

Octobre 2017

## LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EN LOGISTIQUE

Le monde de la logistique en mutation



**IKEA: engagement total pour un avenir durable**

Entrevue avec Lorenz Isler

**Nouvelles options pour la transmission de données**

Avec «Sieber-Control-Tower», c'est possible

**Sieber passe au numérique**

Les nouveaux modèles d'affaires numériques sont porteurs de valeur ajoutée



## Éditorial

La numérisation – automatiser à court terme ou innover durablement

Ce qui est écrit aujourd'hui sur la numérisation doit être la plupart du temps remis en question de manière critique. De nombreux esprits confondent l'intention d'automatiser des processus d'affaires avec la notion de numérisation. Cela appartient en fait au passé. Le groupe Sieber établirait-il encore aujourd'hui toutes ses factures à la machine à écrire par exemple? Non. Notre équipe de six personnes traite à l'heure actuelle plus d'un million de commandes et établit plus de 50'000 factures. Ce processus exemplaire est déjà automatisé en grande partie.

La numérisation signifie penser en modèles d'affaires, en avantages pour le client, en technologies ou en «out-of-the-box». C'est difficile dans beaucoup de milieux car les modèles d'affaires existants fonctionnent dans des structures encore florissantes ou des investissements réalisés «cimentent» ces modèles d'affaires. Cela vaut également pour les logisticiens tels que le groupe Sieber. La transformation continue signifie pour nous d'abord un changement de mentalité afin de préparer notre entreprise à l'avenir.

Je vous souhaite une excellente lecture de nos actualités logistiques durables – durables autant au sens écologique du terme que de l'avenir entrepreneurial.

Christian Sieber  
CEO



## ➤ IKEA: engagement total pour un avenir durable

**IKEA Suisse mise depuis de nombreuses années sur Sieber Solutions et sur des prestations de service élargies comme le transport, l'installation et le montage de pièces d'ameublement chez ses clients. Dans le cadre de cette collaboration fructueuse, le thème du développement durable ne peut pas être ignoré. Une raison suffisante pour mener une entrevue avec Lorenz Isler, le responsable développement durable chez IKEA Suisse.**

**Christian Sieber:** Monsieur Isler, merci beaucoup pour le temps que vous nous consacrez. Une question fondamentale – en quoi consiste votre mission de responsable développement durable chez IKEA?

**Lorenz Isler:** Nous avons une stratégie de développement durable globale, laquelle dirige notre action à l'échelle mondiale et s'applique à toutes les organisations nationales. Chaque pays décide ensuite des mesures avec lesquelles il souhaite atteindre ou mettre en œuvre les objectifs fixés. En tant qu'IKEA Suisse, nous tentons d'endosser un rôle de précurseur. Nous avons été l'un des 3 pays pilotes à avoir pris en gamme les installations solaires pour les propriétaires de maisons privées. Nous avons même été le premier «pays IKEA» en 2015 à miser à 100% sur la technologie LED, aussi bien pour la vente que pour l'éclairage de nos magasins d'ameublement. Mais nos activités à elles seules auront trop peu d'impact pour provoquer la transformation dont nous avons besoin, face aux défis globaux. C'est pourquoi nous nous engageons pour une politique environnementale ambitieuse et durable et faisons entendre notre voix dans ce dialogue.

**Quels sont les principaux éléments que fixe IKEA dans sa stratégie de développement durable?**

Le changement climatique, la raréfaction des ressources et le nombre de consommateurs en augmentation constante font partie des principaux défis de notre époque. Nous considérons ces missions de taille comme une opportunité et souhaitons être une partie de la solution. Dans le cadre de notre stratégie de développement durable, nous nous fixons un objectif ambitieux: avoir un impact positif sur les gens et sur l'environnement. Nous misons sur l'efficacité énergétique et sur les énergies renouvelables, appliquons une gestion des ressources naturelles responsable, assistons

nos clients pour une vie durable dans leur habitat et promovons des rapports équitables avec les individus et les communautés. Je vous donne volontiers quelques exemples de notre engagement. Saviez-vous par exemple qu'IKEA

