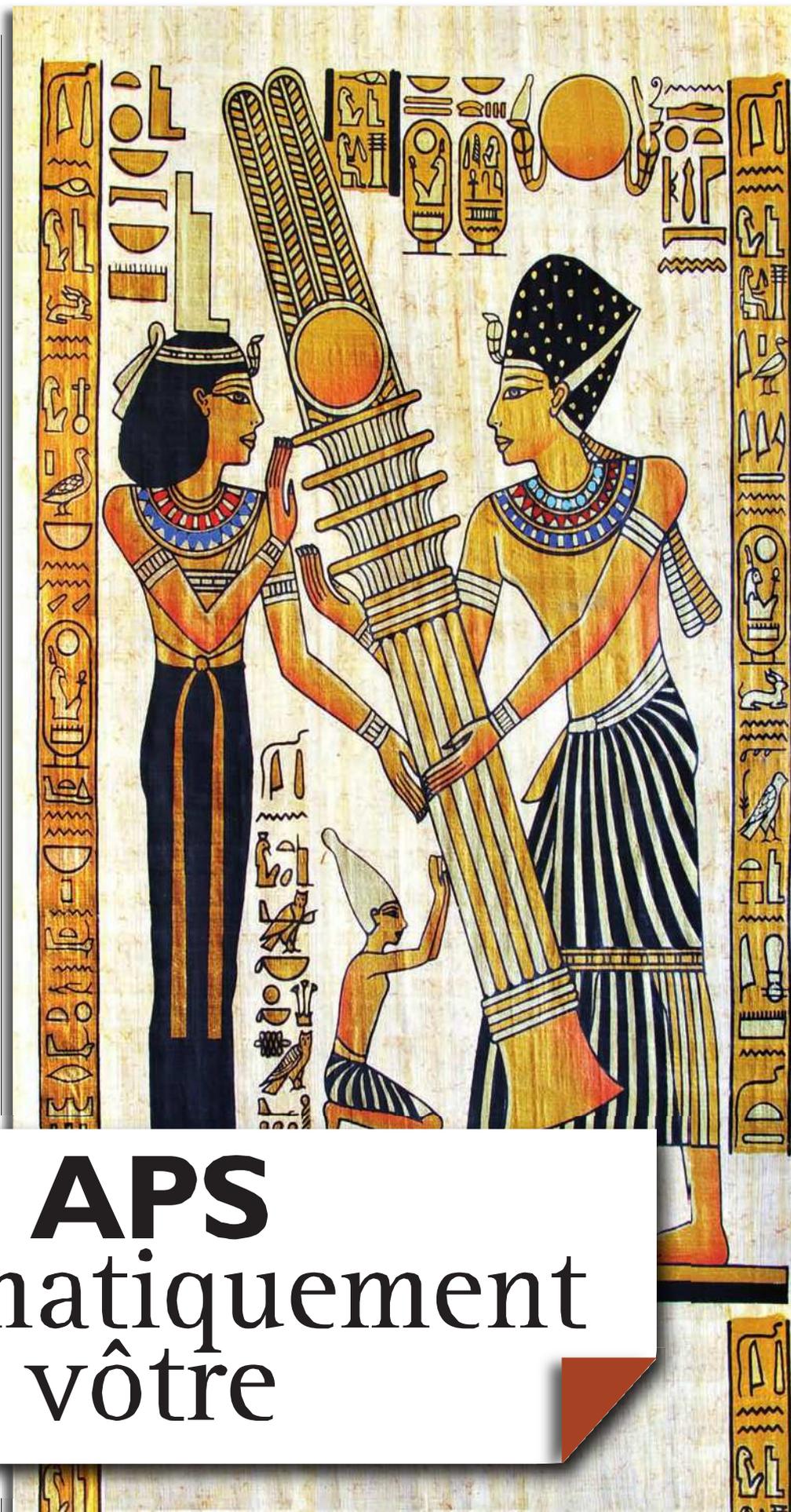


En l'espace de 10 ans, les APS (Advanced Planning Systems), ces logiciels de planification avancée de la Supply Chain, ont beaucoup évolué. Les offres des éditeurs se sont étoffées tant en termes de couverture fonctionnelle que de marchés. Les participants à cette Table Ronde APS réunis par Supply Chain Magazine le 13 janvier dernier ont pu échanger leurs perceptions sur ces évolutions, qui traduisent également une plus grande maturité des clients, à la recherche de solutions pragmatiques, plus rapides à mettre en œuvre et avec des objectifs de résultat. En un mot, bien moins « pharaoniques » que par le passé !



