leurs réseaux.

© maje Paris.

© Saša Djelic – iStock.

L'OCCITANE EN PROVENCE DÉVELOPPE SON OMNICANALITÉ

Avec un réseau mondial de plus 3400 boutiques, L'Occitane rayonne dans 90 pays, assurant sa logistique depuis sa plateforme de Manosque (04) et des hubs logistiques par région. Pour poursuivre son développement, L'Occitane a repensé son organisation et sa stratégie autour de deux thématiques : une approche centrée client et un travail pour devenir champion de la durabilité. Si le second axe se développe avec la volonté d'éviter tout emballage plastique inutile d'ici 2025, le premier se déploie lui via une stratégie omnicanale débutée en 2013 avec du click-and-collect. La première étape avant une refonte logistique qui a nécessité l'unification des entrepôts e-commerce et des magasins afin de proposer des stocks unifiés et une visibilité totale sur les produits. Ce changement d'organisation a été mis en place en 2019, avec l'aide de l'outil Manhattan Active Omni et a permis de lancer le ship-from-store du côté des États-Unis et du Canada. Logique, puisque l'activité e-commerce représente pas loin de 30 % du chiffre d'affaires du groupe aux États-Unis avec un réseau de 300 magasins.

LACOSTE, UN CLIENT HISTORIQUE

Précurseur sur le sujet de l'omnicanalité, Lacoste s'est équipé des solutions OMS de Manhattan Associates dans des dizaines de pays depuis 2013, lui permettant d'augmenter ses volumes de vente avec le déploiement d'offres click & collect et ship-from-store. «*Jusqu'ici, Lacoste était équipé de l'ancienne version de notre OMS. Nous avons donc récemment fait la conversion vers notre nouvelle plateforme cloud-native, qui ne nécessite plus de montée de version*», explique Yann Le Peron, business solutions director chez Manhattan Associate. Mû par une volonté d'indépendance sur le contrôle de son omnicanalité, Lacoste s'est appuyé sur une digital factory interne, qui regroupe des experts des technologies numériques, et lui a permis d'adapter le modèle de base de son OMS selon les différentes régions du monde (Europe, Amérique du nord, Asie, Afrique du Sud). «*Ils sont complètement autonomes sur le sujet. C'est un élément important pour nous, car il faut que le client puisse garder la main sur ce sujet et soit capable de déployer des projets omnicanaux dans d'autres périmètres que celui de départ. Lacoste est l'exemple parfait de cette stratégie*», juge Yann Le Peron. ■

CHEZ GPE, L'OMNI-CANALITÉ PERMISE PAR ONESTOCK

Regroupant les marques d'habillement pour enfants Sergent Major, Du Pareil au Même et Natalys, le groupe GPE a fait appel aux solutions de OneStock pour bénéficier d'un stock unifié sur ses entrepôts et points de vente. Un projet omnicanal aux multiples bénéfices.

Trois marques, plus de 1000 points de vente, 3500 collaborateurs… D'évolutions en acquisitions, le groupe français Générale pour l'Enfant (GPE) est devenu un acteur important de l'habillement destiné aux plus jeunes, avec ses enseignes Sergent Major, Natalys (acquise en 2006) et Du Pareil au Même (acquise en 2016), affichant 400 millions d'euros de ventes nettes et une croissance de 69 % sur la période 2015-2018. «*Nous avons trois marques avec des positionnements et des prix différents. Mais il y a deux ans, nous avons décidé de devenir un groupe totalement omnicanal, afin de proposer à nos clients une expérience phygitale*», résume Rida Temcamani, chef de groupe information et transformation de Sergent Major, Du Pareil au Même et Natalys. «*L'idée était d'unifier la démarche avec un déploiement pensé pour les trois marques. Jusqu'ici, nous avions une culture magasin très forte, et il était nécessaire d'accélérer sur la digitalisation et l'omnicanalité. Nous avions pris du retard sur le click-and-collect ou la e-réservation*», confirme Lydia Belmondo, responsable réseau France de Sergent Major.