- > propose des fours, des réfrigérateurs ou des lave-vaisselles abordables dans la meilleure catégorie d'efficacité énergétique?
- > a augmenté l'efficacité énergétique de ses magasins suisses de 25% au cours des cinq dernières années?
- > que l'abandon des palettes Europool au profit des palettes en carton nous a permis d'économiser 20% des transports en Suisse?
- > utilise des installations solaires sur les toits de tous ses magasins en Suisse?
- > propose un coton provenant à 100% de sources durables?
- > à partir de 2020, produira globalement au moins autant d'énergie renouvelable que l'entreprise n'en consomme?
- > à partir de 2020, obtiendra le bois, le carton et le papier à 100% de FSC ou de sources recyclées et que 100% du plastique utilisé dans nos meubles en plastique proviendront de sources renouvelables ou recyclées?
- > mène en Suisse un programme d'intégration des réfugiés qui a permis à 110 réfugiés d'acquérir une expérience professionnelle au cours des trois dernières années?

Comme vous le voyez, nous avons réalisé beaucoup de choses dans ce domaine. Mais il reste encore beaucoup à faire!

**Nous avons actuellement le sentiment que le développement durable est dépassé par la numérisation sur le plan thématique. Les bits et les octets cacheraient-ils dorénavant la forêt aux yeux des entreprises?**

Non, nous ne le voyons pas comme cela chez IKEA. Naturellement, la numérisation peut avoir un impact positif sur le développement durable mais cela ne rend pas ce dernier obsolète pour autant. Nous essayons d'associer ces deux sujets.

**Est-il aujourd'hui possible pour une entreprise d'obtenir un retour sur ses investissements dans le développement durable? Ou cet investissement doit-il plutôt être imputé au marketing?**

Un retour sur investissement devrait toujours être visé. Le développement durable crée des emplois, conduit à des réductions de coûts et promeut l'innovation.

**Je suis d'avis que ce ne sont pas les mesures individuelles qui génèrent le plus de valeur ajoutée, mais une orientation consciencieuse de la chaîne d'approvisionnement – également au moyen de nombreuses petites mesures. Tous les acteurs, du producteur jusqu'au consommateur, y ont leur part de responsabilité. Êtes-vous de cet avis?**

Oui, je suis de cet avis. Je pense toutefois qu'IKEA doit endosser la responsabilité principale concernant sa chaîne d'approvisionnement. Notre stratégie de développement durable va dans ce sens. Par exemple, c'est ainsi que nous influençons notre empreinte carbone, de la matière première jusqu'à l'élimination ou au recyclage du produit.

**Si vous pouviez donner un conseil à nos clients pour accroître le développement durable, quel serait-il?**

Misez sur la technologie LED! Vous utilisez jusqu'à 85% d'énergie en moins, les ampoules durent jusqu'à 20 ans et ne contiennent pas de mercure comme les ampoules à faible consommation d'énergie. Pour les propriétaires de maisons, je recommande naturellement nos installations solaires que nous proposons en collaboration avec Helion Suisse.

**Monsieur Isler, nous vous remercions cordialement pour vos explications intéressantes.**





↪ sieber roule avec  
UNE ÉMISSION  
DE CO<sub>2</sub>  
RÉDUITE DE 94%  
Grâce au biodiesel

## ↪ Le développement durable en logistique

**Malgré toutes les polémiques sur la transition énergétique, toutes les parties sont pratiquement unanimes: l'énergie fait partie des thèmes d'avenir majeurs. Le développement durable y joue un rôle central. Mais en quoi la logistique peut-elle y contribuer? Quel rôle joue celle-ci dans un monde de plus en plus numérique?**

Les principales émissions du secteur logistique sont dues en premier lieu au transport, au contrôle des températures des marchandises et à l'intralogistique. En particulier dans ces domaines, des optimisations parfois drastiques ont été réalisées pour un même degré de fonctionnalité au cours des dernières années. C'est également le cas dans le transport routier.