# APS Pragmatiquement vôtre

**13** participants un vendredi 13. Un grand absent, JDA. Mais les superstitieux resteront sur leur faim. Cette Table Ronde sur les logiciels de planification avancée de la Supply Chain (APS, Advanced Planning Systems) s'est en effet parfaitement déroulée, tous les éditeurs se payant même le luxe, rare en cette période économiquement incertaine, de se réjouir des très bons résultats enregistrés par les uns et les autres. « Sur 2011, nous avons fait +20 % de croissance et +70 % sur la partie licence », attaque d'entrée de jeu Etienne Allier, Direc-

teur marketing de FuturMaster, qui explique en partie ce succès en France comme à l'international par les investissements et les efforts d'innovation. Notamment dans les domaines de la gestion avancée des promotions et des lançements sur lesquels l'éditeur a travaillé en partenariat avec des clients comme L'Oréal, Carrefour, Lactalis ou Heineken. « C'est une très bonne année 2011, où nous avons retrouvé le rythme d'avant l'arrivée de la crise. Notre objectif était de conquérir de nouveaux marchés et d'avoir de nouveaux clients. Sur 2011, nous avons enregistré un à deux nouveaux clients chaque mois », s'empresse de se féliciter Ariel Weil, Directeur Général de Dynasys. Pour lui, le secret de cette réussite réside dans la mise en place de solutions verticales, prêtes à l'emploi, que Dynasys appelle « Ready to Plan ». « C'est notre technologie standard. Aujourd'hui, on peut installer une solution complète de planification en une quarantaine de jours, glisse-t-il en passant. Ce que l'on avait pensé au début pour des PME qui ont besoin d'avoir des projets plus rapides, s'adapte très bien à de grands groupes pour l'intégralité de leur activité ». Même constat chez SAP qui présente « les meilleurs chiffres de son histoire, sur les ERP comme sur les APS. Nous avons également lancé un certain nombre d'offres pré-packagées que nous pensions au départ dédiées aux PME, les « Rapid Deployment Solu-

tions » en 40 ou 50 jours, avec un prix licence forfaité, et cela a eu énormément de succès. Très concrètement, c'est ce que cherchent nos clients aujourd'hui, la garantie d'un ROI rapide », acquiesce Christian Charvin, Global Solutions Manager France chez SAP. Lionel Albert, Directeur Value Chain Planning chez Oracle, voit « un marché qui progresse très fort, avec une croissance à plus de deux chiffres supérieure à celle des ERP classiques. La crise pour nous a un effet bénéfique parce que les sociétés ont commencé à se structurer et utilisent des outils pour supporter les nouveaux processus qu'elles mettent en place ».

#### Les fruits de la maturité

Pour Frédéric Doutriaux, Directeur commercial France de MCA Solutions, « il y a une véritable mutation qui va se faire dans le temps pour passer d'une logique de produits à une logique de services. Ce que l'on voit déjà dans l'aéronautique où des opérateurs de transport aérien n'achètent plus des avions mais des heures de vol à Airbus, qui s'occupe de toute la partie service ». D'où de nouveaux investissements dans les processus et les outils Supply Chain qui expliquent la croissance d'environ 20 % du chiffre d'affaires de MCA en 2011. Tout le monde s'accorde également sur la maturité croissante des organisations, à la recherche de solutions pragma-



Florian Foresti, Lionel Albert, Olivier Rouvière, Ariel Weil et Etienne Allier

## Les participants



**Gilles Alais**  
 Directeur Commercial France  
 de TXT e-Solutions

Société européenne d'origine italienne, TXT e-Solutions propose depuis plus de 20 ans des solutions de « Merchandise & Supply Chain Planning ». Avec trois secteurs de prédilection : les métiers de la mode (solutions complètes de gestion du cycle de vie des produits), le monde du Retail (Integrated Planning) et le monde de l'industrie, pour lequel TXT propose des solutions de S&OP (Sales and Operations Planning). Son CA s'élève à 55 M€ pour 560 collaborateurs et un peu plus de 700 clients dans le monde entier (dont Louis Vuitton, Auchan, Casino et Gemalto).



**Lionel Albert**  
 Directeur Value Chain Planning  
 chez Oracle

Mondialement reconnu dans les ERP et les bases de données, Oracle a mis en place depuis un an et demi en Europe une division Supply Chain, avec deux domaines, Value Chain Planning et Value Chain Execution, qui couvrent de la prévision de la demande jusqu'à l'exécution du transport, en passant par la planification des opérations et la gestion de l'approvisionnement. La structure européenne, qui s'adresse aux grosses PME et aux grands comptes, compte une cinquantaine de personnes focalisées sur l'activité commerciale.



