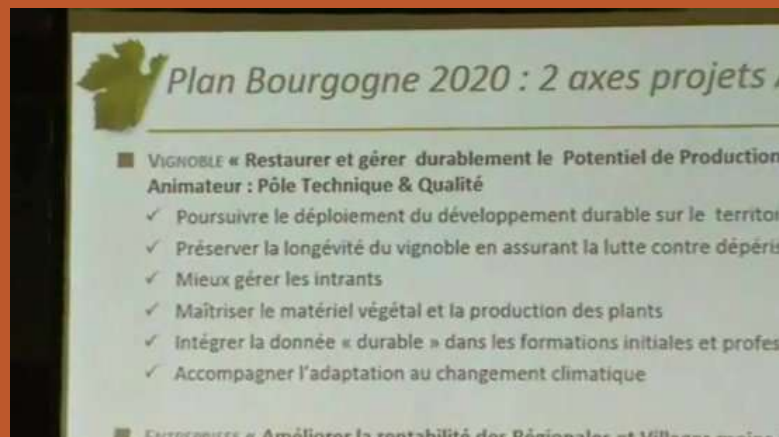


Développer des stratégies logistiques durables : exemple d'une étude en Bourgogne

CORINNE TANGUY

AGROSUP DIJON – UMR CESAER



La logistique durable
: un enjeu essentiel

➤ La logistique est aujourd'hui une fonction stratégique de planification et de pilotage des flux physiques, financiers et informationnels dans l'entreprise

✓ On ne parle plus de la *supply chain* ou chaîne d'approvisionnement mais de la *Supply Chain Management*

➤ La logistique, longtemps restée étrangère au monde du vin en France, devient un des grands enjeux de la filière vitivinicole :

✓ En termes commerciaux et concurrentiels

✓ En termes de maîtrise des coûts, de maîtrise de la qualité du produit

✓ En termes environnementaux

➤ Un marché du vin mondial

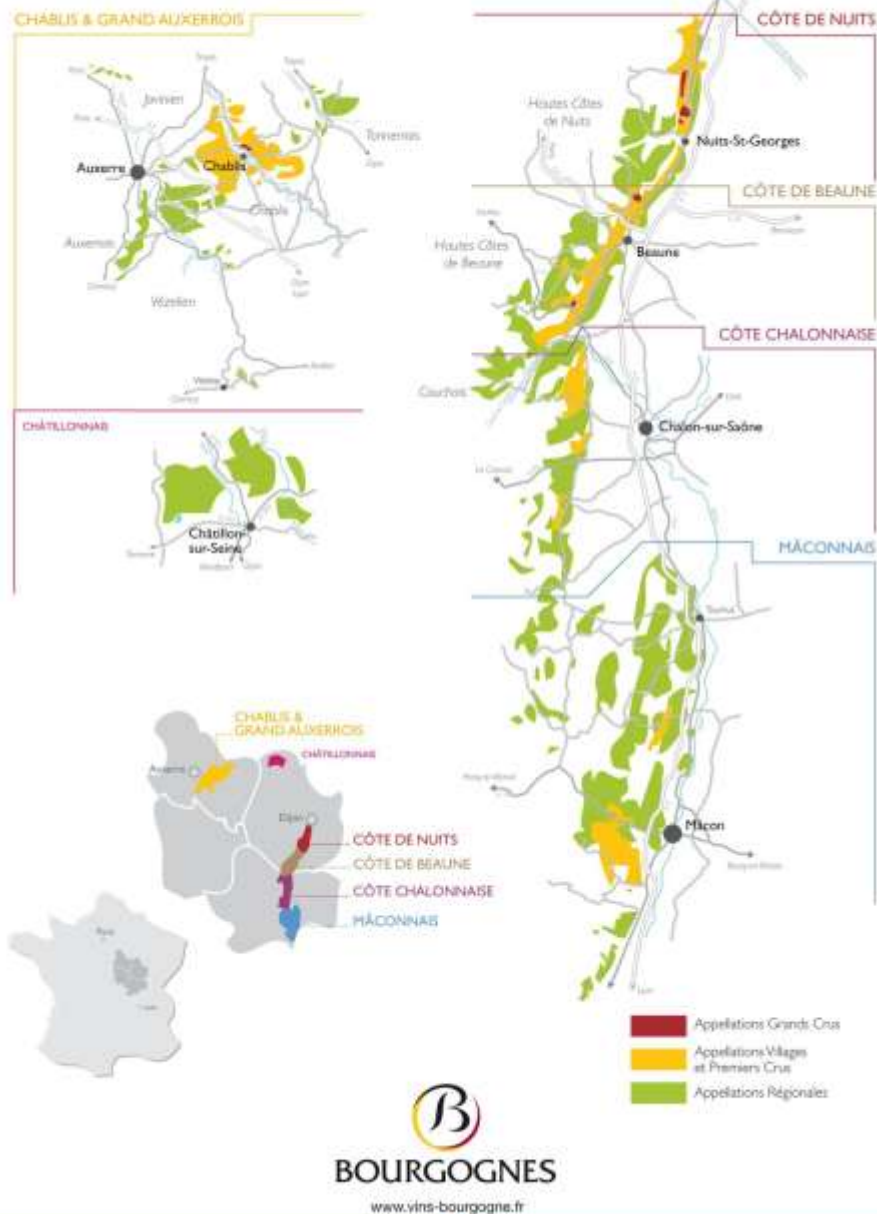
✓ L'enjeu considérable pour la Bourgogne (les exportations de vins représentent environ la moitié de la production totale)