En avril 2017, le groupe Sieber a mis en service ses 6 premiers poids lourds au biodiesel de seconde génération. Ce nouveau biodiesel est fabriqué à partir de déchets et résidus organiques qui ne peuvent plus être utilisés pour la fabrication de denrées alimentaires ou d'aliments pour animaux. Les émissions produites par le camion sont ainsi réduites de 94,7%. Du CO<sub>2</sub> est encore émis seulement lors de la production. A titre de comparaison: ces 6 véhicules produisent en pleine charge (240 t de poids total) la même quantité de CO<sub>2</sub> qu'une voiture de classe moyenne présentant une consommation moyenne de 8,5 litres/100 km. C'est pour Sieber un exemple d'exploitation durable des ressources. Ce type de propulsion à base de déchets nous permet de fournir des prestations de transport sans restrictions pour nos clients.

De tels exemples montrent qu'il est possible de mettre en place des mesures dans de nombreux domaines. Sieber ancre la philosophie de la durabilité à tous les niveaux de l'entreprise. En particulier chez les logisticiens, l'intégration des collaborateurs dans ce projet revêt une grande importance car une grande partie des émissions est influencée quotidiennement par les activités opérationnelles. Ainsi, les collaborateurs peuvent réduire jusqu'à 20% de l'émission moyenne par une réflexion commune active et une gestion habile des ressources d'exploitation.

Nous sommes convaincus que dans les années à venir, diverses sources énergétiques seront largement utilisées en logistique. L'électromobilité se développe par exemple en continu. Mais également l'utilisation de carburants au gaz ou justement au biodiesel devrait se répandre. Pour promouvoir cette percée d'un point de vue économique, les entreprises engagées auraient besoin du soutien du législateur. Des redéfinitions substantielles des poids totaux pour les véhicules électriques, des exigences adaptées pour les stations-service délivrant des carburants écologiques alternatifs, ou simplement l'immatriculation de cargo-bikes pour la logistique urbaine, s'avèreraient très utiles.

## ↪ De multiples options pour la transmission de données

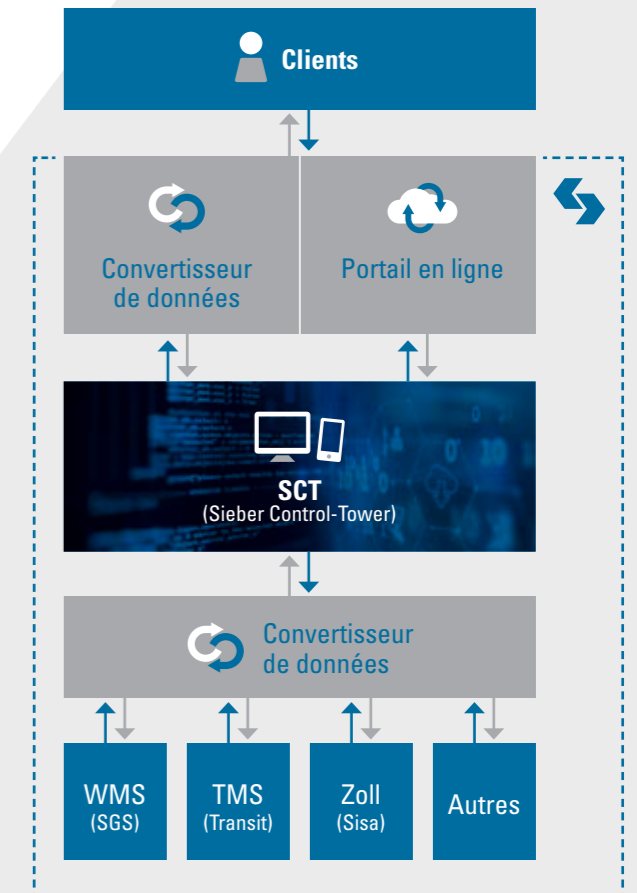
Avec notre innovation «Sieber-Control-Tower», c'est possible!