**Etienne Allier**  
 Directeur Marketing  
 de FuturMaster

Editeur d'origine française créé en 1994, FuturMaster couvre un périmètre fonctionnel qui englobe la prévision, la gestion des promotions, la gestion des lancements, la planification de la distribution, de la production et des approvisionnements, ainsi que la partie ordonnancement des ateliers et des processus transversaux comme le S&OP et la construction budgétaire. L'éditeur est présent chez 450 clients dans une cinquantaine de pays avec un CA de 8,4 M€, dont 30 % à l'international. Effectif : environ 87 personnes (dont 45 en France et 25 en Chine).

tiques répondant à des problématiques précises, avec des retours sur investissements (ROI) de moins d'un an. « Les processus de décision sont plus formalisés, plus structurés, plus quantifiés aussi, avec de vrais critères de choix, ce qui n'était pas forcément le cas dans le passé », note Eric Grogard, Directeur commercial France d'AspenTech. « En même temps, la crise a sans doute accentué la nécessité d'avoir une plus grande visibilité avec des outils de pilotage, intervient Gilles Alais, Directeur commercial France de TXT e-Solutions. Lors des deux derniers mois, nous avons pu conclure avec trois acteurs mondiaux majeurs du Retail et de la distribution

non alimentaire qui ont choisi des solutions TXT de pilotage global », ajoute-t-il pour illustrer son propos. Autre facteur favorable, les données sont là, dans les ERP, et ne demandent qu'à être traitées. « Les entreprises sont plutôt en train de regarder la Supply Chain comme un terrain de ROI de la mise en place des ERP, car sur ces gisements de données insuffisamment exploités, nous sommes tous en train de faire de belles affaires, constate René Desvignes, PDG d'Ortems. Quand Ariel (Weil) évoquait des projets sur quelques mois, vous imaginez si on avait dit cela il y a cinq ans, alors que tout le monde était engagé dans des projets sur plusieurs

années ? Mais à présent les projets sont bien en mois et on en tire des valeurs ajoutées significatives, avec de vraies réductions de stocks et l'amélioration du service client », s'enthousiasme-t-il. Florian Foresti, Directeur Customer Solutions France chez OM Partners, est plus mesuré quant à la maturité des clients. Selon lui, OM Partners fait volontairement le choix de maîtriser une croissance (15 à 20 % en 2011 tout de même) qui aurait pu être encore plus importante. « La chance, avec un gros marché, c'est de pouvoir « sélectionner » et prendre des projets avec une vraie réussite à la fin. Car il ne faut pas oublier que notre plus gros concurrent à tous n'est pas

dans la salle : il s'appelle Microsoft. Le danger, c'est de vendre et d'installer un APS mais que les utilisateurs continuent au final d'utiliser une multitude de fichiers Excel ».

### Des APS sur toute la chaîne

« Je pense que c'est une deuxième vague au niveau des APS, analyse Olivier Dubouis, Associé chez Diagma/Azap, la couverture fonctionnelle a fortement évolué en 10 ans. On parle maintenant de processus S&OP [ndlr : Sales & Operations Planning], de collaboration, de liens avec le budget, etc. ». « Jusqu'où s'étend le périmètre d'un APS ? Includ-il la planification de production et l'ordonnancement ? », interroge Jean-Philippe Guillaume, Directeur des rédactions de Supply Chain Magazine. « Nous intervenons derrière le calcul de besoins nets (CBN) de l'ERP pour faire de la planification moyen/long terme charge/capacité, sur des problématiques de dates et de priorités et pour la partie



Olivier Rouvière,  
Ariel Weil  
et Etienne Allier

ordonnancement, plus dédiée opérationnel court terme », décrit Thierry Faguet, Responsable de Preactor Europe. « Nous faisons la même chose pour une partie de notre suite, car nous avons ajouté une couche plus stratégique qui est du MPS (Master

Planning & Scheduling), que l'on retrouve chez les éditeurs d'APS », renchérit René Desvignes, avant d'ajouter : « Ce qui va différencier Ortems, c'est que pour nous le MPS est lié à l'ordonnancement, c'est-à-dire que tout mouvement, dans l'horizon

## Prévoir l'imprévu & s'y préparer

**azap**<sup>®</sup>  
the supply chain optimiser

PROGICIEL EXPERT EN PLANIFICATION AVANCÉE  
DE LA SUPPLY CHAIN

PRÉVISION DE LA DEMANDE  
Demand Management

PLANIFICATION DE LA PRODUCTION  
& DE LA DISTRIBUTION  
Production & Distribution Planning