➤ La logistique aval du vin est basée sur le principe de la vente départ cave pour l'export

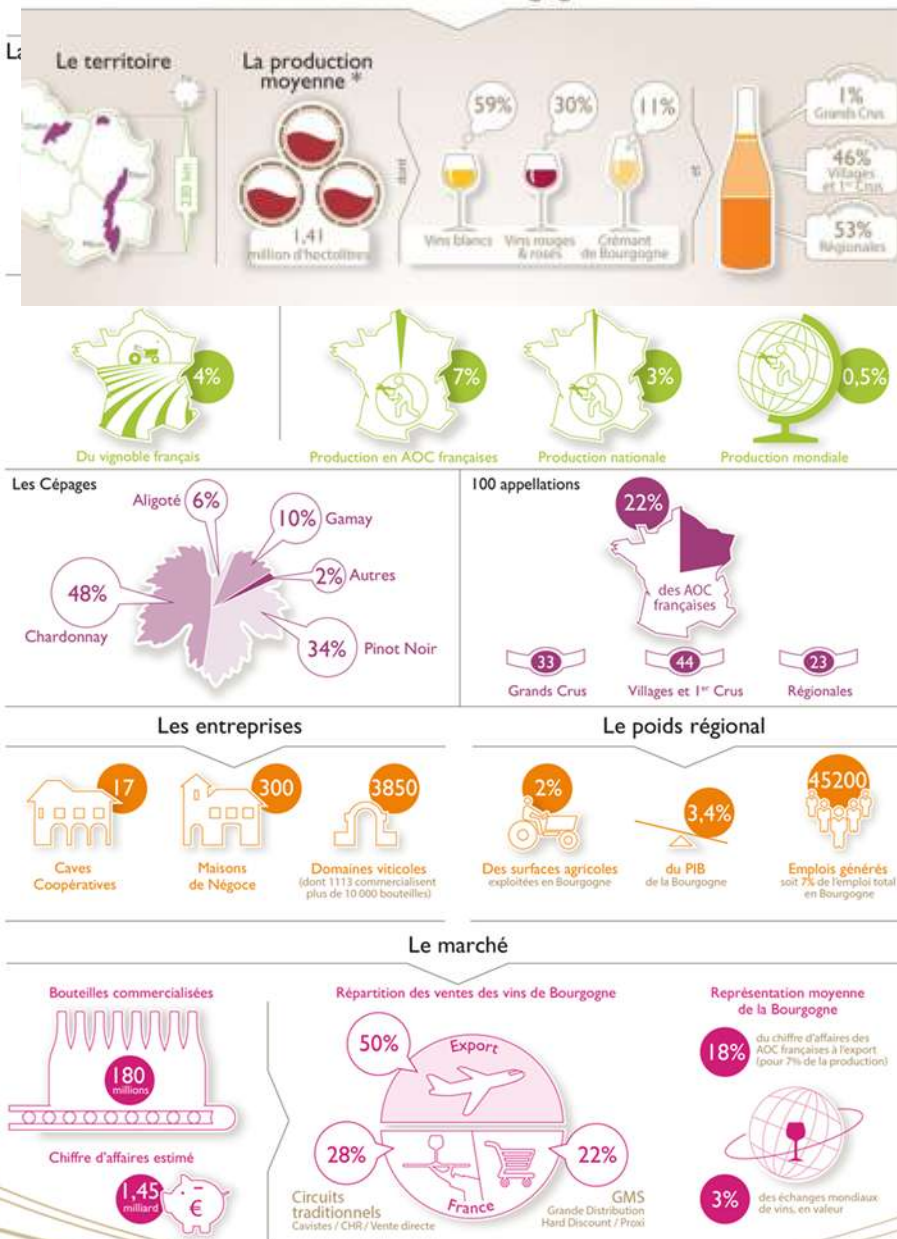
✓ Un problème survenu lors de la distribution du produit jusqu'au client peut porter préjudice à la qualité du vin et à la réputation de l'entreprise