Grâce à son nouveau développement, le groupe Sieber peut vous offrir, cher client, cher partenaire, diverses possibilités de transmission de données, et peut réagir à vos exigences avec rapidité et flexibilité. La «Sieber-Control-Tower» (SCT) qui fonctionne comme un intergiciel, sera mis en service avant la fin de l'année 2017.

La SCT nous permet de garantir l'interconnexion des environnements de systèmes et des sources de données les plus divers (vers l'interne comme vers l'externe). Nous obtenons ainsi une standardisation volontairement élevée au sein de nos processus et dans la qualité des données en résultant. Nous sommes ainsi en mesure d'enrichir les données reçues d'autres informations et obtenons ainsi une flexibilité maximale pour les exigences nouvelles ou supplémentaires des clients. Une autre caractéristique est le routage de données qui est géré par la SCT. Cela nous permet de transmettre des données avec une sécurité et un adressage parfaits aux systèmes cibles correspondants, tout en garantissant une surveillance permanente. Peu importe qu'un ou plusieurs systèmes cibles (gestion des stocks, gestion du transport, comptabilité, etc.) soient utilisés pour le traitement des commandes. Nous pouvons garantir à tout moment que les données de commandes soient mises à la disposition du système cible concerné en fonction des processus, dans le bon ordre et au bon moment.

Un portail Internet en ligne intégré dans SCT nous permet d'afficher l'état de traitement actuel (reçu, traité, envoyé, etc.) et les informations Track & Trace sur l'état de la livraison (enlevée, livrée, etc.). Ce portail en ligne nous permet également d'instaurer un accès pour la saisie des commandes et la gestion pour les clients qui ne possèdent pas d'interface. Nous sommes de plus en mesure de représenter un tableau de bord sous la forme d'un graphique doté d'évaluations et de KPI avec le portail en ligne.

Entre le client et notre SCT, nous utilisons l'outil éprouvé «Lobster\_data» de la société Lobster GmbH, lequel garantit un traitement de toutes les structures de données et canaux de données conventionnels à une vitesse de traitement élevée et communique directement



avec notre SCT. Notre équipe de développement compétente réalise avec ce logiciel de nouvelles connexions d'interface pour l'échange de données entre les systèmes des clients et des partenaires, en transformant les différents formats de données par le biais de divers canaux de données en un standard Sieber. Une logique élargie de traitement des données clients est implémentée en même temps et en supplément, laquelle garantit à son tour que les commandes soient correctement traitées par les systèmes. La même méthodologie est appliquée dans le sens inverse, afin de retourner les messages d'état vers le client.



## ↳ Sieber passe au numérique

**Développer des modèles d'affaires numériques novateurs, générer de nouvelles valeurs clients et optimiser numériquement les processus existants. Voici les nouvelles possibilités que nous utilisons au sein du groupe Sieber.**

C'est évident: la numérisation nous propulse dans une ère passionnante. Elle est dans toutes les bouches et débattue quotidiennement par le biais de divers canaux. A partir de là, il faut se poser des questions. Des questions telles que «Qui sont nos clients?», «Quelle est la valeur ajoutée?», «Quelles valeurs véhiculons-nous?», «Avec quelles prestations de service résolvons-nous quels problèmes?» ou lorsque nous pensons aux réseaux sociaux, «Par quels canaux le client arrive-t-il jusqu'à nous?». Nous nous sommes certainement déjà posés ces questions dans le passé. La nouveauté est cependant que nous devons nous poser ces questions en nous focalisant sur le numérique.

Le terme «numérisation» est déjà devenu un «buzz word» pour beaucoup d'entre nous. Malheureusement, il est aussi devenu incontournable. Il n'existe aucune alternative. Vous vous demandez: «Est-ce juste un buzz? Ce buzz va-t-il nous gagner ou retombera-t-il dans l'oubli? Où cela nous mènera-t-il?». Peut-être la numérisation n'est-elle que le résultat de développements technologiques fulgurants. Mais peut-être pas. Les chiffres d'affaires du commerce en ligne affichent une croissance incroyable. Les clients achètent de plus en plus sur les plates-formes en ligne telles qu'Amazon ou Alibaba. Jusqu'ici, cela reste encore du B2C mais les plates-formes de commerce B2B suivront ou sont déjà réalité. Le client se sent libre et autonome, mot-clé: «Customer Journey». Quelle que soit la tournure des événements, chez Sieber, nous ne souhaitons pas nous fermer au développement numérique et sommes prêts à affronter les défis à venir.

