



Avec le concours de



SOMMAIRE

I.	CARTOGRAPHIE DE LA SUPPLY CHAIN	p. 2
II.	PERFORMANCES LOGISTIQUES	p. 6
III.	AUDIT DES « FORCES ET FAIBLESSES »	p. 7
IV.	DISCUSSION DES RESULTATS	p. 10
V.	PLAN D' ACTIONS	p. 12

Audit réalisé le **XXX**

Moyenne générale : **XXX / 4**

I. CARTOGRAPHIE DE LA SUPPLY CHAIN

Société :

Date de création :

Type d'activité :

Chiffre d'affaires HT :

Effectif :

Entreprise indépendante

Volumétrie annuelle :

Secteur d'activité :

Taux de croissance chiffre d'affaires (2010) :

Taux de croissance des effectifs (2010) :

Contact :

Fonction :

E-mail :

COORDONNEES

Adresse :

Téléphone :

Site web :

STRATEGIE D'ENTREPRISE / STRATEGIE LOGISTIQUE

Stratégie d'entreprise

- Domination par les coûts : XX %
- Différenciation par la qualité, le service au client : XX %
- Stratégie de niche : XX %

Stratégie des opérations

- Fabrication sur stock : XX % CA
- Fabrication à la commande :
- Configuration à la commande :
- Conception à la commande :

Externalisation

- Production : XX % CA
- Entreposage : XX % CA
- Transport aval : XX % CA

Collaboration logistique :

- Fournisseurs : Modèle utilisé ? Oui/Non
- Clients : Modèle utilisé ? Oui/Non

Système d'information :

Système de traçabilité :

Système EDI :

Projets logistiques réalisés :

> XXXX

> XXXX

Projets logistiques en cours :

➤ XXX

Projets logistiques planifiés :

> XXX

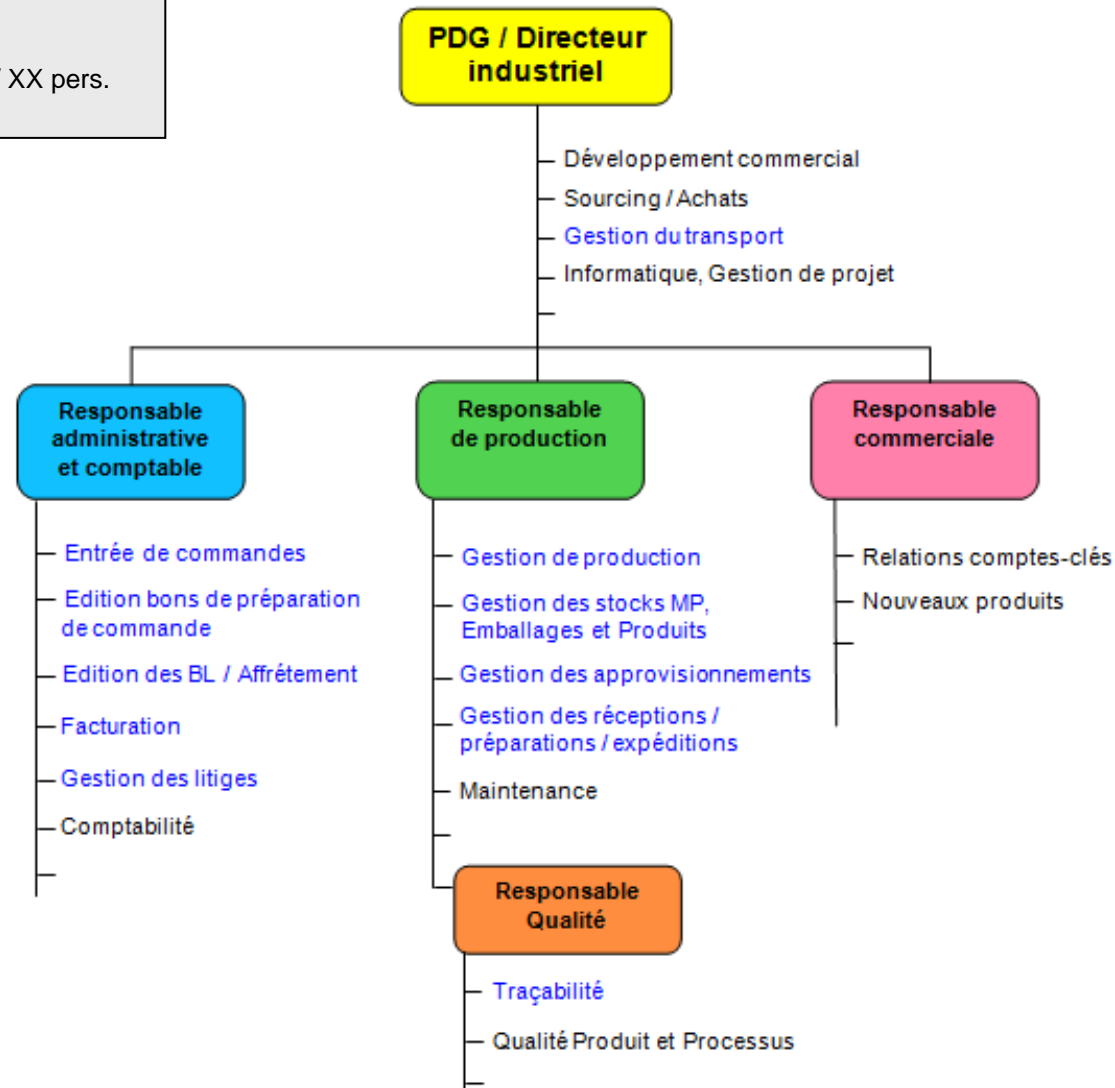
STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Cet organigramme montre la répartition des **activités logistiques** et autres activités entre les différentes directions de l'entreprise.