La Bourgogne et ses cinq régions viticoles

Environ 230 km du nord au sud



Les chiffres clés de la Bourgogne Viticole



Objectifs de l'étude

➤ Identifier les stratégies individuelles et collectives en matière de logistique aval

❑ **Hypothèse** : les acteurs de la filière, en fonction de leur taille et de leur positionnement marché (vente à l'export, en grande et moyenne distribution, en circuit traditionnel) vont mettre en place une stratégie logistique plus ou moins élaborée

➤ Caractériser les innovations mises en place en matière de logistique durable

❑ Innovations technologiques

✓ Informatisation, puces RFID, transport réfrigéré, bouteilles moins lourdes, possibilité de suivre les expéditions sur le site du transporteur, etc.

❑ Innovations organisationnelles

✓ **Internes à l'entreprise** : création d'un poste de responsable logistique ou de procédures permettant de concentrer les envois

✓ **Externes à l'entreprise** : mutualisation de la logistique (groupe ou une Union de coopératives, plusieurs viticulteurs), externalisation totale de la logistique à un prestataire

Méthodologie de l'étude

- **Phase de recueil des données (Juillet 2012 à mai 2013)**
- **15 « experts » du secteur vitivinicole localisés en Bourgogne (BIVB, FNEB, CAVB, France Agrimer, INAO, Douanes, etc)**
- **47 entreprises de la filière : coopératives, viticulteurs, négociants, logisticiens sur la base d'un questionnaire semi-directif**
 - ✓ Entretiens d'une durée moyenne de 2h (face à face) avec les personnes en charge des questions logistiques
 - ✓ Les 36 entreprises de la filière ont été choisies au hasard selon un plan d'enquête représentatif en termes de taille et en termes de localisation (Chablis, Côtes de Nuit, Côtes de Beaune, Côte Chalonnaise, Mâconnais).
- **Notre plan d'enquête a été conçu à partir les données de deux sources statistiques :**
 - ✓ le recensement agricole de 2010 pour les exploitations viticoles
 - ✓ une extraction du fichier Sirène de l'Insee pour le négoce et les coopératives

Les enquêtes

Régions	Chablis	Nuits	Beaune	Chalon	Mâcon	Total
Viticulteurs	4	1	6	2	5	16
Coopératives	1		1		3	6
Négociants	2	1	7	3	1	14
Regroupements logistiques						5
Logisticiens/PSL						6
Total						47

Tableau - Les enquêtes réalisées auprès des acteurs de la filière des vins en Bourgogne et des logisticiens

Les indicateurs de « performance logistique »

- **La présence d'un responsable logistique**
- **La mutualisation de la logistique présente divers avantages sur le plan économique et environnemental :**
 - ✓ Constitution d'une gamme de vins plus complète
 - ✓ Pouvoir de négociation supérieur lors des discussions avec les logisticiens ou les clients
 - ✓ Possibilité d'être plus compétitif sur certains marchés (GMD, export) *etc.*
 - ✓ Amélioration du bilan carbone
- **Le recours aux transporteurs fret, lot ou palette**
 - ✓ Les coûts du fret, les taux de casse ou de vol des bouteilles sont inférieurs à ceux de la messagerie
 - ✓ La concentration des envois et l'optimisation du chargement des camions réduit le nombre de camions nécessaires par rapport à la messagerie

Quels freins à la mise en place d'une stratégie logistique?