OPTIMISATION  
DES APPROVISIONNEMENTS  
Procurement Optimization



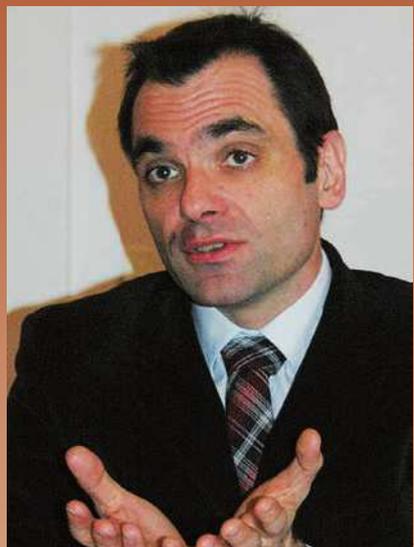
© AZAP 2012 - Tous droits réservés

CONTACT

**azap**<sup>®</sup>  
the supply chain optimiser

75, rue de Courcelles 75008 PARIS | Tél : +33 (0)1 44 01 23 50 | Fax : +33 (0)1 42 67 86 87 | Email : contact@azap.net | Site Internet : www.azap.net

## Les participants



**Christian Charvin**  
Global Solutions Manager France  
chez SAP

Leader mondial des ERP, SAP propose également depuis une quinzaine d'années des solutions Supply Chain (SAP SCM) pouvant fonctionner de manière indépendante, couvrant de la prévision jusqu'à l'ordonnancement (avec APO et des outils « On Demand », qui devraient sortir prochainement), mais aussi des solutions autour de la gestion du transport, de l'entreposage et de la pièce de rechange. Cette activité SCM pèse environ 500 M€ au niveau mondial, avec 2.500 clients actifs, sur un CA global du groupe de 12,4 Md€.



**René Desvignes**  
Président Directeur Général  
d'Ortems

Ortems, dont le siège est situé à Limonest, en banlieue lyonnaise, est un éditeur spécialisé dans la planification industrielle et l'ordonnancement de production, avec plus de 10.000 utilisateurs dans plus de 40 pays. Son positionnement initial est de fournir aux grands comptes des modules de planification / ordonnancement fonctionnant derrière les grands ERP du marché. Plus récemment, Ortems a développé un composant dédié aux PME.

*considérons que l'APS doit couvrir toutes les boucles de planification et partir d'un S&OP pour arriver jusqu'à un Scheduling, martèle Eric Duris, Cogérant de JMS EMEA. Et d'ajouter : L'outil est une chose, mais les expertises doivent être bien distinctes parce qu'on ne fait pas du S&OP comme on fait du Scheduling dans les ateliers ».*

### Les Pharaons ont disparu

« Aujourd'hui, les processus transverses de S&OP couvrent tout, depuis les prévisions des ventes jusqu'à la charge capacité... et effectivement, l'opérationnel. Chez Dynasys, nous appelons cela le « Daily S&OP ». Je vous vois prendre des notes, mais on a déposé la marque, lance Ariel Weil avec un grand sourire. Cela est cohérent avec le pragmatisme et la volonté de réduction de coûts des sociétés. » « Mais au fait, où sont passés les projets APS « pharaoniques » ? », demande Jean-Philippe Guillaume. « Nous avons quelques très grands projets chez nous, répond Olivier Rouvière, Directeur des ventes d'Infor SCM pour l'Europe du Sud, comme par exemple avec SABMiller, un projet S&OP prévisions, planification et ordonnancement, qui a démarré il y a quelques années. Mais en revanche, le client ne nous a pas signé un chèque pour les 10 prochaines années, le projet s'effectue par étapes, région après région, usine après usine, entrepôt après entrepôt. » « C'est vrai qu'ils se comptent sur les doigts d'une main, mais nous signons toujours avec de gros acteurs mondiaux pour des projets, ou plutôt des programmes, qui vont dépasser les trois ou cinq ans, et concerner 80 à 150 sites industriels équipés. Nous communiquerons dessus en temps voulu », promet Florian Foresti. Un brin provocateur, Olivier Dubouis reconnaît qu'il y a encore des

Suite page 73

zon de six mois à un ou trois ans, va déclencher des simulations sur le très court terme. Vous n'êtes plus sur des horizons de temps figés ». Ce qui permet à des clients comme DCNS (chantiers navals) d'éviter d'approvisionner trop tôt des éléments de navire dont l'immobilisation coûte très cher (comme un réacteur nucléaire par exemple). « Il y a un autre cas où,

pour moi, le Scheduling [ndlr : l'ordonnancement] est stratégique et entre dans le monde de l'APS à 100 %, c'est dans ce qu'on appelle le Capable to Promise/Available to Promise : ai-je la capacité de produire cette commande ? Est-ce que ma ligne va être disponible ? Est-ce que les temps de changement vont être cohérents ? », rebondit Christian Charvin. « Nous



Table Ronde APS réunie  
par Supply Chain Magazine  
le 13 janvier dernier



Plan created by © Getty Images

**ET SI MAINTENANT  
VOUS VOUS ÉQUIPIEZ  
D'UN OUTIL  
D'ANTICIPATION ?**

[www.futurmaster.com](http://www.futurmaster.com)

La suite logicielle **FuturMaster** constitue le meilleur outil de Supply Chain Management du marché avec lequel vous pouvez anticiper et planifier vos besoins sur toute la chaîne logistique.