EXEMPLE

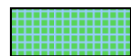
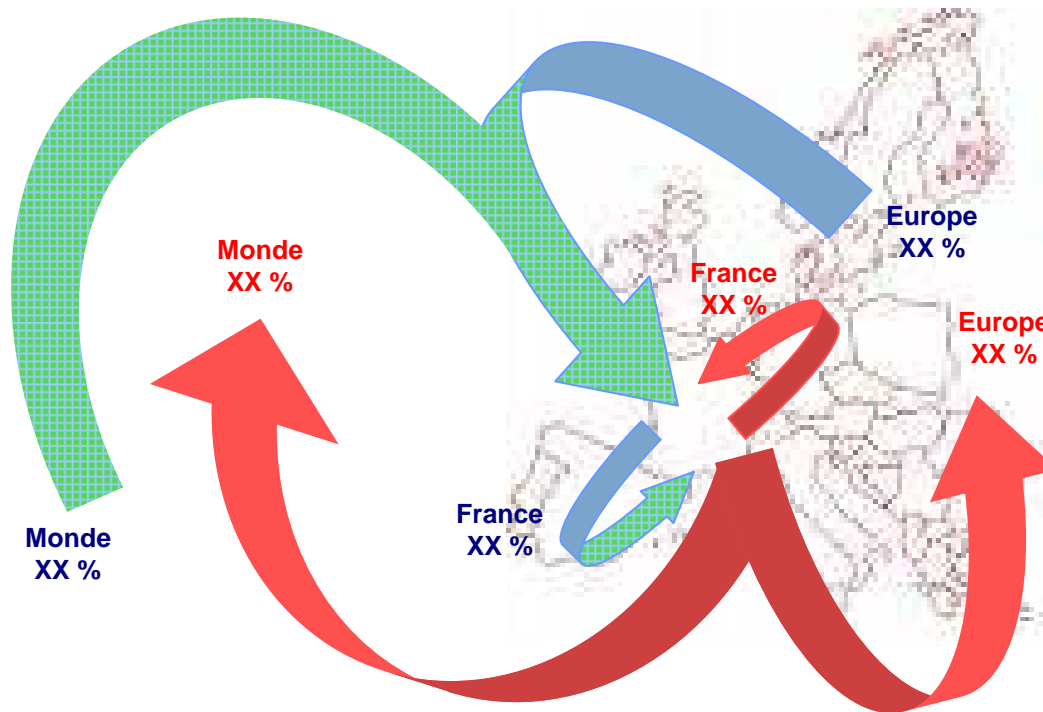
Présence d'un responsable Qualité :
Entreprise certifiée ISO 9001 V2000 :
Présence d'un responsable logistique :

Nb de pers. en logistique / effectif total : X / XX pers.



