

« Définir clairement quelles informations partager, avec qui et à quelle fréquence »

J. BOUR, DDS Logistics

Interview de Jérôme BOUR, PDG de DDS Logistics.

Réalisée le jeudi 15 septembre 2022 par Frédéric LEGRAS, Directeur du Portail FAQ Logistique dans le cadre du dossier : « **Comment maîtriser la visibilité de sa Supply Chain ?** »

Qu'entend-on par visibilité Supply Chain ?

Même si la visibilité Supply Chain va au-delà du seul transport, c'est bien au suivi de ces opérations sur les différents maillons de la chaîne qu'on a tendance à se référer quand on évoque le sujet. C'est encore plus vrai dans le cas de sourcings à l'international.

L'objectif initial de la visibilité est de pouvoir **informer le client sur la localisation de son produit dans la chaîne d'approvisionnement**. Pour cela il faut être en mesure de **descendre à la maille article** (voire au niveau de finesse coloris / taille dans le secteur du textile). La tâche n'est pas simple. L'article fait partie d'une commande qui est elle-même traitée à travers une ou plusieurs expéditions. Tout cela peut facilement se complexifier dès lors qu'on sort d'une livraison directe d'un site vers le destinataire, ce qui est bien entendu systématiquement le cas pour des approvisionnements à l'international, mais également sur le continent européen avec de plus en plus souvent le recours à des schémas de type cross-dock.

Pour bénéficier de cette visibilité, il va s'agir de **recueillir des données auprès des différents intervenants de la chaîne**.

Une fois le bon niveau de données collecté, il convient de savoir tirer profit de cette masse d'informations pour :

- La **partager** avec les clients et partenaires pertinents.
- « **Prédire** » ce qui va se passer. Je pense en particulier à l'ETA.
- **Identifier les points à risques** et les actions correctrices à mener.
- **Suivre la qualité** de la prestation réalisée par chaque acteur.

Quels sont les bénéfices de la mise en place de la visibilité Supply Chain ?

En premier lieu, **la visibilité est motivée par l'amélioration de l'expérience client**. La volonté des entreprises d'informer les destinataires du déroulement de la livraison et de sa date prévisionnelle d'arrivée a favorisé la montée en puissance de solutions dédiées.

Un deuxième bénéfice a pu être mis en exergue depuis la pandémie de 2020, celui de la **résilience**. Tout le monde a redécouvert, parfois de manière assez douloureuse, que les chaînes de transport ne sont pas infaillibles. La visibilité permet d'identifier les risques de rupture et de mettre en œuvre les actions correctrices.

Il existe également un troisième grand intérêt, celui de **la réduction des stocks de sécurité**.

Leurs dimensionnements sont en effet directement liés à la confiance en la robustesse de la chaîne d'approvisionnement. Si un acteur craint que les intervenants qui le précèdent soient défaillants, il aura une propension à relever ces seuils. En contribuant à améliorer la maîtrise de la Supply Chain, la mise en place de solutions de visibilité rassurera les acteurs et ceux-ci accepteront de réduire leurs marges de sécurité.

Enfin la visibilité sur les **émissions de CO2** devient un vrai sujet. Elle nécessite de disposer d'une information précise sur les moyens de transport utilisés et les routes empruntées.

Il est en fait de plus en plus fréquent que les acteurs exigent de leurs fournisseurs le bilan de leurs émissions. Cette demande s'inscrit d'ailleurs dans le sujet de l'expérience client .

La tendance est telle que chez certains de nos prospects, ce sont les Directions Service Client qui poussent désormais à la mise en place d'un TMS et réussissent à convaincre leurs Directions Générales. C'est assez paradoxal alors que jusqu'ici les Directions Supply Chain pouvaient éprouver des difficultés à obtenir les budgets pour mener de tels projets.

La visibilité transport implique-t-elle forcément l'usage du temps réel ?

