

De gauche à droite : **Hervé Mao**, PDG de Nomadventure, **Benoît Soury**, DG de La Vie Claire et **Mehran Bachan**, Directeur commercial Europe du Sud de Vocollect.



La Vie Claire tourne à plein régime grâce au vocal

Un entrepôt trop petit, un matériel radiofréquence arrivé en fin de vie, La Vie Claire rencontrait de sérieuses difficultés pour accompagner sa croissance sans perdre en productivité, en attendant de s'installer dans un bâtiment plus grand. Le recours à la préparation de commande guidée par la voix lui a permis de franchir un palier.

26

Rassurant, non ? Même en cette période de morosité économique, certaines sociétés continuent à se poser des problèmes de croissance. C'est le cas de La Vie Claire, qui a réalisé en 2008 un CA de 45 M€, en hausse de 38%, et qui table cette année sur une progression de l'ordre de 20 à 30 %. La société gère environ 4.000 références de produits « bio » de toutes sortes (épicerie, compléments alimentaires, fruits et légumes, produits frais, pain, cosmétique, produits d'entretien, etc.) et s'appuie sur près de 200 magasins dans toute la France (de 80 à 800 m²). Un réseau de points de vente composé en très grande majorité de franchisés qui s'engagent contractuellement à acheter à 80 % des produits La Vie Claire. C'est un minimum, car le challenge pour la société lyonnaise est de s'approcher le

Dans la partie de l'entrepôt sous température dirigée, les terminaux vocaux sont connectés à des dispositifs de bagues de lecture de codes à barres pour scanner les poids variables des produits frais.

plus possible des 100 % en fidélisant davantage ses franchisés. Comment ? En augmentant le nombre de références produits (de 1.300 à 4.000 entre 2002 et 2009), mais aussi et surtout en proposant un service logistique



irréprochable destiné à leur simplifier la vie. Chaque magasin dispose ainsi d'un petit outil informatique fourni par La Vie Claire qui lui permet de gérer son stock et de passer commande tous les jours à l'entrepôt central situé à Chaponost, en périphérie de Lyon, afin d'être livré le lendemain avant 8h30. Pour La Vie Claire, cela nécessite une organisation logistique rigoureuse afin de réduire au maximum les délais de la préparation de commandes car une fois que les fruits et légumes et produits frais ont été réceptionnés à Chaponost (jusqu'à 8 h du matin), les premiers camions doivent partir dès 9 h 30 ou 10 h 00 pour rallier le lendemain matin Brest, Dunkerque ou Bayonne.

Première mise en œuvre de Voicelink en France

« Nous sommes une entreprise de marketing et de logistique », résume Benoît Soury, le Directeur Général de La Vie Claire. Mais l'année dernière, l'entrepôt de 4.000 m² atteint ses limites en termes de préparation de commandes : « Pendant huit ou neuf mois, la progression d'activité s'est faite au détriment de la productivité parce que l'outil de préparation de commandes avait atteint la saturation ». Deux raisons à cela : d'une part, la place réduite (d'où le projet de déménagement, voir encadré) et d'autre part, le système de lecture de code à barres par terminaux RF, mis en place en 1997, et qui arrivait en fin de vie. Pour passer le cap, la société décide d'évoluer vers le système vocal, qu'elle sait déjà utilisé par l'un de ses concurrents. « Lorsque nous avons fait le tour des solutions du marché, Vocollect s'imposait de façon assez claire ». Côté intégrateur, le choix se porte sur Nomadvance qui commercialise en France le middleware Voicelink, développé par Vocollect, pour faire le lien avec l'ERP/WMS de La Vie Claire, en l'occurrence Sage X3 (ex-Adonix), installé quelques années plus tôt par la société SRA. « Il s'agit de la première mise en œuvre de Voicelink en Europe du Sud », se félicite Mehran Bachan, Directeur Commercial de Vocollect pour cette région. « Ce qu'il y a de très intéressant, c'est qu'aucun développement n'est nécessaire, il suffit de jouer sur les nombreux paramètres pour configurer les scénarios de préparation de commande », ajoute Hervé Mao, PDG de Nomadvance. Côté matériel, La Vie Claire opte non pas

Déménagement prévu en 2010... à quelques km de là

Pour passer de 200 à 350 points de vente et pouvoir proposer un assortiment plus large (6.000 références), La Vie Claire n'aura pas d'autre choix en 2010 que de déménager. Son entrepôt de 4.000 m² à Chaponost, choisi lorsque la société a quitté la région parisienne en 2002, est devenu trop petit. Mais l'objectif numéro un étant de conserver 100 % de ses équipes, le futur entrepôt, de 12.000 m² se situera à seulement quelques kilomètres au sud, à Montagny. Conseillée par le cabinet Segula, La Vie Claire y a acquis un terrain de 47.000 m². Elle envisage de lancer la construction du bâtiment en décembre prochain (après l'obtention de l'autorisation d'exploiter), pour un démarrage opérationnel au deuxième semestre 2010.



Un manque de place criant contraint, dans certaines allées, à aligner des codes détrompeurs très proches les uns des autres.



Pour disposer d'un parc homogène utilisable en préparation de commandes, mais aussi en réception et en expédition, la société a opté pour des PDA et non des terminaux vocaux dédiés.

pour des Talkman signés Vocollect mais pour une vingtaine de PDA Motorola WT 4090, équipés du logiciel VVH (Vocollect Voice Handheld) et de casques Vocollect. Un choix guidé par la volonté de la société de disposer d'un parc homogène de terminaux, qui pourront être non seulement utilisés pour la préparation de commandes, mais aussi pour la réception et l'expédition. Certains seront également équipés de bagues de lecture de codes

à barre pour scanner les poids variables des produits frais.