SOURCES D'APPROVISIONNEMENT ET MARCHES DE L'ENTREPRISE

La figure ci-dessous montre la provenance des achats (France, Europe, monde) et la destination des produits finis commercialisés à l'échelle nationale, européenne et mondiale (en % du budget Achats et du chiffre d'affaires).



Flux d'entrée



Flux de sortie

Balance commerciale : XX %

Répartition des ventes sur le marché français :

- Entreprises de production :
- Grossistes, importateurs :
- Grandes et moyennes surfaces (GMS) : XX %
- Détaillants indépendants, RHD : XX %
- Vente directe aux consommateurs (B2C) :

Structure des commandes et des livraisons :

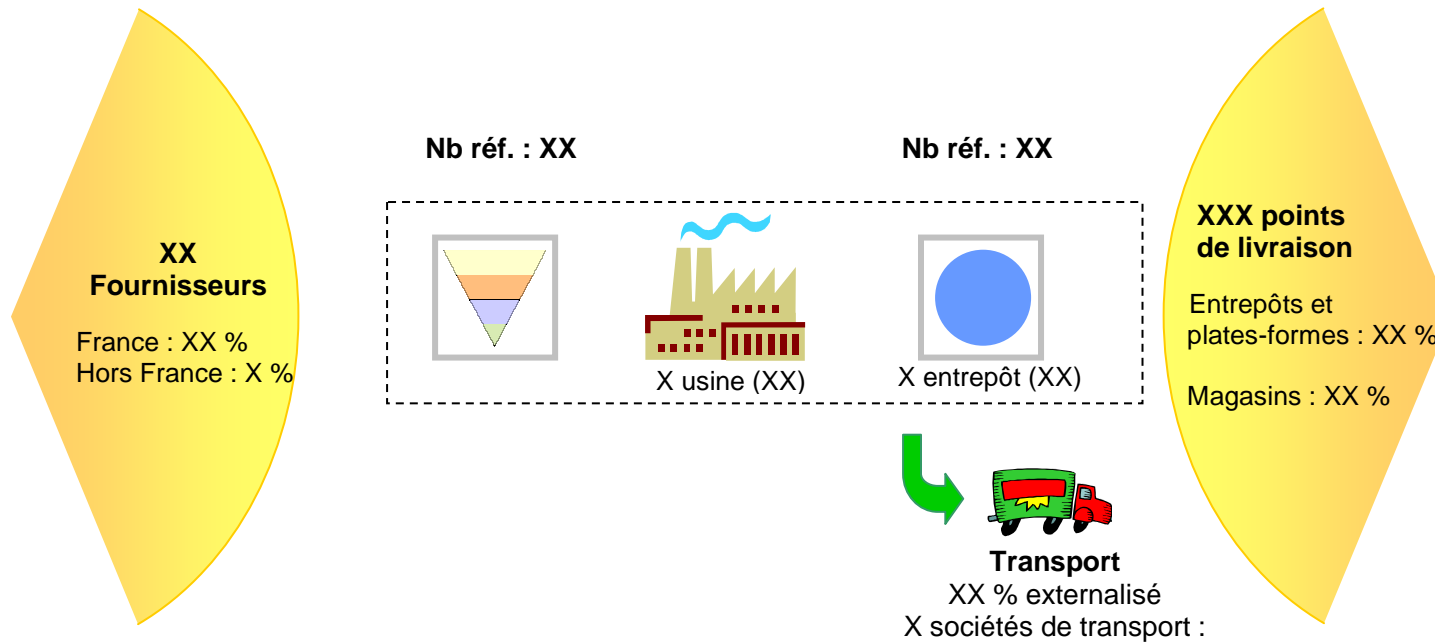
Critères	Valeurs moyennes
Nombre de commandes / an	
Taille des commandes clients	
Nb de lignes / commande	
Nombre de livraisons / an	
Fréquence des livraisons	
Délai de livraison	
% livraisons franco / Prix départ	
Mutualisation des livraisons	

