

SECTEUR	PRÉSIDENT SECTEUR				FÉDÉRATION AVEC PARTENARIAT	
	ÉTAT	CONTACT	MAIL	PORTABLE		
Commerce-Distribution	rdv 3 avril	Xavier DERYCKE	xderycke@rexel.com	-	Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution	FCD
Agro-Alimentaire	rdv 27 mars	Henri ROGER-ESTRADE	Henri.Roger.Estrade@pepsico.com	06 14 55 66 42	Association Nationale des Industries Alimentaires	ANIA
	réponse 22 mars	Jean-Raphaël GARCIA	JR.GARCIA@saupiquet.com	06 30 30 37 76	-	
Pharma-Cosmétologie	email envoyé	Arnaud LEGUILLOU	Arnaud.Leguillou@sanofi-aventis.com	-	Les Entreprises du Médicament	LEEM
	email envoyé	Pierre SALMON	pierre.salmon@sanofi-aventis.com	-	-	
Industrie-Mobilité	email envoyé	Frédéric HENDRICK	frederic.hendrick@power.alstom.com	-	Fédération des Industries Mécaniques	FIM

Contact questionnaires :	Audrey Brizion	audrey.brizion@aslog.fr
--------------------------	----------------	--

Commerce- Distribution			
REXEL	3 avril 2012	Xavier DERYCKE	189 blvd Malesherbes
	Assistante	Éloïse PERRET	0142857571

Agroalimentation		
Groupe PepsiCo France	27 mars	Henri ROGER-ESTRADE

PRIORITÉ	PAYS	ASSOCIATION	CONTACT	E-mail	LANGUE	COMMENTAIRES
3	Allemagne	BVL Service GmbH	Frank Straube	straube@logistik.tu-berlin.de	Anglais	2 emails
			Jorn Fintius	fontius@bvl.de		mauvaise adresse mail
			Susanne Grosskopf-Nehls	grosskopf.nehls@bvl.de		2 emails
	Autriche	BVL	Brigitta Riebesmeier	brigitta.riebesmeier@wu-wien.ac	Anglais	mauvaise adresse mail
1	Belgique	Walloon ABCAL	Marc Fourny	marc.fourny@uclouvain.be	Français	2 emails
		Flanders VIB	Kobe Naesens	kobenaesens@hotmail.com		2 emails
1	Brésil		Rosana Haddad	rosana.haddad@cti.gov.br	Anglais	2 emails
4	Espagne	CEL	Ramón García	rgarcia@cel-logistica.org	Espagnol	2 emails
			María José Montes	mjmontes@cel-logistica.org		2 emails
	Finlande	Finnish Association of Purchasing and Logistics	Pekka Aaltonen	Pekka.Aaltonen@logy.fi	Anglais	mauvaise adresse mail
	Irlande	IPICS	Peter Black	peter.black@ipics.ie	Anglais	2 emails
2	Italie	AILOG	Giovanni Marini	marinignb@tiscalinet.it	Anglais	RÉPONSE
			Marco Pomé	Marco.pome@lind-bergh.it		2 emails
5	Pays-Bas	VLM	Rover Van Mierlo	rovervanmierlo@gmail.com	Anglais	Successeur: Arjen Wierikx
	Pologne	ILIM	Stanislaw Krzyzaniak	Stanislaw.Krzyzaniak@ilim.poznan.pl	Anglais	2 emails
	Portugal	APLOG	Paulo Guedes	apguedes@egp.up.pt	Anglais	2 emails
	Rép. Thèche	Czech Republic CLA	Kamil Slavik	Slavikk@yahoo.com	Anglais	2 emails
	Roumanie	Arilog	Adriana Palasan	adriana@loginet.ro	Anglais	2 emails
	Russie	NLA-National Logistics Association of Russia	Victor Sergeec	visergeev@mtu-net.ru	Anglais	2 emails
	Suède	SNCB	Cecilia Strokirk	Cecilia.Strokirk@silf.se	Anglais	2 emails
	Suisse	GS1 Verein	Franco Miani	franco.miani@gs1.ch	Français	2 emails
	UK	CILT	Dorothea Carvalho	Dorothea.Carvalho@ciltuk.org.uk	Anglais	EN CONGÉS