On dit que les logisticiens seraient des numérisateurs de la première heure. On le constate à la multitude de start-up qui appréhendent aujourd'hui déjà le thème de la logistique et ses spécificités. Le concept de base est toutefois résolument identique. C'est la connexion d'une plate-forme numérique (avec ou sans boutique en ligne) avec la fourniture physique de prestations de service. Dans ce cadre, des tendances telles que l'intégration des surfaces de transbordement et de stockage en tant que points de prélèvement – afin que l'acheteur puisse retirer lui-même les marchandises directement dans les succursales – sont prises en compte.

### Rien ne reste comme avant

Les entreprises qui n'examinent pas les opportunités numériques de leurs structures, processus, produits et/ou prestations de service dans toute leur étendue et qui n'appréhendent pas activement les changements, seront distancées! Car les relations entre les donneurs d'ordre et les prestataires gagnent fortement en complexité. Le client attend un traitement purement numérique des services, pouvant être suivi en

temps réel grâce à la technologie Track & Trace ou par des réponses électroniques. S'ajoute à cela l'exigence d'un co-guidage actif de la part du client ou de l'acheteur, qui peut procéder à des changements de restrictions même si la marchandise se trouve déjà dans la tournée de livraison. Le traitement électronique correspondant de la facturation et du paiement va de soi. La numérisation fait du client et/ou de l'acheteur un «Prosommateur» (fusion des termes producteur et consommateur) puisqu'il intervient de manière proactive dans la gestion de la fourniture des prestations et co-décide en permanence comment et quand la prestation de service doit être fournie.

Du point de vue d'un logisticien moyen, de telles exigences ou d'autres peuvent être considérées en premier lieu comme une menace pour le cœur de métier. Ce point de vue n'est pas faux s'il ne parvient pas à s'opposer par des moyens numériques à la complexité évoquée et à la flexibilité y afférente. L'autre question est de savoir si, en tant que prestataires logistiques, nous parvenons à communiquer numériquement avec nos clients et à générer des données valables que nous pouvons mettre en permanence à notre disposition et à celle de nos clients. Ces exigences en augmentation constante, animées par notre environnement, courent après des modèles d'affaires dans lesquels le degré de numérisation décide du succès ou de l'échec de l'entreprise. Nous devons d'une part tirer profit des possibilités techniques, mais d'autre part apprendre à réfléchir en modèles d'affaires (et moins en fonction des différentes prestations de service).

La numérisation n'est pas une mission que l'on peut simplement déléguer au service informatique, même si celui-ci rend possible les parties numériques des modèles d'affaires. Elle devient une mission pour l'entreprise toute entière et a des incidences jusque dans ses moindres recoins. Il devient donc évident qu'à l'avenir, il ne faudra pas se contenter de créer et de développer seulement quelques nouveaux modèles d'affaires individuels. De notre point de vue, il faudra former des équipes mixtes et interdisciplinaires qui réaliseront les modèles d'affaires du futur.

Tout ceci aura un impact direct sur chacun de nos collaborateurs. Toutefois, chaque individu contribuera également à la mutation culturelle du groupe Sieber, un changement qui témoignera de notre flexibilité, «ce que nous défendons et ce pour quoi nous agissons». Notre future manière d'agir en interaction avec notre environnement (clients, fournisseurs, prestataires, société, etc.) génèrera en fin de compte une nouvelle perception du groupe Sieber. Pour promouvoir et soutenir ce processus de changement (transformation), nous avons créé depuis le 1er septembre 2017 la fonction de CDO pour le groupe Sieber.