Leader européen des solutions logicielles pour le management de la supply chain, FuturMaster capitalise depuis 20 ans auprès de ses 450 entreprises clientes, 2 500 utilisateurs, sur la conception et la mise en œuvre de solutions de gestion de la demande et d'optimisation des plans.

**FuturMaster**

CREATE SUPPLY CHAIN PERFORMANCE

## Les participants



**Frédéric Doutriaux**  
 Directeur Commercial France  
 de MCA Solutions

Nouveau venu sur le marché français, MCA Solutions est un éditeur d'APS américain, basé à Philadelphie, et spécialisé exclusivement dans la planification et l'optimisation des stocks de pièces de rechange pour le service et la maintenance. Son effectif mondial est de 60 personnes. MCA Solutions est présent en Europe depuis 2004 et compte de nombreux clients dans l'aéronautique, mais aussi dans l'industrie (Airbus, Dassault, Zodiac Aerospace, ABB, etc.).



**Olivier Dubouis**  
 Associé chez Diagma / Azap

Azap est un éditeur d'APS créé en 2000 au sein du groupe Diagma, société de conseil et de services dédiés à l'optimisation de la Supply Chain. Le pôle édition compte une vingtaine de personnes. La solution logicielle couvre les prévisions, la planification de production, l'optimisation des stocks et des approvisionnements et la partie DRP (Planification des Ressources de Distribution). La clientèle est constituée de grosses PME et de grands groupes (ainsi que leurs filiales).



**Eric Duris**  
 Co-Gérant de JMS EMEA

Créée fin 2010 en France, JMS EMEA est le représentant pour la zone Europe Moyen-Orient Afrique d'un petit éditeur américain (15 personnes), Jada Management System (JMS), créé dans l'Oregon par d'ex-informaticiens d'Avery Dennison. JMS commercialise depuis 2001 un APS « Low Cost » avec une couverture fonctionnelle assez large, allant des prévisions à l'ordonnancement. JMS compte des références aux Etats-Unis, en Afrique du Sud, en Australie et au Mexique. Une seule en France à ce jour : Mathon, une société spécialisée dans la VAD d'articles de cuisine.

projets pharaoniques dans certains grands groupes internationaux dont la filiale française choisit de mettre en place localement Azap, pour donner des résultats concrets rapidement en attendant que le projet mondial soit un jour implémenté aussi dans l'Hexagone. Ce qui est sûr, c'est que le terme pharaonique est à proscrire. « Si pharaonique signifie dépenser des millions et durer des centaines de jours, alors effectivement cela n'existe plus. En revanche, il y a des projets ambitieux comme Chantelle par exemple, qui a décidé de déployer l'ensemble de la Supply Chain, les prévisions de ventes, la planification de la distribution, de la production et des approvisionnements pour l'ensemble de

leurs sites dans le monde, indique Ariel Weil, mais cela reste des projets à taille humaine, sur lesquels il doit y avoir des retours sur investissements sur une première étape avant de passer à la suivante. »

### Projets en 40 jours, qui dit mieux ?

Peut-être les entreprises savent-elles aussi mieux ce qu'elles veulent. « Il est clair qu'en fonction de l'axe de compétitivité majeur de l'entreprise (innovation, coûts, qualité ou service client), on ne va pas mettre en place la même Supply Chain, fait remarquer Eric Duris. Un axe de compétitivité basé sur l'innovation, par exemple, privilégiera le Time to Market, le Time

to Volume, les outils qui permettront dans la Supply Chain de faire travailler ensemble la R&D, l'industrialisation des produits, les prototypes dans les usines... Alors qu'un axe de compétitivité basé sur les coûts se concentre sur l'optimisation des actifs, sur la partie capacités finies, Scheduling, etc. Ce ne sont pas tout à fait les mêmes approches. » Ariel Weil revient à la charge. « Il y a eu une progression technologique et métier des solutions. Nous mettons en place des solutions qui vont s'installer en 30-40 jours, faisant la même chose que ce qui était fait il y a quelques années en 300 jours. Cela ne signifie pas que le projet est opérationnel 40 jours après le démarrage, mais qu'il représente

40 jours de travail pour nos consultants. Au total, cela peut mettre trois ou quatre mois, parce qu'il faut que les interfaces soient là », précise-t-il. « Bien sûr qu'on s'est adapté, lui répond René Desvignes, qu'on a des « Templates métier » qui réduisent la durée des projets, mais ce n'est pas nous qui sommes arrivés avec des méthodologies sensationnelles pour faire de petits projets. Ce qui me paraît fondamental, c'est que nos clients ont bien amélioré la structuration en amont de leurs processus pour rendre possible la réalisation de projets dans des temps plus courts. Nos clients ont compris que c'est l'adhésion aux organisations qui fait un succès ».