DLUO : XXX

Type de transport : XX % transport routier – T°C : XX°C

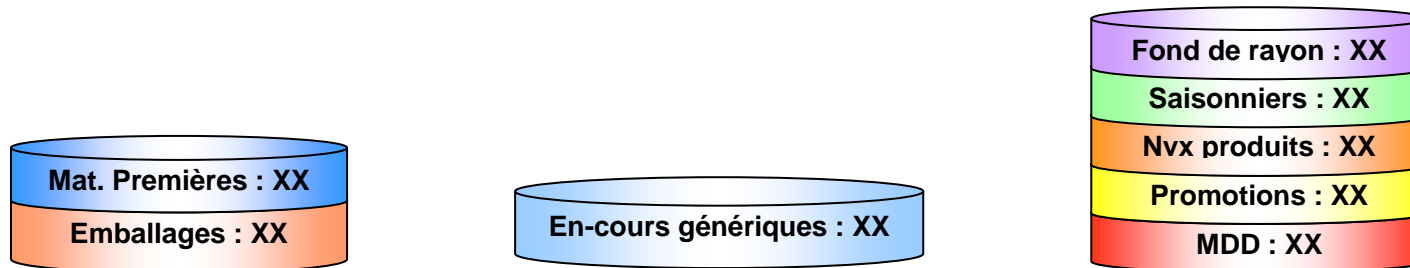
STRUCTURE DE LA SUPPLY CHAIN

La supply chain est complexe de par la diversité des flux internes en interaction avec un grand nombre de fournisseurs, de prestataires et de clients (points de livraison) à livrer.



STRUCTURE PRODUITS

La structure Produits indique la composition du portefeuille de produits (en nombre de références) en entrée et en sortie du processus de production/distribution.



II. PERFORMANCES LOGISTIQUES

Les indicateurs suivants (valeurs moyennes) reflètent les principales performances logistiques et financières de l'entreprise en interne, ainsi qu'avec les clients, les prestataires et les fournisseurs.

Période analysée : 2010

Indicateurs clés	Fournisseurs	Entreprise	Prestataire logistique	Transporteurs	Clients
Taux de service et litiges					
Délais d'obtention					
Valeur du stock moyen (MP, emballages, encours, PF)					
Fiabilité des prévisions de vente					
Budget Transport					
Excédent brut d'exploitation					
Besoin en fonds de roulement					

Commentaires :

XXX.