ATTESTATION

L'ASLOG (ASSOCIATION FRANÇAISE POUR LA LOGISTIQUE)
DÉLÈGUE À DEUX ÉTUDIANTES EN DERNIÈRE ANNÉE DE
ARTS ET MÉTIERS ParisTech,

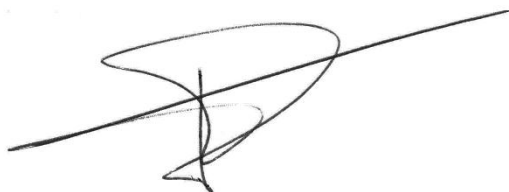
Raquel de LAMA et María Jesús ROMÁN

LE SOIN DE RÉALISER UN PROJET DONT LE BUT EST DE
CHALLENGER LE QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE
BENCHMARKING QUE L'ASLOG RÉALISE PÉRIODIQUEMENT.

Cette mission constitue le Projet d'Expertise de dernière année
des deux intéressées à ARTS ET MÉTIERS ParisTech.

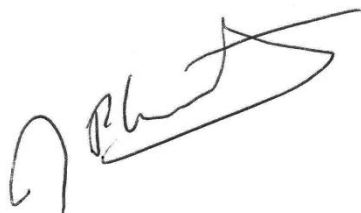
Fait à Paris, le 16 mars 2012

Le Président de la Commission Benchmarking



Thierry DROMIGNY

Le Professeur responsable du Projet d'Expertise considéré



Jean-Paul LAURENT

AGREEMENT

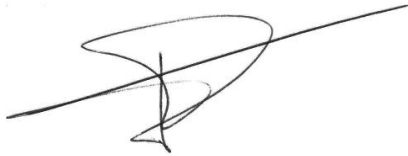
ASLOG (ASSOCIATION FRANÇAISE POUR LA LOGISTIQUE),
DELEGATES IN TWO STUDENTS IN THEIR LAST COURSE AT THE
UNIVERSITY ARTS ET MÉTIERS ParisTech,

Raquel de LAMA y María Jesús ROMÁN

THE EXECUTION OF A PROJECT AIMED AT THE UPDATE OF THE
BENCHMARKING QUESTIONNAIRE WHICH ASLOG
PERIODICALLY CARRIES OUT.

This task is the Final Year Project these two students will have to fulfill in order to obtain a double degree by the **University CARLOS III de Madrid (Spain) and the University ARTS ET MÉTIERS ParisTech.**

Paris, 16th March 2012,
President of ASLOG Benchmarking Commission,



Thierry DROMIGNY

Professor responsible for this Final Year Project,



Jean- Paul LAURENT

CONVENIO


ASLOG (ASSOCIATION FRANÇAISE POUR LA LOGISTIQUE),
DELEGA EN DOS ESTUDIANTES DE ÚLTIMO CURSO DE LA
UNIVERSIDAD ARTS ET MÉTIERS ParisTech,

Raquel de LAMA y María Jesús ROMÁN

LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO CUYO OBJETIVO ES
ACTUALIZAR EL CUESTIONARIO DE BENCHMARKING QUE ASLOG
LLEVA A CABO PERIÓDICAMENTE.

Esta tarea constituye el proyecto de fin de carrera de las dos
estudiantes, que les permitirá obtener el doble diploma entre **la
Universidad CARLOS III de Madrid y la Universidad ARTS ET
MÉTIERS ParisTech.**

París, 16 de marzo del 2012,
El Presidente de la Comisión de Benchmarking de ASLOG,



Thierry DROMIGNY

El Profesor responsable de dirigir el Proyecto de fin de carrera,



Jean- Paul LAURENT

VEREINBARUNG

ASLOG (ASSOCIATION FRANÇAISE POUR LA LOGISTIQUE),
BEAUFTRAGEN ZWEI STUDENTINNEN,

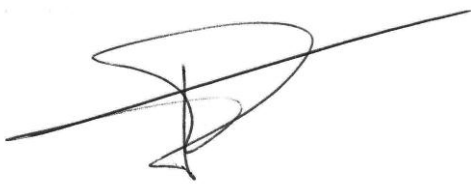
RAQUEL DE LAMA UND MARÍA JESÚS ROMÁN

DIE GERADE DAS LETZTE JAHRGANG DER **ARTS ET MÉTIERS ParisTech** DURCHFÜHREN, EINE PROJEKTARBEIT MIT DEM NACHFOLGENDEN ZIEL: DER BENCHMARKING FRAGEBOGEN, DER ASLOG REGELMÄßIG AUSFÜHRT, ZU AKTUALISIEREN.