#### Une histoire d'hommes

Lionel Albert en est convaincu, « ce n'est plus l'outil qui fait la longueur du projet, mais la complexité de la Supply Chain et le fait d'avoir dans l'entreprise des personnes capables



Florian Foresti et Lionel Albert,

d'appréhender cette complexité et de mettre en place les bons processus ». Etienne Allier est d'accord. « Ce que demandent les clients, ce n'est pas que l'on mette en place des solutions techniques, mais que l'on crée des applications à forte valeur ajoutée. Et pour faire cela, il est nécessaire effectivement de partager sur les enjeux, de faire monter en compétences des orga-

nisations sur des notions de Supply Chain. C'est cela qui prend du temps et fait que la plupart des projets vont durer quatre à six mois ». Olivier Rouvière en profite pour insister sur un pré-requis fondamental à la réussite d'un projet APS. « Lorsqu'on parle d'un projet APS, le plus important, ce n'est pas la maturité de la Direction Générale qui va sponsoriser le projet,

Agilité, Excellence Opérationnelle, Performance Industrielle

## Planification Collaborative & Ordonnancement Détaillé



**ORTEMS**  
Agile Manufacturing Software

ORTEMS leader des solutions de planification industrielle et d'ordonnancement détaillé offre des solutions innovantes basées sur les concepts d'Agile Manufacturing.

YouTube

[www.ortems.com](http://www.ortems.com)

twitter

## Les participants

**Thierry Faguet****Responsable de Preactor Europe**

Preactor est un éditeur britannique de logiciels de planification / ordonnancement (en aval des ERP) avec trois filiales, une aux Etats-Unis, une pour l'Europe continentale (en France) et une en Inde ainsi qu'une distribution indirecte (près de 400 distributeurs et partenaires). Ses solutions touchent toutes tailles de sociétés et tous types d'activités de production. Preactor compte près de 3.500 clients au niveau mondial, avec en France de grands groupes comme Areva ou Eurocopter, mais aussi de petites PME/PMI de 50 à 70 personnes.

*même si c'est indispensable, c'est la maturité des personnes qui vont s'attaquer à la problématique Supply Chain, ordonnancement, prévisions... bref des gens qui vont porter le projet, qui vont connaître les processus, les rouages internes dans lesquels nous allons évoluer. C'est ce qui fait au final qu'une application réussit avec un fort ROI ».*

**Comment toucher les PME**

« Les APS s'adressent-ils aux PME ? A partir de quelle taille ? », relance Jean-Philippe Guillaume. JMS vise les PME avec un CA à partir de 15 M€. « Nous avons la volonté d'adresser le marché des PME en nous positionnant sur un prix attractif, avec un module de base Forecasting, Demand Plan-

**Florian Foresti****Directeur Customer Solutions France chez OM Partners**

Groupe d'origine belge, OM Partners est un éditeur de logiciels de planification de la Supply Chain (conception du réseau, prévisions de la demande, PIC, PDP, ordonnancement de l'approvisionnement, de la production, du chargement et du transport, etc.). Sa cible principale : les grands groupes européens avec une présence mondiale (50 % des clients d'OM Partners ont un ERP SAP). La société compte notamment des filiales aux Etats-Unis et en Chine.

*ning, Supply Planning, ainsi que des modules de Reporting et de Mapping pour connecter notre outil avec le système d'informations de l'entreprise. Nous proposons un coût de licence par site de l'ordre de 18.000 €, avec un projet qui va durer de 10 à 15 jours ouvrés », décrit Eric Duris. Ariel Weil enchaîne en présentant l'offre spécifique nSkep One, dédiée aux PME, à partir de 40 M€ de CA. « Parce que nous pensons qu'il faut quand même une organisation pour mettre en place une Supply Chain. Il faut des hommes. Ce n'est pas une solution PME bas de gamme. C'est la même technologie déployée chez les grands groupes, les mêmes fonctionnalités, mais packagées pour les PME. Avant tout, ce sont des solutions verticales*

