

DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE LOGISTIQUE POUR UNE FMCG

Notre client est une **FMCG leader sur son marché** dont le siège est établi en Suisse.

La multinationale, présente à l'international grâce à ses 50 marchés, développe une stratégie omnicanal et propose trois type de produits distincts.

CONTEXTE

C'est en **période de forte croissance** et sans avoir remis en question la stratégie Supply Chain de l'entreprise depuis plusieurs années que son Directeur Supply Chain nous a contactés.

La FMCG souhaite concevoir le réseau logistique optimal d'approvisionnement et de distribution de ses flux «négoce», avec comme finalité:

- Augmenter la flexibilité pour supporter le développement du business
- Diminuer les coûts logistiques
- Réduire les délais d'approvisionnement des marchés («Time to Market»)
- Minimiser l'impact environnemental

NOTRE RÔLE

L'approche retenue pour répondre aux besoins du client consiste en 4 étapes :

1. Diagnostic de la situation actuelle: cartographie des flux et modélisation des coûts
2. Création de 3 scénarios alternatifs à la situation actuelle
3. Modélisation des scénarios et évaluation par rapport aux objectifs fixés
4. Recommandation d'un scénario, estimation des investissements nécessaires et construction du plan d'implémentation

RÉSULTATS

Relocalisation du centre de distribution plus près de la demande et augmentation des flux directs des fournisseurs vers les marchés

- Diminution des coûts de transport de 33%
- Réduction des délais d'approvisionnement de 10 à 20% selon les flux
- Minimisation de l'impact environnemental (CO₂) de 15%