Diese Projektarbeit ist die Diplomarbeit der Studentinnen, die gerade das Doppeldiplom an der **Universität CARLOS III** in Madrid und an der **Universität ARTS ET MÉTIERS ParisTech** durchführen.

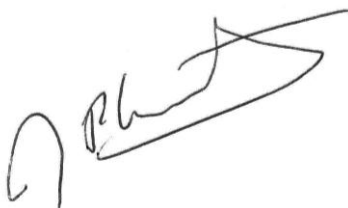
Paris, 16. März, 2012

Vorsitzender der ASLOG Benchmarking Kommission.



Thierry DROMIGNY

Professor, der die Diplomarbeit leitet,



Jean-Paul LAURENT

ANNEXE 7 : INTERVIEW ENTREPRISES FRANÇAISES

1. Est-ce que l'entreprise a déjà participé à cette enquête Benchmarking ?
 - Non
 - Pourquoi ?
 - Vous ne connaissiez pas l'existence de cette enquête ?
 - L'entreprise n'a pas été notifiée de l'existence de l'enquête ?
 - Est- ce que c'est facile de trouver le questionnaire sur le site ?
 - Vous ne l'avez pas trouvée utile ?
 - Vous n'êtes pas pour le Benchmarking ?
 - Oui
2. Combien de fois l'entreprise a participé à cette enquête ?
 - Une
 - Deux
 - Trois
 - Autre
3. Est-ce que vous savez quand ?
 - 2005-2006
 - 2008-2009
 - Non
4. Est-ce que ce questionnaire a été réalisé en ligne/sur le site de l'ASLOG ?
 - Oui
 - Est-ce que c'est facile de trouver le questionnaire sur le site ?
 - L'entreprise a été notifiée de l'existence de l'enquête ?
 - Non
 - Il ne sait pas
5. Savez-vous comment l'ASLOG analyse les réponses pour que les entreprises puissent réaliser le Benchmarking ? C'est clair sur le site internet ?
6. Qui est la personne chargée de remplir le questionnaire ?
 - Lui/Elle
 - Autre
7. Quel rôle avez-vous dans l'entreprise ?
8. Combien de temps avez-vous mis à remplir le questionnaire ?
9. Avez-vous trouvé le questionnaire long ? (en termes de temps)
 - Oui
 - Non
10. Trouvez-vous intéressant d'avoir un index pour avoir une idée de comment se déroulera le questionnaire?
 - Oui
 - Non. Pourquoi ?

11. Pensez-vous que les questions sont bien organisées ? Elles suivent un ordre cohérent et logique?
 - Oui
 - Non Pourquoi ? Lesquelles ?
12. Trouvez-vous que les titres de chaque section se correspondent avec les questions ?
13. Trouvez-vous le questionnaire trop long ? Est-ce qu'il faudrait le raccourcir ?
 - Supprimeriez-vous des questions ? Vous regrouperiez certaines questions ?
 - Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
 - Ajouteriez-vous des questions ? Quelles questions vous attendiez avoir eu et vous n'avez pas trouvé ?
14. Les questions posées sont-elles claires ?
 - Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
15. Il y a-t-il des questions que vous n'avez pas bien comprises ?
 - Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
16. Est-ce que vous auriez trouvé utile d'avoir un FAQ à la fois que vous répondiez aux questions ?
 - Non
 - Oui. Avec quelles questions/réponses ?
17. Pensez-vous qu'un « dictionnaire » à termes logistiques pas très connus serait-il utile ?
18. Quelles sont les questions que vous trouvez les plus utiles/intéressantes pour aider à la performance de l'entreprise ?
19. Si l'entreprise commercialise plusieurs produits, de quelle façon les questions ont-elles été répondues ? De façon globale ? Ou vous avez décidé de focaliser les questions sur le produit le plus important de l'entreprise (Lequel dans votre cas)? Est-ce que vous pensez que ce questionnaire s'adapte bien à l'entreprise même si les activités que réalise sont très variées ?
20. Si vous n'avez pas su répondre à une ou plusieurs questions, comment les questions ont été répondues ?
 - De façon qualitative (approximations, jugements...).
 - La question n'a pas été répondue.
 - Autre
21. Pensez-vous que le questionnaire est bien adapté au secteur d'activité de l'entreprise ? Exprime-t-il toutes vos attentes ?