Vision 360°

Cherchant à affuter son offre, GPE se rapproche alors de OneStock et de ses solutions OMS. Un choix fait à l'issue d'un appel d'offres, le groupe ayant été convaincu par la couverture fonctionnelle de la solution, qui proposait un time-to-market assez rapide, ainsi que par son utilisation, avec des interfaces point de vente faciles à appréhender par les équipes. Et si la volonté de développer de nouveaux services était au cœur de ce projet de transformation, le groupe a pu aller plus loin en visant un stock unifié. «*L'objectif était d'avoir une vision à 360° pour améliorer le business des trois marques*», résume Lydia Belmondo. Pour mener à bien ce projet de transformation, GPE s'est s'appuyé sur l'ensemble de sa direction. Une façon de montrer qu'au delà des problématiques supply chain, IT ou digitale, c'est bien la stratégie globale du groupe et de ses trois marques qui était en jeu. «*Il était crucial d'impliquer beaucoup de monde, et que le projet soit porté par la direction de chaque marque auprès de leurs équipes. Il fallait rendre le projet transverse, et tenir compte des contraintes, des impacts et de la vision de chaque département*», souligne Rida Temcamani.

Arbitrer le meilleur scénario

Installée au sein de la supply chain de GPE en l'espace de huit mois (cinq mois de pilote et trois mois de déploiement en magasin), la solution de OneStock exécute ses règles d'orchestration depuis les commandes reçues par l'ERP pour la partie entrepôt et depuis la plateforme e-commerce Salesforce. «*L'OMS arbitre le meilleur scénario selon un ensemble de règles données : faut-il mieux partir d'un entrepôt, d'un magasin ? Faut-il diviser la commande en plusieurs envois ? OneStock a un rôle de chef d'orchestre sur le cycle de la commande*», résume Rida Temcamani. Et cette vision globale sur les stocks, les flux et la disponibilité de chaque maillon de la supply chain a permis de déployer massivement de nouveaux services : aujourd'hui, 50 % des colis sont retirés en click & collect et en moyenne 33 % des commandes

e-commerce sont expédiées depuis des magasins en ship-from-store. «*De manière générale, la première boutique capable de capter la commande la traite. Certaines sont évidemment priorisées si elles sont les seules à avoir le produit. Une fois la commande validée, elle est préparée dans des supports d'expédition, puis une demande de pick-up est transmise à notre partenaire Chronopost*», détaille Lydia Belmondo. Et pour accompagner les boutiques dans cette démarche, GPE a décidé de repenser sa culture magasin. «*Nous avons mis au point une redistribution du chiffre d'affaires e-commerce vers les magasins qui font du ship-from-store. Cela crée de l'émulation, car les magasins peuvent aller chercher du résultat dans un contexte de fréquentation en baisse pour les boutiques. Avoir une rémunération adéquate est un rouage essentiel pour faire adhérer les équipes*», assure Lydia Belmondo, qui précise que ce travail a également été réalisé auprès des succursales et des affiliés, qui représentent 23 % du parc de magasins Sergent Major. Plus globalement, la mise en place de l'OMS et du ship-from-store a été l'occasion de repenser les stocks des points de vente. «*Nous pouvons assainir les stocks dormants ou rendre les inventaires magasins plus tournants*». Le système OMS fonctionne avec un ensemble de règles et de paramétrages que GPE a mis dans les mains de ses chefs de région. «*On peut décider de déstocker certains magasins en priorité, ou de limiter les demandes vers des points de vente où nous sentons que l'activité physique est trop importante. Nous réfléchissons aussi en termes de marges par rapport au coût de transport, car l'envoi depuis un entrepôt ou un magasin n'a pas le même prix*», raconte Lydia Belmondo.

© Natalys.

© Du Pareil au même.

© Natalys.

© Sergent Major.

