

LA LOGISTIQUE, EN PLEIN MOUVEMENT

Le secteur de la logistique n'échappe pas aux différentes mutations que connaît le monde aujourd'hui. Patrick Foillard (H.86), Président de **LOGSYTECH**, nous en dit plus sur l'impact de l'émergence des modes locatifs sur le monde de la logistique, ainsi que sur les autres évolutions que connaît le secteur.

Depuis des années, l'émergence des modes locatifs a considérablement impacté la logistique. Qu'en est-il ?

Nous constatons que les consommateurs recourent de plus en plus à la location ou au copartage des objets. En parallèle, nous assistons à une émergence de l'économie de la récupération, et la réparabilité des objets devient un critère déterminant pour les consommateurs. Cela impacte notre activité de logisticiens et nous devenons des gestionnaires de parc de produits loués. Nos systèmes de traçabilité doivent intégrer le fait que les produits ont « plusieurs vies » et proposer des prestations de tests, SAV de 1^{er} degré, nettoyage, reconditionnement et paramétrage pour réintégrer les produits en stock et assurer le fonctionnement d'un cercle écoresponsable et économique.

Les modes de livraison ont évolué, notamment par le foisonnement des nouveaux modes de livraison du dernier kilomètre. Quelles en sont les conséquences ?

Le e-commerce gagne des parts de marché sur la distribution. Chaque année, les volumes de colis livrés augmentent de plus de 50 millions d'unités, avec une forte marge de progression. Si cela se poursuit, les centres villes seront saturés. Il y a en moyenne moins de 2 colis par mois qui sont livrés dans les foyers français, mais un caddie complet de courses qui y entre chaque semaine. Si 10 % ou 20 % du caddie se transforme encore en colis internet, le système de livraison à domicile ou en points relais se retrouvera dans une impasse.

speaker



Patrick Foillard (H.86),

a dirigé un projet d'extraction minière en Guinée Conakry de 1986 à 1990. En 1991, il a été nommé PDG de la Compagnie Française de Pêche en Guyane. Il a été directeur de magasins Leader Price et Carrefour entre 1996 et 2000 avant de fonder LOGSYTECH en 2001.

entreprise

LOGSYTECH

Le groupe LOGSYTECH (20 M€ et 130 collaborateurs) fédère 5 entreprises de logistique, une SSII et un call center. Le groupe s'adresse à 3 types d'acteurs :

- Des opérateurs de téléphonie, internet et objets connectés ;
- Des web marchands omnicanals ;
- Des directions marketing et commerciales.

Face à ce défi nous voyons émerger tout un écosystème de solutions originales. Nous y participons notamment au travers de partenariats avec des startup spécialisées sur la livraison same day ou sur la collecte des retours. Nous avons aussi créé notre propre startup Voisins Relais © pour fédérer un réseau communautaire de particuliers qui recevront chez eux et relivreront ensuite les colis à leurs voisins.

La crise a aussi impacté le business model de vos clients ? Comment vous êtes-vous adaptés ?

Pendant la crise, nous avons assisté à un arrêt des flux B2B et une bascule sur les flux B2C. Au bout d'un mois de confinement, les réseaux professionnels de nos clients ont repris leur activité, mais sans les produits. Par exemple, pour un de nos clients distributeurs d'objets connectés, les techniciens réseaux, ne pouvant plus être approvisionnés en équipements de connexion, ont suspendu leurs prestations de SAV mais se sont transformés en téléopérateurs. Ils nous ont donc demandé de livrer les produits directement aux consommateurs et les appelaient ensuite pour les guider sur les phases d'installations. Nous pensons que cet exemple ne sera pas isolé et que bon nombre d'industriels pivoteront vers une nouvelle forme de relation avec leur clientèle qui impactera fortement l'équilibre des flux B2B et B2C.