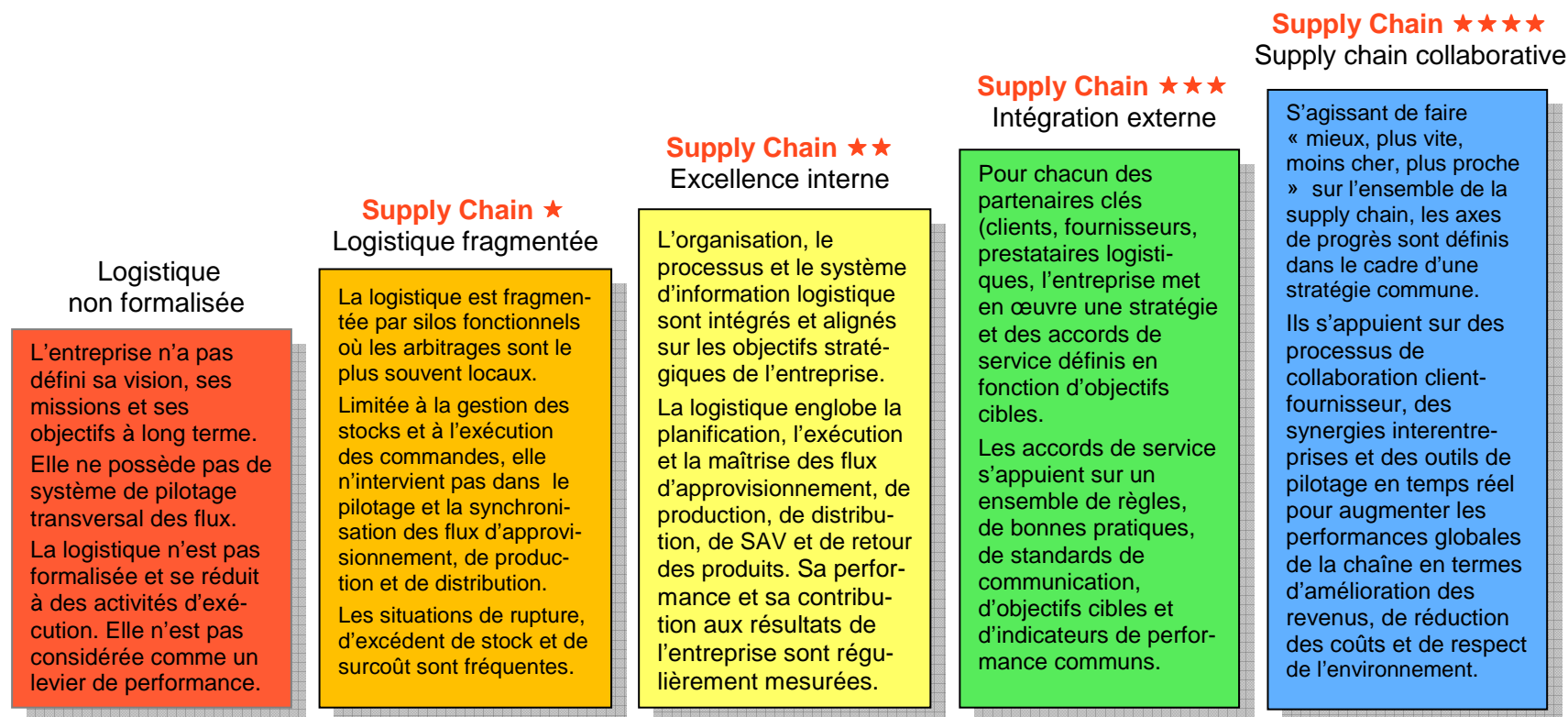
III. AUDIT DES FORCES ET FAIBLESSES / REFERENTIEL SUPPLY CHAIN MASTER

Conçu pour la compétitivité des **PME de 10 à 250 personnes** du secteur des produits de grande consommation (PGC), de l'équipement de la maison, de la mécanique, de l'électronique, de la plasturgie, de l'édition, du luxe, de la santé, etc., le référentiel « **Supply Chain Master / PME** » permet de dresser un **bilan complet** des pratiques logistiques de l'entreprise, d'en mesurer les **forces et faiblesses** sur une échelle de 0 à 4 et d'établir un **plan d'actions prioritaires**.

Développé par des experts Supply Chain issus des métiers de l'industrie, de la distribution et de la prestation logistique, il s'appuie sur les **standards, normes, concepts et bonnes pratiques logistiques** développés par les organismes nationaux et internationaux AFNOR, APICS, ECR, GS1, GCI, ISO, Oliver Wight Companies, Supply Chain Council, VICS, etc.

Les **indices 0, 1, 2, 3 et 4** décrivent cinq stades de **maturité logistique** depuis l'absence de structure logistique (0) jusqu'au stade avancé de la supply chain collaborative (Supply Chain 4*) en passant par les étapes intermédiaires de logistique fragmentée (1*), d'excellence interne (2*) et d'intégration externe (3*).

L'**alignement** du référentiel « Supply Chain Master / PME » sur les référentiels Supply Chain utilisés par les grands groupes permet aux PME de **se situer** par rapport aux exigences des donneurs d'ordres, **d'identifier** des axes de progrès logistiques, de **s'améliorer** individuellement, conjointement, collectivement et de **se comparer** aux fleurons de l'industrie.