Des développements européens

Équipé depuis un an, le groupe note les multiples bénéfices apportés par la solution OMS sur son organisation. «*Nous voyons le ship-from-store et le stock unifié comme des instruments de pilotage, et ils sont pris en compte dans le cycle de décision d'une saison, quand nous réfléchissons politique d'achat ou allocation de stock magasin. Exposer ce dernier à la vente en ligne a eu également un impact sur les ventes e-commerce, avec des croissances à deux chiffres depuis deux ans. Enfin, nous avons réduit les délais de livraisons*», détaille Lydia Belmondo. Et le groupe continue d'avancer sur le sujet : en plus du déploiement de l'order-in-store dans ses boutiques en France (un sujet pour lequel «*l'interface avec OneStock est déjà prête*»), il souhaite adresser prochainement la question de la e-réservation et du ship-from-store dans l'ensemble des cinq pays européens où ses enseignes sont présentes. «*Il nous faudra vérifier la capacité des transporteurs à réaliser ce type de prestation : c'est le cas en Allemagne où ces offres sont démocratisées, mais pas en Belgique par exemple. Nous adaptons donc notre road map omnicanale en fonction des acteurs locaux. Mais les magasins sont impatients de démarrer*». ■

CRÉÉE EN 2001, AFILOG EST UNE ASSOCIATION QUI RÉUNIT LES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER LOGISTIQUE ET LES ACTEURS DE LA SUPPLY CHAIN

TRIBUNE DE CLAUDE SAMSON, PRÉSIDENT D'AFILOG

ENTREPÔTS : **QUAND L'ORAGE DES PASSIONS SE DÉCHAÎNE**

© D.R.

Aussi invisible pour les citoyens que pour les décideurs publics depuis des décennies, voilà que la logistique se trouve aujourd'hui sous les feux de la rampe. Qui l'eût cru. Mais qu'en dit-on précisément d'ailleurs ? Les projecteurs la mettent en lumière avec des faisceaux embrassant une très large palette émotionnelle et tout un lot d'approximations, d'amalgames et de superlatifs. Du stockage de la dernière Playstation jusqu'à la distribution d'un vaccin si attendu, plus un jour ne se passe sans qu'un élu politique s'insurge contre la logistique et qu'un nouveau hashtag se crée (#NoëlSansAmazon). Rien de nouveau sous le soleil de ces projecteurs médiatiques puisque cette année déjà, la convention citoyenne formulait quelques propositions pour affaiblir l'activité des entrepôts, comme si interdire les allumettes permettrait de lutter contre le tabagisme.

Pourtant, Noël venant, chacun d'entre nous commence à réfléchir à la façon dont il pourra offrir un cadeau personnel et intime à un proche éloigné, avec un confinement qui se prolonge. Cette même logistique qui est continuellement fustigée, confondue avec le e-commerce et les géants du numérique, nous sera pourtant bien utile. Les entrepôts et les camions également. Dès lors, force est de reconnaître que nous ne sommes pas bousculés par un amas de solutions. Une première d'entre elle consisterait à laisser le débat se dérouler très tranquillement y compris avec sa part d'irrationnel, en croisant les doigts pour que l'issue ne porte pas atteinte trop violemment à notre activité. Une autre, plus fidèle au panache français ainsi qu'à notre capacité de se réunir autour d'une table pour trouver des réponses communes, repose sur le dialogue avec ceux-là mêmes qui sont les plus véhéments à notre égard. Pour cela, un effort collectif est nécessaire ! Si par nature, mais aussi dans l'exercice de mon mandat de président d'Afilog, j'ai pour habitude de ne pas attiser les débats contradictoires, préférant miser sur la rationalité, je ne me résoudrai pas ici à une posture attentiste.