22. Pensez-vous que ce questionnaire est utile ? Comment on pourrait le rendre encore plus utile pour une entreprise comme la vôtre ?
23. Dans quels domaines pensez-vous que l'entreprise devrait améliorer après avoir lu le questionnaire ?
24. Aimerez-vous avoir un suivi des réponses de l'entreprise à l'enquête par rapport aux années précédentes ? Cela vous motiverait plus à participer à l'enquête la prochaine fois qu'elle soit convoquée ?

INDICATEURS

25. Dans le questionnaire, il y a plusieurs indicateurs et taux de services à remplir. Pour compléter ces questions il faut connaître certaines données (par exemple : coûts logistiques, nombre de commandes, tonnes de produits livrés...). Pourriez-vous estimer le temps dédié à recueillir ces données pour après être capable de faire les calculs nécessaires ?
26. Si certaines de ces données n'ont pas pu être trouvées, comment ces questions ont été répondues ?
- De façon qualitative (approximations, jugements...).
 - La question n'a pas été répondue.
 - Autre
27. Est-ce que vous pensez que le nombre d'indicateurs est suffisant pour pouvoir mesurer la performance d'une entreprise ? Ou si par contre, il faudrait raccourcir le nombre d'indicateurs ?
- En trop
 - Pourquoi ? Lesquelles ?
 - i. TAUX FIABILITÉ PRÉVISION DE VENTES
 - ii. TAUX DE SERVICE CLIENTS
 - iii. TAUX DE RÉCLAMATION CLIENTS
 - iv. TAUX DE SERVICE DE PRODUCTION INTERNE
 - v. TAUX DE SERVICE DES FOURNISSEURS
 - vi. TAUX FIABILITÉ DE PRÉVISION D'ACHATS
 - vii. ROTATION DE STOCKS
 - viii. COÛTS LOGISTIQUES
 - Pas suffisant
 - Pourquoi ? Lesquels vous ajouteriez ?
28. Quand vous calculez les indicateurs, avez-vous une idée de si vos résultats sont « bons » ou s'ils devraient être améliorés ?
- Oui
 - Non. Est-ce qu'une plage de valeurs cibles serait une bonne idée pour résoudre cette situation ? Quelle solution proposeriez-vous ?
29. Pensez-vous que c'est plus utile d'avoir les indicateurs classés selon chaque étape de la Supply Chain ou vous préférez les avoir tous réunis à la fin du questionnaire ?

DÉVELOPPEMENT DURABLE

30. Avez-vous trouvé que les questions sur le développement durable sont trop nombreuses ? Ou vous ajouteriez des questions ?
- Vous supprimeriez des questions ? Vous regrouperiez certaines questions ?
 - Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
 - Quelles questions vous attendiez avoir eu et vous n'avez pas trouvé ?
31. Est-ce que les questions posées sont claires ?
- Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
32. Est-ce qu'il y a des questions que vous n'avez pas bien comprises ?
- Oui
 - Non. Pourquoi ? Lesquelles ?
33. Quelle est la démarche adoptée par l'entreprise pour contribuer à la diminution des déchets et des émissions de CO₂ ?
34. Comment les entrepôts sont-ils distribués dans la région parisienne ? Est-ce qu'ils sont près des usines ou bien près des principaux clients ? Pourquoi ? C'est une façon de réduire les émissions de CO₂ ?
35. Est-ce que des véhicules électriques sont utilisés pour les livraisons? Les livraisons réalisées la nuit contribuent à réduire les bouchons dans les rues et à augmenter la productivité des usines. Est-ce que la plupart des livraisons sont faites la nuit?
- Non. Pourquoi ?
 - Oui.
 - Sont-ils ces arguments ceux qui ont poussés à l'entreprise à faire les livraisons la nuit ?
 - Comment vous faites ces livraisons pour ne pas dépasser les seuils du bruit ? Label PIEK (60db)
36. Est-ce que le personnel qui s'occupe des livraisons est suffisamment qualifié pour réaliser les livraisons plus rapidement ? Quelles sont les qualifications/qualités que doit avoir l'opérateur pour passer vos recrutements?
37. En Île-de-France, la RATP est en train d'étudier le fait de réaliser les distributions en utilisant les trams, vous avez déjà entendu parler de cette nouvelle démarche ? Qu'en pensez-vous ? Pensez-vous que c'est faisable pour votre entreprise ? Seriez-vous prêt à participer ?
38. Comment réalise l'entreprise le packaging ? Pensez-vous qu'une démarche d'éco-conception sur le packaging est une bonne façon de contribuer au développement durable ? Pensez-vous que c'est important ?
39. Comment vous procédez avec le recyclage de vos emballages ?