S'il y a un vrai engouement autour du temps réel, l'intérêt d'y recourir dépend néanmoins à mon sens du niveau de criticité et de vélocité des opérations suivies.

Clairement, sur de la livraison derniers kilomètres, voire sur une opération de transport qui doit durer un ou deux jours, il est important de pouvoir tenir au courant le destinataire au fur et à mesure de l'état d'avancement de son expédition.

A contrario, informer en temps réel le client de la position de sa marchandise empruntant une ligne maritime dont le trajet habituel dure plusieurs semaines ne sert pas à grand-chose.

Quels sont les enjeux associés à la visibilité Supply Chain ?

Le premier enjeu est clairement de parvenir à **recueillir l'information auprès d'acteurs hétérogènes**. D'un côté le marché du transport routier reste très fractionné avec beaucoup de petites sociétés ayant des maturités digitales disparates. De l'autre, les acteurs du maritime sont très concentrés, mais ne sont pas forcément enclins à une transparence élevée.

Le deuxième enjeu est de **savoir quelle information partager avec quel destinataire à quel moment**. Pour un donneur d'ordre remettant à son transporteur un chargement composé de plusieurs commandes, il est primordial que chaque client ne puisse visualiser que la livraison le concernant.

Le troisième enjeu est d'arriver à **rendre l'information exploitable**. Il convient pour cela d'être en mesure de challenger la donnée collectée. Cela peut se faire en croisant plusieurs sources, en la comparant à des historiques, etc. Tout cela doit permettre de la mettre en perspective et de la corriger afin de la fiabiliser.

Quels types de données concrètement collecter et avec qui les partager ?

L'objectif est d'**aller au-delà d'une visibilité au tronçon** en rattachant à une expédition :

- Les commandes et les produits qui la composent.
- Les fournisseurs ou clients concernés, selon qu'il s'agit de transport amont (approvisionnement) ou aval (livraison).

Ensuite au niveau des **informations à partager**, nous ne considérons pas qu'il soit pertinent de rendre accessible l'intégralité des données à l'ensemble des acteurs.

Prenons deux exemples :

- Un retard enregistré sur un premier tronçon peut être rattrapable sur les tronçons suivants. Ce n'est donc pas la peine « d'envoyer un premier message négatif » au destinataire si le problème doit pouvoir être corrigé.
- La question de la responsabilité juridique d'un donneur d'ordre peut se poser s'il dispose des moyens de contrôler si son transporteur respecte bien la législation (temps de conduite, vitesse, etc.) pour acheminer sa marchandise. Il y a finalement un risque pour le chargeur d'avoir accès à trop d'informations sur la manière dont le transporteur va réaliser la prestation qui lui a été confiée.

Il convient donc de **définir clairement quels jalons on souhaite rendre visibles, à quel acteur, à quel moment et à quelle fréquence.**

Cela implique également de bien cadrer le niveau de criticité pour le déclenchement des alertes. L'objectif est d'identifier les cas d'exception sur lesquels une action devra être lancée ou une information communiquée au destinataire (retard) ou au transporteur (nouvelles instructions).

Or, **toutes les informations n'ont pas le même niveau de criticité.** C'est finalement la vie normale des opérations de transport de ne pas coller à 100% à ce qui avait été prévu. Il convient d'éviter de noyer les destinataires et intervenants sous un flot d'informations alors même que la plupart des écarts peuvent être minimes. Le risque est d'une part d'inquiéter inutilement (effet anxiogène) et d'autre part de passer à côté de ce qui est vraiment critique. La définition de seuils de tolérance va, à ce titre, permettre de travailler par exception pour se consacrer à ce qu'il est vraiment important de considérer.

Comment les chargeurs peuvent-ils convaincre leurs prestataires de partager leurs données ?

Avec les grands transporteurs, la question ne se pose pas vraiment. Ils ont déjà les outils en place et proposeront donc nativement ce type de solutions à leurs clients. L'idée est de **faciliter l'interconnexion** pour récupérer une information qui est disponible dans leurs différents **TMS** ou **plateformes de visibilité**.