MESURE DE LA MATURITE LOGISTIQUE – RESULTATS DETAILLES

CRITERES D'EVALUATION	0 – Rien de formalisé	1 – Logistique fragmentée	2 – Excellence interne	3 – Intégration externe	4 – Supply Chain collaborative	Maturité
1- STRATEGIE D'ENTREPRISE						
2- STRATEGIE LOGISTIQUE						
3- ORGANISATION LOGISTIQUE						
3.1/ Rôles et compétences de la logistique dans l'entreprise						
3.2/ Organisation et place de la logistique dans l'entreprise						
4- PROCESSUS LOGISTIQUE						
4.1/ Conception et mise en œuvre du processus logistique						
4.2/ Maîtrise du processus logistique						
5- SYSTEMES D'INFORMATION						
6- STANDARDS DE COMMUNICATION						
6.1/ Codification des produits, des unités logistiques ...						
6.2/ Echanges de données informatisés EDI / Web EDI						
7- GESTION DE LA DEMANDE						
7.1/ Prévisions de vente						
7.2/ Gestion des commandes clients						
7.3/ Maîtrise de la demande						
8- GESTION DE LA DISTRIBUTION ET DU TRANSPORT						
8.1/ Planification de la distribution						
8.2/ Préparation des commandes clients						
8.3/ Maîtrise des opérations de distribution						
8.4/ Sélection des transporteurs et organisation du transport						
9- GESTION DES STOCKS						
9.1/ Implantation des entrepôts et organisation du stockage						
9.2/ Gestion des stocks						
9.3/ Maîtrise des stocks						

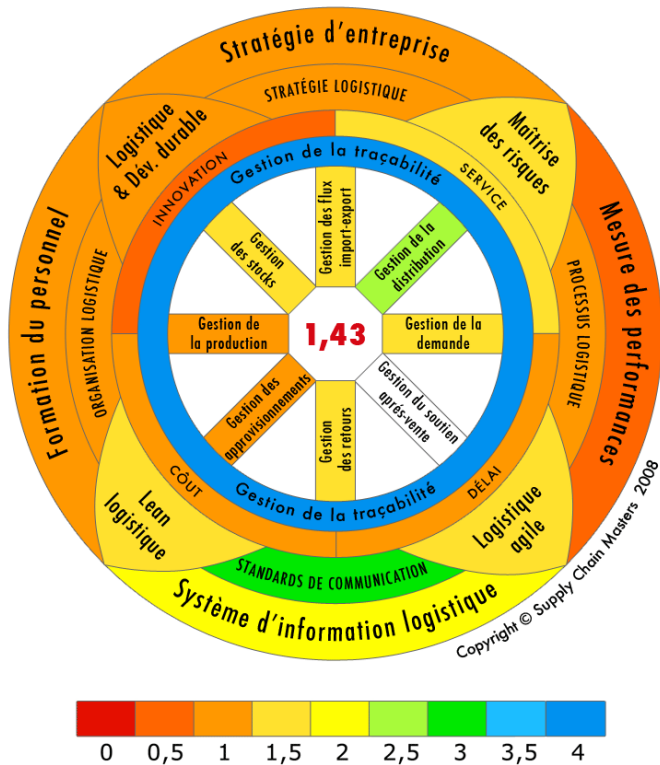
CRITERES (SUITE)	0 – Rien de formalisé	1 – Logistique fragmentée	2 – Excellence interne	3 – Intégration externe	4 – Supply Chain collaborative	Matu-rité
10- GESTION DE LA PRODUCTION						
10.1/ Planification de la production						
10.2/ Ordonnancement et suivi de la production						
10.3/ Maîtrise de la production						
11- GESTION DES APPROVISIONNEMENTS						
11.1/ Sélection des fournisseurs et des prestataires						
11.2/ Planification des approvisionnements						
11.3/ Gestion des approvisionnements						
11.4/ Maîtrise des approvisionnements						
12- GESTION DU SOUTIEN APRES-VENTE						
13- GESTION DES RETOURS						
14- GESTION DES FLUX IMPORT-EXPORT						
15- GESTION DE LA TRAÇABILITE						
16- GESTION DU SERVICE CLIENT						
17- EFFICIENCE LOGISTIQUE						
18- REACTIVITE LOGISTIQUE						
19- INNOVATION & LOGISTIQUE						
20- LOGISTIQUE & RENTABILITE						
21- LOGISTIQUE & ENVIRONNEMENT						
22- LOGISTIQUE & SOCIETE						
23- MAITRISE DES RISQUES						
24- MESURE DES PERFORMANCES LOGISTIQUES						
25- IMPLICATION, MOTIVATION ET FORMATION DU PERSONNEL						
24.1/ Implication et responsabilisation du personnel						
24.2/ Motivation et rétribution du personnel						
24.3/ Formation logistique						
MOYENNE GENERALE						