40. Combien du CA destine l'entreprise à réaliser des études pour rendre les emballages plus écologiques ?

RÉSULTATS ENQUÊTE

41. Avez-vous eu l'opportunité de voir les résultats de la dernière enquête (2009) ?

- Non
 - Alors pourquoi est-ce que vous avez réalisé l'enquête ?
 - Pourquoi ? C'était difficile de les trouver dans le site de l'ASLOG ?
 - Est-ce que vous pensez qu'il serait plus utile si l'ASLOG vous aurait rappelé vos résultats particuliers ?
- Oui
 - C'était difficile de le trouver dans le site de l'ASLOG ?
 - Vous trouvez que cette façon de procéder est facile pour pouvoir vous mesurer par rapport aux autres entreprises qui ont réalisé aussi l'enquête ?

42. Avec les résultats, savez-vous dans quel rang se trouve votre entreprise ? C'est-à-dire, vous avez su analyser ces résultats ? Si vous êtes entre les entreprises qui font partie du MIC (Mean Value In Class), en dessous ou dessus du BIC (Best In Class), ou si vous êtes le TIC (Top In Class)... ?

43. Pensez-vous qu'il serait plus utile si l'ASLOG vous aurait rappelé vos résultats particuliers ?

44. Avez-vous utilisé ces résultats pour vous comparer avec le BIC (Best In Class) ?

45. Est-ce qu'après avoir vu les résultats de l'enquête, vous pensez que ceux-ci vous ont aidé à connaître les domaines que l'entreprise devrait améliorer ?

46. L'enquête vous a incité à améliorer après avoir vu les résultats ? Comment ?

47. Cette enquête vous a apporté quelque chose ? Quoi ?

ANNEXE 8: INTERVIEWS ASSOCIATIONS ÉTRANGÈRES

1. What role do you have in the business company?
2. Which is the role of the person who is responsible to complete a benchmark survey like this one?
3. Do you know how long that person would spend to complete the questionnaire?
4. Did you find the questionnaire long (in time)?
 - Yes
 - No
5. Do you think is an interesting idea to get an index of the whole questionnaire?
 - Yes
 - No. Why?
6. Do you think the questions are well organized? Do they follow a logical and coherent order?
 - Yes
 - No. Why?
7. Do you find the titles of each section correspond with the questions?
8. Do you find that the questionnaire is too long? Should it be shorter? Which questions would you take off? Would you regroup some questions?
 - Yes
 - No. Why?
9. Would you add any questions? What questions had you been waiting and you have not found?
10. Are the questions clear?
 - Yes
 - No. Why?
11. Are there any questions that you have not understood?
 - Yes
 - No. Why? Which one?
12. Do you find useful to have a FAQ at the time you are answering the questions?
 - No
 - Yes. With what questions / answers?
13. Do you think a "dictionary" with logistics terms not well known can it be useful?
14. Which are the questions you have found most useful / interesting to help the performance of your business?

15. If you produce several products, how would you answer the survey? Globally? Or rather you would answer for the most important product of your company? Do you think this survey is well suited to your company, even if the activities are varied?
16. If you would have found questions that you cannot answer, how you would have answered?
- Qualitatively (approximations, judgments ...).
 - The questions were not answered.
 - Other
17. Do you think this questionnaire is useful? How you could make it even more useful for a company like yours?
18. In which areas do you think you should improve your business after reading the questionnaire?
19. Would you like to track your responses to the survey compared to previous years? This will motivate you to participate in the survey the next time it is called?