*RTP (Ready To Plan), pour le Retail, l'agroalimentaire ou l'ultra-frais. Sous forme de service, il faut compter à partir de 2.000 € par mois, tout compris (hébergement, licence, maintenance et service) ». Pour SAP aussi, la cible PME commence à 40 M€ de CA. C'est le même APS, les mêmes fonctionnalités que pour les grands comptes, mais l'offre a été modularisée pour rester dans des niveaux de prix abordables (20.000 €), avec des offres services pré-packagées selon différents niveaux de complétude. « La durée des projets oscille entre 20 et 60 jours hommes selon la taille », ajoute Christian Charvin. « Nous nous adressons aussi aux PME à partir de 40 ou 50 M € de CA, mais nous avons un système de Pricing par rapport au retour sur investissement que la société peut en tirer », intervient Olivier Rouvière. Outre le coût global du projet, l'autre élément important à prendre en compte en PME, selon Olivier Dubouis, est que « les équipes n'ont ni nécessairement beaucoup de temps car elles ne sont pas largement dimensionnées, ni toujours le niveau de compétences nécessaire pour arriver à maîtriser la complexité et faire les bons choix par rapport à ce type d'outil. C'est l'intérêt d'avoir une activité de conseil aussi, afin d'intégrer dès le départ du projet la formation des équipes pour cadrer les choses et faire en sorte que l'on arrive effectivement à un projet qui apporte de la valeur et tienne dans les budgets ».*

**Le prix ne fait pas tout**

Pour sa part, René Desvignes se dit surpris par toute cette avalanche de tarifs. Pour lui, pas de doute, les PME doivent aussi pouvoir s'appuyer sur un APS. Mais Ortems a participé à une étude de marché il y a trois ans portant sur plusieurs milliers de PME afin de déterminer leurs critères de choix. Résultats : 1<sup>er</sup> simplicité d'utilisation, 2<sup>nd</sup> proximité du support et seulement 3<sup>e</sup> pour le prix. « Nous avons passé trois ans à mettre au point un composant spécifique, Planner One, vendu aujourd'hui au travers des acteurs du marché des PME, comme Sage, ou directement intégré dans les solutions Microsoft ». Même si le prix n'est que

le troisième critère, il croit tout de même bon d'ajouter : « Ce que j'ai entendu autour de cette table me paraît un peu de la surenchère mais disons que pour répondre de manière assez objective, la PME peut accepter un projet avec une variance entre 10.000 et 20.000 €, particulièrement si ces trois critères sont là ». « Pourquoi y aurait-il un coût différent entre une PME et un grand groupe ? Si tel est le cas, cela veut dire que l'on dégrade quelque chose. Les fonctionnalités ? Les prestations de support, le service associé ? Ou alors, cela doit être le grand groupe qui paye trop cher ? », s'interroge tout haut Florian Foresti d'OM Partners, dont la stratégie est bien de rester sur une clientèle de grands groupes. « Chez FuturMaster, nous n'avons pas créé d'offres spécifiques PME, car elles ont les mêmes problématiques que les grands groupes et donc pas de raison d'être traitées différemment. Et notre portefeuille de clients est là pour attester que nous travaillons depuis toujours en grande majorité avec des PME », fait remarquer Etienne Allier.

#### La verticalisation crée des divisions

Le débat s'oriente alors vers un dernier sujet, celui de la spécialisation par secteur d'activité ou verticalisation. Pour Ariel Weil, les solutions vont devenir de plus en plus verticales. « C'est une des



Jean-Philippe Guillaume, Olivier Dubouis et Frédéric Doutriaux

réponses à la simplicité dans les PME mais aussi dans les grands groupes. C'est la même offre technologique, mais effectivement, nous avons des solutions Ready to Plan verticales pour le Retail, le Food, l'ultra-frais et encore une autre en préparation pour l'Automotive ». « La verticalisation, c'est concevoir le processus dans sa globalité. Cela va probablement s'adresser à des entreprises suffisamment matures pour comprendre que leur process est particulier, prévient Gilles Alais. Je pense notamment au secteur du Retail

En proposant plus de services pour votre supply chain, DIAGMA vous aide à optimiser les performances de votre entreprise.