Avec les petits transporteurs ou ceux de taille intermédiaire, tout dépend du poids que représente le chargeur dans leur activité. Un gros donneur d'ordre aura ainsi généralement beaucoup plus de facilité à imposer ce type de démarche à ses prestataires.

De manière générale, il s'agit de **s'adapter à la capacité technologique des transporteurs**. Leur proposer un maximum de possibilités permet de plus facilement les embarquer. Certains privilégieront l'EDI classique, quand pour des acteurs plus modestes, des applications mobiles et portails Internet représentent des solutions légères ne nécessitant pas d'investissement de leur part.

Ensuite, il convient également **d'identifier clairement dans le contrat entre le chargeur et le transporteur ce qui est attendu** en termes de fourniture d'information, de fréquence, etc. Au moment de la signature du contrat, les transporteurs doivent s'engager sur le fait que le prix de leur prestation comprend cette remontée d'information. Les appels d'offres constituent le moment idéal pour mettre sur la table de manière non ambiguë ce qui est attendu du transporteur.

Finalement ce volet remonté d'information entre dans le cadre de la qualité de service due par le prestataire.

L'utilisation de solutions de visibilité présente-t-elle des menaces en termes de cybersécurité ?

Aujourd'hui, c'est en fait l'ensemble des solutions digitales qui sont soumises aux risques d'attaques.

Sur les solutions de visibilité, nous identifions **deux dangers majeurs** :

- Le fait de pouvoir **repérer la localisation de camions transportant des produits à forte valeur**.
- Le risque d'**usurpation d'identité du transporteur** qui doit enlever la marchandise.

En tant que **fournisseur de solutions SaaS**, la cybersécurité est devenue un élément majeur :

- Nous travaillons sur les **éléments d'authentification forte** des acteurs amenés à utiliser nos solutions, que ce soit par API, par EDI, ou par connexion directe sur les plateformes. Nous recourons de toute façon systématiquement des tunnels cryptés pour faire transiter les informations d'un système à l'autre.
- Nous mettons également en place pour nos clients chargeurs des **mécanismes de type SSO (Single Sign On)**.
- Nous faisons appel à des experts qui auditent et attaquent directement nos plateformes. Ces **tests de pénétration** nous permettent de nous assurer que nos systèmes de sécurité sont à niveau et empêchent un acteur externe mal intentionné d'y accéder.

Pouvez-vous donner un exemple d'authentification forte ?

Chez un de nos clients, tous les utilisateurs se servent des login et mots de passe de leur compte entreprise pour accéder à notre TMS.

À chaque connexion, nous interrogeons le système d'authentification de l'entreprise pour nous assurer que l'utilisateur est bien déclaré dans son système, avec généralement de la double authentification.

Un token provisoire est généré, le système de l'entreprise confirme qu'il reconnaît bien l'utilisateur, que celui-ci est bien enregistré dans ses bases et que l'adresse IP correspond bien.

Que propose DDS en termes de visibilité transport ?

La visibilité est un élément central de nos solutions TMS.

Nous sommes en mesure **d'agréger les informations récupérées auprès des plateformes de tracking transport** de type Shippeo, GedMouv, Project44 ou Wakeo. Nous pouvons également directement connecter les transporteurs et mettre à disposition des prestataires de tailles modestes **une application mobile**, à la demande de leurs donneurs d'ordre.

Nous traitons ensuite les informations collectées de manière à les restituer sous forme d'alertes à l'ensemble de l'écosystème transport et aux clients de nos clients.

BIO EXPRESS

Jérôme BOUR a pris la Direction de DDS Logistics en 2000, leader du TMS. Il a auparavant occupé les postes de Directeur Informatique du Groupe DAHER, de Responsable de l'organisation et des systèmes opérationnels chez DHL et de Consultant chez Ernst & Young.

Site Internet de DDS Logistics : <https://www.ddslogistics.com/>