INDICATORS

20. In the questionnaire, there are several indicators and service levels to complete. To answer these questions it is required to know certain data (ex: logistics costs, number of orders, tons of products delivered...). Could you estimate the time required to collect this data to be able to do after the necessary calculations ? If you cannot find some data, how you would answer these questions?
- Qualitatively (approximations, judgments ...).
 - The questions were not answered.
 - Other
21. Do you think the number of indicators is enough to measure the performance of a company? Or the number of indicators should be shorter?
- Too many. Why?
 - i. RATES FORECAST FIABLITIE.
 - ii. RATE OF CUSTOMER SERVICE
 - iii. RATE OF CLAIMCUSTOMERS
 - iv. RATE SERVICE PRODUCTION HOUSE
 - v. RATE OF SERVICE PROVIDERS
 - vi. RATE FORECAST RELIABILITY OF PURCHASING
 - vii. ROTATION OF STOCKS
 - viii. LOGISTICS COSTS
 - Not enough. Why? Which would you add?
22. In issues related to indicators, do you think you would be able to know if your results are "good" or whether they should be improved?
- Yes
 - No. Does a target range would be a good idea to solve this situation? What solution do you offer?

23. Do you think it is more useful to have indicators classified according to each stage of the supply chain or do you prefer to have them all together at the end of the questionnaire?

SUSTAINABLE DEVELOPMENT

24. Did you find that questions of sustainable development are too many questions or would you add? Would you delete questions? Would you group some questions?

- Yes
- No. Why? What questions have you been waiting and you have not found?

25. Are questions clear?

- Yes
- No. Why?

26. Are there any questions that you have not understood?

- Yes
- No. Why?

27. What is the approach taken by your company to reduce CO₂ emissions?

28. How your warehouses are distributed in the downtown area? Are they near from factories or near to your main clients? Why? Is it a way to reduce CO₂ emissions?

29. Are the staffs involved in deliveries sufficiently qualified to make faster deliveries? Which qualifications / qualities must the operator have to pass your recruitment?

30. Deliveries made at night reduce traffic jams and increase plant productivity. Are most of your deliveries made at night?

- No. Why?
- Yes. Are these arguments those who pushed the company to make deliveries at night? How do you make these deliveries not to exceed the noise level? Label PIEK (60db).

31. How do you make the packaging?

32. Do you think that eco-design of the packaging is a good way to contribute to sustainable development? Do you think this is important?

33. How many do you invest of your turnover to make your packaging more environmentally friendly?

34. How do you recycle your packaging?

35. Do you use for your deliveries electric vehicles?

- Yes
- No (Why?)

ÉTUDE BENCHMARKING 2011-2012

INDEX

Nombre de questions : 68 → Temps estimé 1h30-2 h
--

I. Supply Chain Management (Nb. questions : 35)

1. Concevoir (2)
2. Vendre (6)
 - Taux fiabilité prévision ventes
3. Distribuer (4)
 - Taux service client
 - Réclamation clients
4. Produire (4)
 - Taux service production interne
5. Approvisionner (3)
 - Taux service fournisseurs
6. Acheter (7)
 - Taux fiabilité prévision achats
7. Retourner (3)
8. Gérer (6)
 - Rotation stock
 - Coûts logistiques

II. Stratégie et Management de la Logistique (Nb. questions : 33)

1. Stratégie (6)
2. Management (6)
3. Indicateurs et tableau de bord (5)
4. Technologie (4)
5. Développement durable (12)
 - Bilan km/Tonnes produits livrés

ANNEXE 10 : INDICATEURS RASSEMBLÉS

1.- Taux de fiabilité des prévisions de vente

$$\frac{\text{Somme des prévisions} - \text{Somme des variances}}{\text{Somme des prévisions}} \%$$

- Somme des prévisions = la somme des unités (l'unité étant la maille de la mesure : voir question I.2.2) prévues à la vente sur la période de référence (la période étant la durée entre 2 mises à jour.)
- Somme des variances = la somme des valeurs absolues des différences entre les prévisions sur la période de référence et les ventes réelles pour la même période de référence.
- Le taux de fiabilité ANNUEL est à calculer en sommant les prévisions et les variances des périodes de référence pour une année entière.