Tous ensemble, nous avons le devoir d'élever ce débat, de redresser ce projecteur afin qu'il n'y ait plus de zones d'ombre sur la réalité des métiers que nous exerçons. Professionnels des entrepôts, de la route, des infrastructures, des équipements pour les entrepôts, il est de notre responsabilité de ne pas laisser ce débat à de faux experts qui parsèment aussi bien Twitter que les plateaux télévisés de chaînes d'information en continu. Nous connaissons aussi bien les règles de notre métier que les architectes maîtrisent la règle et le compas. Alors faisons œuvre de pédagogie, écrivons aux députés de nos territoires, faisons la promotion de nos bâtiments novateurs, intelligents et éco-responsables. Répondons aussi calmement que fermement à ces attaques qui égrainent les réseaux sociaux, puisqu'une contre-vérité qui n'est pas contestée y devient une vérité.

Lorsque la tempête sera passée, que les esprits plus apaisés comprendront qu'une allumette est tout aussi utile pour mettre en marche la gazinière que pour fumer une cigarette alors nous ouvrirons grandes les portes de nos entrepôts. Certains découvrirons avec étonnement des ratios d'emplois frôlant les 200 personnes pour 10 000 m², des véhicules basses émissions (quand une offre industrielle existe), des efforts architecturaux, de la lumière naturelle… et surtout le stockage de nombreux produits que nous utilisons au quotidien. En attendant, continuons de rendre tout aussi lisible que visible ces angles morts qui constituent aussi ce beau métier que nous exerçons. ■

BESOIN D'UN PARTENAIRE SPÉCIALISÉ EN MARKETING DE CONTENU BtoB ?

APPUYEZ-VOUS SUR VOX361, CRÉATEUR ET DIFFUSEUR DE CONTENU À FORTE VALEUR AJOUTÉE AU SERVICE DE VOS PROJETS PRINT ET WEB.

- Rédaction et stratégie de contenu BtoB
- Référencement naturel – SEO
- Stratégie réseaux sociaux BtoB
- Préparation et animation de tables rondes, conférences et ateliers

CONTACT

Isabelle Gazzola : 06 74 67 92 03 - igazzola@vox361.com
Laurène de Vialar : 06 26 55 24 40 - ldevialar@vox361.com
www.vox361.com

Une vision 360 + 1

VOX 361

INDEX

N°24 – DÉCEMBRE 2020

Directrice des rédactions
Isabelle Gazzola · **igazzola@voxlog.fr**
06 74 67 92 03

Rédacteur en chef adjoint
Émilien Villeroy · **evilleroy@voxlog.fr**
06 30 86 55 76

Rédactrice spécialisée
Charlotte Cousin · **ccousin@voxlog.fr**
06 81 35 15 05

Si vous souhaitez recevoir le magazine gratuitement, envoyez un mail à **contact@voxlog.fr**

© Photos : tous droits réservés.
Couverture : © Vincent Milan.

Direction artistique | Maquette
Djélina Gadjigo – 06 20 72 32 50
www.souimanga.fr

Dépôt légal : août 2016 – **ISSN** 2495-473X .

Imprimé sur papier Vantage Silk, certifié PEFC, ce qui garantit un papier issu de forêts aménagées et exploitées de façon durable et responsable.

Agissez pour le recyclage des papiers avec VoxLog et Ecofolio.

PEFC 10-31-2009 Certifié PEFC pefc-france.org

• Sauf accords spéciaux, les manuscrits, textes et photos envoyés à la rédaction ne sont pas restitués.
• Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'éditeur est illicite (art. L122-4 du code de la propriété intellectuelle). Toute copie doit avoir l'accord du centre Français de droit de copie (CFC).
• Sauf stipulations contraires, tout document, cliché ou photo confié à la rédaction devra être libre de toute contrainte (y compris financière, redevance, droits…) pour lui en permettre l'édition sur tout support, y compris sur le web.
• Le magazine décline toute responsabilité quant aux manuscrits et aux photos qui lui sont envoyés.
• Les informations contenues dans ce magazine sont placées sous la responsabilité de leurs auteurs.
• L'éditeur décline toute responsabilité en cas d'insertion publicitaire erronée ou défectueuse. L'annonceur est seul responsable des informations transmises au support.