Nous sommes convaincus que la réalisation de projets de numérisation à l'échelle mondiale n'est pas réservée aux gros acteurs du

marché tels que Uber ou Airbnb. Au contraire, la numérisation offre également aux PME l'opportunité de penser selon de nouveaux modèles d'affaires soutenus par la technologie de l'information. Une multitude d'applications, de services en ligne et de packs de logiciels, mais également les systèmes de capteurs et les appareils de mesure dans les moyens d'exploitation, permettent des augmentations sensibles de l'efficacité grâce à la transparence des processus, la gestion des processus et la réduction des ressources par le partage des ressources. L'important reste toutefois que la numérisation ne soit pas uniquement perçue comme l'augmentation de l'efficacité des processus existants. Il s'agit plus exactement de constituer de nouveaux avantages clients dans des modèles d'affaires numériques qui sont assistés par les technologies susmentionnées.

### Un projet d'avenir chez Sieber

Au cours des 12 derniers mois, le groupe Sieber a mis en place un nouveau modèle d'affaires numérique avec un client. Ce concept permet aux acheteurs d'acquiescer des articles référencés chez notre client (sur sa boutique en ligne) et de co-planifier la livraison et l'enlèvement. Nos prestations de service incluent la logistique de stockage et de transport réalisée par nos soins, ainsi que la facturation automatique de notre prestation, le tout dans le cadre d'une commande, d'une sécurité et d'un traçage numériques (dans tous les processus).

#### Stockage et commissionnement

Après la commande, les données sont transmises à notre système de gestion des stocks par le biais d'une interface via Sieber-Control-Tower. Ce système commande en cas de besoin les réassorts d'une manière totalement automatisée à partir de l'entrepôt à hauts rayonnages jusqu'à la zone de prélèvement, où nos collaborateurs rassemblent les articles souhaités d'une manière adaptée à la commande et au transport. Les informations consécutives sur l'état de tous les processus sont collectées sous forme numérique et renvoyées en temps réel à la boutique en ligne de notre client via notre tour de contrôle. De ce fait, diverses informations différenciées sont mises à la disposition du client à des fins de traitement. Les informations liées au transport sont simultanément préparées et transmises au système de gestion des transports par le biais de Control-Tower.

#### Livraison et enlèvement

Le conducteur passe du rôle de conducteur à celui de service sur place, chez le client, et inversement. Dans ce cadre, le collaborateur nous communique par le biais d'une application mobile les activités qu'il effectue pendant le trajet et lors des transactions sur place (remise et reprise des articles) en «temps réel». Pendant les transactions, aucun document n'est rempli ou signé, tout est exécuté de manière numérique sur l'application du téléphone mobile. Les données collectées nous sont retournées en temps réel et communiquées à notre client via Control-Tower, lequel déclenche un avoir sur la base de nos informations numériques à l'acheteur (lequel devient vendeur en cas de restitution de la marchandise). Ces données sont simultanément transmises à des fins de traitement (via Control-Tower) au système de gestion des stocks afin que la prise en charge des articles puisse être opérée à l'arrivée du conducteur. Dès que tous les processus opérationnels sont traités et communiqués sous forme numérique, l'ensemble de la prestation est facturée et clôturée en arrière-plan par notre système de facturation.

Cet exemple montre que les moyennes entreprises peuvent développer des solutions porteuses de valeur ajoutée pour le «consommateur». C'est ce que nous entendons par: «sieber – the way of logistics»



**Sieber Suisse**

Aigle · Allaman · Altstätten  
Au · Bedano · Berneck · Biberist  
Chiasso · Balerna · Dietikon  
Kloten · Pratteln · St. Margrethen  
Villeneuve · Widnau

**Sieber Autriche**

Lauterach · Vienne · Wolfurt  
Infoline +43 (0)5574 71900 15

**Sieber USA**

New York

**Sieber Vietnam**

Ho Chi Minh City

[www.sieber.ch](http://www.sieber.ch)

[info@sieber.ch](mailto:info@sieber.ch)

Infoline +41 (0) 800 817 070