2.- Taux de service client

$$\frac{\text{nombre de commandes complètes livrées dans les conditions demandées}^*}{\text{nombre de commandes total}} \%$$

*conditions demandées = respect du premier délai défini avec le client, des quantités, de la qualité, de l'incoterm et de la facture conforme à la livraison.

- Le taux de service client ANNUEL est à calculer en sommant les commandes pour une année entière
- Nota : « commande » est remplacée par « livraison » dans le cas des livraisons sans commande

3.- Taux de réclamation client

$$\frac{\text{nombre de réclamations reçues}}{\text{nombre de livraisons effectuées}} \%$$

- Le taux de réclamation client ANNUEL est à calculer en sommant les réclamations et les livraisons pour une année entière

4.- Taux de service production interne

$$\frac{\text{nombre d'ordres de fabrication soldés dans les conditions demandées}^*}{\text{nombre total d'ordres de fabrication}} \%$$

*conditions demandées = respect du premier ordonnancement et des quantités

- Le taux de service production interne ANNUEL est à calculer en sommant le nombre d'ordres de fabrication pour une année entière.
- Nota : « ordres de fabrication » est remplacée par « approvisionnement » dans le cas des productions sans ordre de fabrication

5.- Taux de service fournisseur

$$\frac{\text{nombre de commandes complètes livrées dans les conditions demandées}^*}{\text{nombre total de commandes}} \%$$

*conditions demandées = respect du premier délai défini avec le fournisseur, des quantités, de la qualité, de l'incoterm et de la facture conforme à la réception

- Le taux de service fournisseur ANNUEL est à calculer en sommant les commandes pour une année entière.
- Nota : « commande » est remplacée par « approvisionnement » dans le cas des réceptions sans commande

6.- Taux de fiabilité des prévisions d'achat

$$\frac{\text{Somme des prévisions} - \text{Somme des variances}}{\text{Somme des prévisions}} \%$$

- Somme des prévisions = la somme des unités (l'unité étant la maille de la mesure : voir question I.6.2.) prévues à l'achat sur la période de référence (la période étant la durée entre 2 mises à jour).
- Somme des variances = la somme des valeurs absolues des différences entre les prévisions sur la période de référence et les achats réels pour la même période de référence.
- Le taux de fiabilité ANNUEL est à calculer en sommant les prévisions et les variances des périodes de référence pour une année entière

7.- Rotation

Rotation stocks = $(\text{vente annualisées}^*) / (\text{valeur moyenne du stock sur l'année}^{**}) = X \text{ fois par an}$

*Ventes annualisées = calculées sur les douze derniers mois glissants valorisées au coût de vente

**Valeur moyenne du stock sur les douze derniers mois glissants = produits finis (PF) + semi-finis (SF) + produits semi-ouvrés (PSO) + articles de conditionnement (AC) + matières premières (MP) valorisées au coût de revient

8.- Coûts logistique

% du chiffre d'affaire net

*Coûts logistiques globaux =

Transport (approvisionnement amont, interco, distribution aval)

+ Manutention (réception, interne, expédition)

+ Entreposage (matières premières, en cours de production, produits finis)

+ Pilotage (planification, administratif des ventes et des achats, gestion des stocks)

+ Informatique logistique (frais de licence logiciel, administration des bases de données logistiques)





+ Frais financiers des stocks

9.- Bilan

kilomètres par tonne de produits livrés

Pour améliorer la qualité de nos entretiens, nous vous remercions de remplir ce questionnaire

NOTEZ NOTRE ENTRETIEN

Au terme de notre entretien, que diriez-vous...	 très satisfait	 plutôt satisfait	 plutôt pas satisfait	 pas satisfait du tout	Pourquoi ?
☞ de l'apport de cet entretien					
☞ du déroulement de l'entretien					
☞ de l'intérêt des questions					
☞ de la formulation des questions					
☞ de la disponibilité des étudiantes					
☞ de l'attitude des étudiantes					
☞ de la préparation de l'entretien					
☞ de l'impression globale					

Merci de nous faire part de vos commentaires

Descriptif de la mission

- Secteur d'activité : Agroalimentaire Industrie - Mobilité
- Commerce - Distribution Autre
- Pharmacie - Cosmétologie

Société

Signataire

Nom

Fonction

ANNEXE 12 : RÉPONSES SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE M. ROGER-ESTRADE

1. Quelle est la démarche adoptée par l'entreprise pour contribuer à la diminution des déchets et des émissions de CO₂ ?

Le Groupe PepsiCo a une politique d'amélioration continue pour réduire les émissions de CO₂. De plus, il a mis en place le keep easy pour suivre ces émissions.