- ▶ AUGMENTATION DES MARGES
- ▶ AMÉLIORATION DU SERVICE CLIENT
- ▶ RÉDUCTION DES COÛTS
- ▶ RÉDUCTION DE STOCKS
- ▶ RÉDUCTION DES DÉLAIS



De la stratégie jusqu'à la mise en oeuvre opérationnelle, les experts Diagma vous accompagnent

- ▶ **DANS LA CONDUITE STRATÉGIQUE :**
  - stratégie industrielle.
  - refonte du réseau de distribution.
- ▶ **DANS L'OPTIMISATION DE VOS PROCESSUS :**
  - prévision, planification de la production.
  - lean manufacturing.
  - amélioration de la productivité entrepôt.
  - optimisation du transport.
  - accompagnement à l'externalisation...
- ▶ **DANS LA GESTION DE VOS RESSOURCES HUMAINES :**
  - recrutement de managers et de cadres.
  - formation et coaching.
- ▶ **DANS LE PILOTAGE EXTERNALISÉ DE VOS FLUX :**
  - prévision, planification de la production.
  - gestion des stocks, gma, gpa (vmi).
  - contrôle facturation transport (freight audit).
- ▶ **DANS LA MISE EN PLACE D'OUTILS DE PLANIFICATION AVANCÉE :**
  - progiciels azap.

[www.diagma.com](http://www.diagma.com)

## Les participants



**Eric Gognard**  
 Directeur Commercial  
 d'AspenTech pour la France,  
 le Benelux et la Suisse

L'Américain AspenTech existe depuis 30 ans et emploie 1.300 personnes. C'est le principal éditeur de solutions APS pour les industries de procédé (chimie, pétrochimie, oil & gaz, chimie de spécialités), bien qu'il intervienne également chez certains clients dans d'autres domaines connexes. Son CA avoisine les 320 M\$ dont la moitié concerne les activités Supply Chain (planification de production et ordonnancement).



**Olivier Rouvière**  
 Directeur des Ventes d'Infor SCM  
 pour l'Europe du Sud,  
 Moyen Orient et Afrique du Sud

Infor est le N°3 mondial des ERP, derrière SAP et Oracle. Au sein du groupe, Infor SCM est une organisation entièrement dédiée à la Supply Chain, autour des suites Infor 10 Supply Chain Execution et Infor 10 Supply Chain Planning. Cette dernière regroupe des modules « Best of Breed » (indépendants des ERP Infor) et des solutions pour des secteurs verticaux (pharmaceutique, chimie, cosmétiques, pièces détachées, agroalimentaire, boissons, etc.).



**Ariel Weil**  
 Directeur Général de Dynasys

Basée à Schiltigheim en Alsace, Dynasys est spécialisée sur le marché des APS depuis 26 ans. Sa solution unique intégrée nSkep couvre tout le Supply Chain Planning : prévisions des ventes, gestion des tailles et des promotions, planification et optimisation de la distribution, de la production et des approvisionnements, ainsi qu'une solution transversale pour le S&OP. Son CA est proche de 6 M€ (+25 % en 2011), avec une cinquantaine de collaborateurs. Secteurs de prédilection : agroalimentaire, pharma, luxe, Automotive, industrie. Nouveaux marchés : Aerospace, défense, télécoms.

que l'on adresse chez TXT de façon très différenciée par rapport au secteur des biens de grande consommation. Sur les aspects prévisions, à notre sens, c'est complètement différent de gérer la problématique prévision dans la distribution spécialisée par rapport à d'autres secteurs. » Eric Duris tente de prendre le contre-pied, sous forme de boutade : « Pourquoi vouloir verticaliser un APS alors que la finalité est d'amener de la transversalité dans l'entreprise ? Notre outil tel qu'il est construit permet d'adresser ces différentes problématiques sans mettre en place une logique de verticalisation ». « Je ne suis pas du tout d'accord, riposte Ariel Weil, c'est vrai qu'un APS est trans-

versal, mais je suis désolé, quand on parle de planification de production, fabriquer des produits frais avec des dates de péremption ou des produits High Tech, ce n'est pas la même chose. Et la spécialisation n'est pas du tout contradictoire avec le fait d'être transversal. » « Chez FuturMaster, souligne Etienne Allier, les mêmes fonctionnalités nous permettent d'adresser le secteur des produits frais et ultra-frais. Nous les utilisons aussi à présent dans les médicaments parce qu'il y a aussi des problématiques de péremption des produits et dans le High Tech car les produits se périment très vite technologiquement parlant, etc. Nous n'avons pas jugé nécessaire de faire des offres verticalisées car lors

de la mise en place l'outil, nous activons ou non les fonctionnalités nécessaires aux processus adéquats ». La fin du débat prend des allures politico-philosophiques entre Dynasys, farouche adepte de la verticalisation et les partisans de la flexibilité, comme SAP ou Oracle, qui affirment la main sur le cœur que la verticalisation est un « carcan pour le client ». Ariel Weil tente alors une motion de synthèse : « Aujourd'hui, tout évolue, les solutions doivent se rapprocher du besoin du client. Il faut garder une flexibilité et une adaptabilité même lorsqu'il s'agit d'une solution verticale ». La parole est aux clients... ■

**PROPOS RECUEILLIS PAR  
 JEAN-LUC ROGNON**