ANNONCEURS

ALSTEF GROUP	P. 5
APROLIS	P. 13
BK SYSTÈMES	P. 79
CATELLA LOGISTIC EUROPE	P. 41
CONCERTO	P. 43
CONTARGO	P. 67
EOL	P. 39
FAUBOURG PROMOTION /GROUPE IDEC	P. 37
GLP	P. 31
GSE	P. 45
IDEA	3e de couv.
INFFLUX	P. 59
LOGICOR	P. 49
P3 LOGISTIC PARKS	P. 29
PROLOGIS	4e de couv.
RHENUS LOGISTICS	P. 11
SAVOYE	P. 2
SDZ|PROCESSRÉA	P. 7
SITL	P. 15
STOW	P. 9
WITRON	2e de couv.

POUR VOS INSERTIONS PUBLICITAIRES
Contacts :
Isabelle Gazzola **igazzola@voxlog.fr**

PROCHAIN NUMÉRO > PARUTION MARS 2021

- **LA SUPPLY CHAIN, NOUVEL ENJEU INSTITUTIONNEL FRANÇAIS**
- **COMMENT LES START-UPS FONT ÉVOLUER LA SUPPLY CHAIN ?**

NUMÉRO DISTRIBUÉ SUR LE SALON SITL

>> Suivez-nous sur :

>> http://www.voxlog.fr

ENSEMBLE, CONSTRUISONS L'INDUSTRIE DU FUTUR

L'INNOVATION AU CŒUR DE VOTRE SUPPLY-CHAIN

Prestataire logistique responsable et engagé, IDEA est spécialisé dans la supply-chain des produits spécifiques et sensibles. Nous déployons des solutions logistiques sur-mesure et globales pour développer la réactivité et les process des industriels, pour mieux répondre aux enjeux de demain.

Nos expertises : ingénierie de projet, pilotage des flux, protection des biens et transport industriel, manutention portuaire. Au-delà de vos opérations, IDEA s'attache à valoriser les données de votre supply-chain pour améliorer votre performance globale.

IDĒA

Crédits photos : iStock, Oboo Studio - LMWA 2020.

AÉRONAUTIQUE · DÉFENSE · ÉNERGIE · INDUSTRIE MANUFACTURIÈRE · NAVAL · CHANTIER & HABITAT · VRAC

VOUS VOULEZ NOUS FAIRE PART DE VOTRE PROJET ? CONTACTEZ-NOUS : 02 40 90 08 09 / contact@groupe-idea.com / www.groupe-idea.com

Découvrez notre PROLOGIS ESSENTIALS MARKETPLACE

Une plateforme d'approvisionnement évolutive de matériel et équipements essentiels pour vous aider dans votre activité au quotidien.

Déjà Client? Prologis Essentials Marketplace vous apporte rapidement et facilement les remplacements ou les mises à niveau dont vous avez besoin.

POUR UNE LOGISTIQUE RAPIDE ET FLUIDE

ECLAIRAGE LED

Facile à installer, efficace et fiable- passez à un éclairage « intelligent » avec détecteur de mouvement et capteur de lumière du jour.

PROLOGIS SOLARSMART

Profitez d'une énergie verte et bénéficiez d'une électricité produite sur place tout en réduisant votre empreinte carbone.

RACKING

Des solutions de rayonnage clé-en-main pour répondre à tous vos besoins. Un service rapide et simple qui vous facilite le stockage.

CHARIOTS ELEVATEURS

Une offre simple et économique de chariots à fourche, à mât rétractable ou de transpalettes, proposée par nos partenaires, à des prix attractifs.

Pour plus d'informations sur notre Prologis Essentials Marketplace, rendez vous sur notre site :

PROLOGIS.FR/PROLOGIS-ESSENTIALS

PROLOGIS® ESSENTIALS