En outre, un rapport sur le développement durable du Groupe est réalisé chaque année pour analyser cette évolution.

2. Comment les entrepôts sont-ils distribués dans la région parisienne ? Est-ce qu'ils sont près des usines ou bien près des principaux clients ? Pourquoi ? C'est une façon de réduire les émissions de CO₂ ?

Les entrepôts sont près des usines et ils ont été regroupés pour réduire les distances. Cependant, ce regroupage n'est pas lié au développement durable.

3. Est-ce que des véhicules électriques sont utilisés pour les livraisons? Les livraisons réalisées la nuit contribuent à réduire les bouchons dans les rues et à augmenter la productivité des usines. Est-ce que la plupart des livraisons sont faites la nuit?

Les clients du Groupe PepsiCo France sont principalement des magasins comme Carrefour ou Monoprix, puisqu'il fait de la grande consommation. Donc, PepsiCo distribue hors ville. Vu que ces magasins sont fermés la nuit, les livraisons ne peuvent pas être réalisées dans le plan de « 22h à 7h ».

Alors, ce sont les clients du Groupe ceux qui doivent contribuer à réduire les bouchons dans les rues en livrant la nuit et utiliser des véhicules électriques puisque ce sont eux qui livrent les centre-villes.

4. En Île-de-France, la RATP est en train d'étudier le fait de réaliser les distributions en utilisant les trams, vous avez déjà entendu parler de cette nouvelle démarche ? Qu'en pensez-vous ? Pensez-vous que c'est faisable pour votre entreprise ? Seriez-vous prêt à participer ?

Cette nouvelle façon de livrer était connue par notre interlocuteur. Cependant, cela n'est pas intéressant pour le Groupe, puisque les livraisons sont hors ville. En moyenne, la distance entre l'usine et les entrepôts est de 200 ou 300km. Donc, les véhicules utilisés sont des camions thermiques de grande contenance, full truck (pleins au 98% : éco-conception).

5. Comment réalise l'entreprise le packaging ?

Pensez-vous qu'une démarche d'éco-conception sur le packaging est une bonne façon de contribuer au développement durable ? Pensez-vous que c'est important ?

PepsiCo essaye de réduire les emballages.

Le packaging est une très importante démarche d'éco-conception pour contribuer au développement durable. Ainsi, chaque année, un plan d'action de pour réduire le poids des emballages est mis en place.

En plus, le Groupe motive les consommateurs à recycler les emballages.

6. Combien du CA destine l'entreprise à réaliser des études pour rendre les emballages plus écologiques ?

C'est compliqué de donner une réponse.

Pour améliorer la qualité de nos entretiens nous vous remercions de remplir ce questionnaire

NOTEZ NOTRE ENTRETIEN

Au terme de notre entretien, que diriez-vous...	très satisfait	plutôt satisfait	plutôt pas satisfait	pas satisfait du tout	Pourquoi ?
de l'apport de cet entretien		X			
du déroulement de l'entretien	X				- parlent bien de l'entretien - les questions sont préparées
de l'intérêt des questions		X			- les questions abordent bien la problématique
de la formulation des questions		X			
de la disponibilité des étudiantes	X				
de l'attitude des étudiantes	X				très à l'écoute, sympathiques
de la préparation de l'entretien	X				
de l'impression globale		X			Très bonne impression

Merci de nous faire part de vos commentaires il faut s'assurer que votre interlocuteur a bien réglé la question et le comment

Descriptif de la mission

- Secteur d'activité : Agroalimentaire Industrie - Mobilité
 Commerce - Distribution Autre
 Pharmacie - Cosmétologie

Société	PepsiCo
Signataire	
Nom	ROGER-ETIENNE Itani
Fonction	Directeur logistique Europe de l'ouest