Un volume d'activité en hausse de 28 %

Le déploiement s'effectue par étape. Un mois de mise en place et de paramétrage, en septembre 2008, puis un déploiement technique étalé sur octobre, d'abord sur la préparation des colis détail (600 à 700 références sur une allée unique), puis sur l'épicerie et les produits frais. La partie fruits et légumes, elle, ne sera pas concernée car elle nécessite un contrôle des poids de préparation et la possibilité de recourir fréquemment à des substitutions de produits en cas de rupture, ce qui est difficilement gérable avec un guidage vocal. Le système tourne à plein régime depuis début décembre, et le premier bilan dressé par Benoît Soury est plus que satisfaisant. « Sur



©JLR

Benoît Soury, Directeur général de La Vie Claire : **« Sur les trois premiers mois de l'année 2009, le volume d'activité a progressé de 28 %, avec un effectif de 15 personnes pour la préparation de commandes, là où il en fallait en moyenne 17,5 auparavant »**

les trois premiers mois de l'année 2009, le volume d'activité a progressé de 28 %, avec un effectif de 15 personnes pour la préparation de commandes, là où il en fallait en moyenne 17,5 auparavant ». Une réduction de plus de 10 % de la masse salariale qui devrait contribuer rapidement à rembourser l'investissement et à baisser le prix des produits. « Au total, en prenant en compte le déploiement, le matériel, le logiciel, les prestations de SRA et Nomadvance ainsi que le changement du réseau WiFi et de toutes les antennes radio, le projet nous a coûté environ 160.000 € », précise-t-il.

Des marges de progrès dans le taux d'erreurs

La mise en place du vocal entraîne même quelques effets induits. « L'outil nous rend encore plus exigeants, notamment sur le niveau de qualité de l'organisation des rayonnages dynamiques », note ainsi Benoît Soury. La société travaille par ailleurs sur l'évolution de son outil informatique de gestion du personnel, pour qu'il prenne en compte les horaires effectués par les préparateurs dans les différentes tâches (picking, préparation, réappro, etc.) dans ses analyses de production horaire personnelle, utilisées pour le calcul des primes. En revanche, il est un point sur lequel le vocal n'a pas encore donné sa pleine mesure : celui de la lutte contre les erreurs de préparation, notamment sur les allées où les casiers sont très proches les uns des autres. « Le taux d'erreurs est resté aujourd'hui à peu près identique, à environ 0,6 à 0,7 % des commandes, malgré l'utilisation de codes détrompeurs », reconnaît Benoît Soury. L'un des axes d'amélioration à l'étude serait d'effectuer les annonces au préparateur non pas en unités de vente consommateur (UVC), mais en PCB (par combien), c'est-à-dire au carton. « On simplifierait énormément l'annonce en raisonnant par PCB complet et non pas par UVC, d'autant qu'en cas de changement de PCB, le préparateur n'est pas forcément au courant », précise-t-il. Le manque criant de place y est sans doute aussi pour beaucoup : dans certaines allées, les codes détrompeurs se succèdent à quelques dizaines de centimètres de distance. Une hypothèse à vérifier en 2010, dans le futur entrepôt, qui sera trois fois plus grand !

Jean-Luc Rognon

La Vie Claire n'est pas un long fleuve tranquille

L'histoire de La Vie Claire pourrait presque s'écrire avec un grand H. Elle remonte à 1946, lorsqu'Henri-Charles Geffroy, un ancien poilu gazé pendant la Grande Guerre et converti au régime végétalien, décide de créer une revue vantant les mérites d'une alimentation saine. Le journal s'appelle La Vie Claire. Mais la véritable naissance de la société intervient deux ans plus tard, quand Henri-Charles Geffroy, allant jusqu'au bout de son idée, fonde une coopérative pour ses abonnés. Petit à petit, certains clients deviennent de mini-grossistes, les futurs franchisés. En 1980, La Vie Claire est rachetée par Bernard Tapie, qui la conservera dans son giron pendant 15 ans. C'est là où elle acquiert une notoriété médiatique, en sponsorisant notamment l'équipe de Bernard Hinault sur les Tours de France 1986 et 1987. Le marketing prend une importance capitale, d'autant que les produits sont désormais vendus aussi en grande surface, ce qui place les franchisés dans une situation délicate. Au début des années 1990, elle compte 250 franchisés et le CA avoisine les 150 MF. En 1996, l'entreprise est exsangue et déficitaire. De nombreux franchisés ont quitté le navire. Ses titres, récupérés par le Crédit Lyonnais, sont revendus au groupe Distriborg (distributeur en France des marques Bjorg, Vivis, Gayelord Hauser, Krisprolls, etc). En 2000, son actionnaire majoritaire, Régis Pelen cède Distriborg au groupe néerlandais Wessanen, mais conserve La Vie Claire. En 2002, la société quitte la région parisienne pour s'installer près de Lyon, à la fois pour des raisons économiques et logistiques. Depuis, le réseau de magasins est passé de 80 à 2.000, et le nombre de références gérées de 1.300 à 4.000. Le CA est passé d'un peu moins de 10 M€ à 45 M€ en 2008.