- ✓ Le sentiment d'impuissance des metteurs en marché lorsque les vins sont exportés dans la mesure où c'est le client (et l'importateur) qui s'occupe du transport et des aspects logistiques
- ✓ La spécificité du produit "vin" qui considéré comme luxueux doit être conditionné en bouteilles "lourdes"
- ✓ Le développement des stratégies des nombreux "petits" viticulteurs qui mettent de plus en plus eux-mêmes leur vin en bouteilles (multiplication des envois en faibles quantités)
- ✓ Le manque d'habitude de coopération et de mutualisation
- ✓ Le fait que globalement les vins bourguignons se vendent bien et que les volumes à écouler sont peu importants au regard de la demande mondiale!

Deux classes d'entreprises

Classe 1 : Des entreprises qui mènent des stratégies logistiques plus performantes

- Entreprises orientée vers l'exportation (vente directe peu développée)
- Transport fret (16/26), responsable logistique (4/26)
- La moitié adhérente à un regroupement de logistique (Mutualisation ou coopération pour la prospection des marchés et/ou logistique export)
- Mise en concurrence systématique des transporteurs avec comparaison des indicateurs de suivi pour vérifier la qualité de la prestation

Classe 2 : Des entreprises de petite taille qui accordent une importance secondaire aux questions de logistique

- Développement important de la vente directe
- 7 entreprises sur 10 déclarent n'avoir aucune stratégie logistique
- La logistique est majoritairement gérée individuellement
- Appel aux transporteurs de messagerie souvent locaux
- Taux de casse, de vol, de respect des délais supérieurs à ceux des entreprises de la classe 1

Des exemples de mutualisation de la logistique

➤ L'exemple de Blasons de Bourgogne : une Union de 5 coopératives

➤ Les avantages :

- ❑ Une gamme complète des vins de Bourgogne , un grand pouvoir de négociation et de développement commercial (GD, Export)
- ❑ La création de la plateforme logistique : réduction des coûts logistiques, des coûts de transport, des émissions de CO2, gain en termes de productivité de 10 à 15%

➤ La création et le développement du groupement des vigneron de Santenay

➤ Les avantages :

- ❑ Des coûts de transport en baisse en 2006 (en moyenne de 30%, jusqu'à 40% pour certains viticulteurs)
- ❑ Une amélioration de la qualité du service aux clients
- ❑ De nouvelles prestations pour les viticulteurs : suivi des commandes sur le site web du transporteur, gestion des préparations des colis...

➤ Le cas des Domaines et Châteaux de Bourgogne Réunis

➤ Les avantages :

- ❑ Une gamme complète des vins de Bourgogne, le développement du circuit GMS et export
- ❑ Un seul lieu d'enlèvement, une seule facture et un seul interlocuteur

Conclusion

- **Pour les acteurs de la filière, la logistique n'est pas forcément conçue comme une fonction stratégique** : pour de nombreux viticulteurs, leur métier s'arrête « à la porte de leurs chais »

- **Développement de nouvelles compétences au sein de la filière**
 - ❑ Emploi d'un responsable logistique, utilisation d'indicateurs pour suivre le transport et la livraison du vin, appel à différentes entreprises de transport selon les prestations de services exigées

- **L'export reste le « talon d'Achille » en matière de logistique**
 - ❑ Parce que la responsabilité du transport échappe aux acteurs bourguignons
 - ❑ Parce que les coopératives, négociants et viticulteurs refusent d'endosser la responsabilité de mauvaises conditions de transport et d'entreposage



Merci de votre attention