IV. DISCUSSION DES RESULTATS

La maturité logistique moyenne de XXX s'élève à **XXX / 4**. Nous rappelons ici que l'objectif n'est pas d'atteindre 4/4, mais l'excellence logistique - soit 2/4 tout en sachant que l'entreprise, compte tenu de sa stratégie et de ses spécificités, peut aussi décider de ne pas formaliser certains leviers logistiques.

15 lignes de présentation des résultats + affichage roue SCM.

Exemple



Points forts :

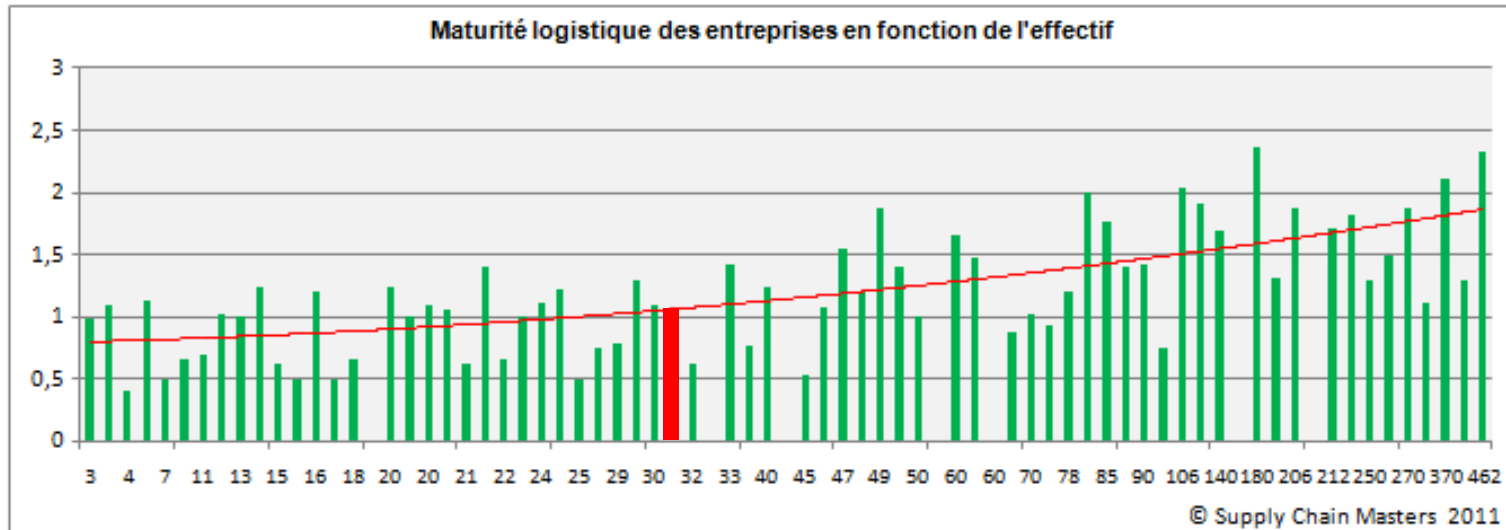
- XXX ;
- XXX ;
- XXX ;
- XXX.

Points à améliorer :

- XXX ;
- XXX ;
- XXX ;
- XXX ;
- XXX.

Votre maturité logistique par rapport au panel :

A commenter brièvement par rapport à la moyenne « petites entreprises » ou « moyennes entreprises ».



V. PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES

Introduction du plan d'actions en 4-5 lignes

Liste des actions prioritaires	Périmètre	Responsable	Délai

Enjeux

- xxx
- xxx
- xxx

Sylvain Convers, tel : 06 34 50 27 60
sylvain.convers@cgl-consulting.com

Jean-Jacques Juvien, tel : 06 47 97 14 00
jean-jacques.juvien@cgl-consulting.com