



**Selon les résultats de la 10<sup>ème</sup> édition de l'étude Capgemini,  
les clients attendent de leurs prestataires logistiques une collaboration et un  
support à un niveau plus stratégique pour les aider  
à réduire les coûts de leur supply chain**

***La dernière livraison de l'étude Capgemini indique que les prestataires logistiques proposent une prestation tactique, alors que leurs clients attendent une collaboration beaucoup plus étroite et des offres de services plus stratégiques ;  
ce qui implique aujourd'hui une véritable transformation du métier de prestataire logistique.***

**Paris (9 janvier 2006) ---** Une étude détaillée concernant l'industrie des prestataires logistiques (3PL) révèle la nécessité pour les 3PL de « réinventer » leurs offres et leur positionnement pour proposer un niveau de service plus stratégique et des solutions plus intégrées à leurs clients. **Pour la première fois en 10 ans depuis le lancement de cette étude, le prix devance le service à valeur ajoutée pour être désormais le premier critère de sélection d'un prestataire. Ce qui reflète la pression mise sur les réductions des coûts dans le domaine de la supply chain.** Mais en même temps qu'ils portent une attention accrue sur les coûts, les clients expriment une demande d'offres à un niveau stratégique, un véritable challenge pour les prestataires en terme de positionnement, d'innovation et d'organisation.

**L'étude souligne l'importance du levier technologique dans la chaîne logistique** en plus de l'attention portée sur les coûts et les besoins stratégiques des clients. Alors que 90 % des personnes interrogées sont d'accord sur le fait que la capacité informatique est un élément essentiel de la palette d'expertises d'un prestataire logistique global, seulement 38% sont satisfaits des compétences de leurs prestataires dans ce domaine. Plus les entreprises progressent dans l'externalisation de leur logistique, plus la complexité de la relation nécessite l'usage de services informatiques pour un spectre de plus en plus large de processus Supply Chain. Selon les sondés, les technologies qui arrivent en tête sont : la RFID, gestion logistique (exécution/planning) via Internet, et systèmes de gestion des fournisseurs.

Erik van Dort, leader du secteur global Distribution chez Capgemini, explique : *“Dans le secteur actuel des 3PL, on observe une trop grande diversité quand on parle processus et systèmes d'information. Il y a de bonnes raisons à cela mais avec la consolidation croissante du marché, l'obligation d'avoir une couverture internationale et la pression pour pérenniser la profitabilité, la transformation des acteurs est inévitable et essentielle. C'est maintenant que les prestataires logistiques doivent investir pour rationaliser leurs opérations et réduire leurs coûts globaux de fonctionnement pour devenir plus compétitifs et ce, de manière plus agressive, afin de gagner des parts de marché. Considérant la performance actuelle d'un certain nombre de 3PL, réussir à être profitable et s'assurer une position de leader nécessiteront des mesures en rupture de la part du management. »*

Ces résultats sont issus de la 10<sup>ème</sup> édition de l'étude annuelle sur les prestataires logistiques, publiée par Capgemini, le Georgia Institut de Technologie, en collaboration SAP et DHL. Elle fournit une analyse stratégique et approfondie du rôle des 3PL par zone géographiques, par secteur industriel clef et par offre, un éclairage prospectif sur l'évolution de ce marché.

L'étude détaille notamment la nature des prestations externalisées, les relations entre prestataires et industriels/distributeurs, les raisons de la non-externalisation, les critères de performance attendus, les gains obtenus par l'externalisation transport/logistique, les points de défaillance des prestataires.

Cette étude a été réalisée en interrogeant 1,091 directeurs logistiques et supply chain. Plus de la moitié des réponses (516) viennent des Etats-Unis, plus d'un tiers (339) d'Europe Occidentale, et près d'un dixième (144) d'Amérique Latine. Elle intègre aussi des retours de la zone Asie-Pacifique (53), de l'Afrique du Sud (31), et du Moyen-Orient (8). Plus des 2/3 des personnes interrogées sont issus du secteur de l'industrie, et l'on note un taux de réponse significatif dans le secteur automobile, de la chimie, de la grande consommation, de la high tech et de l'industrie pharmaceutique.

**Le taux d'utilisation de prestataires logistiques reste très élevé** – 80% des personnes interviewées en Amérique du Nord ; 77 % en Europe Occidentale et 70 % en France – **ainsi que la satisfaction des clients** sur leurs expériences d'externalisation de la logistique, puisqu'ils sont plus de 88% à le mettre en avant (82% en France).

**L'enquête confirme le fait que la compétence d'un 3PL sur son coeur de métier est considérée, dans la décision d'externaliser, comme plus importante plutôt que sa capacité à proposer des services à valeur ajoutée.** Cette évolution dans l'attention portée aux expertises fondamentales des prestataires est un changement majeur, qu'on peut attribuer aux mouvements récents de consolidation du marché qui ont pu donner la perception de fragiliser les services de base. C'est pourquoi les 3PL ne doivent pas se tromper sur leurs fondamentaux pour pouvoir néanmoins aussi confirmer leurs capacités à accompagner leurs clients sur des initiatives plus stratégiques, s'ils veulent préserver leurs relations clients sur le long terme.

*“Les prestataires 3PL ne savent pas tout faire, pour tout le monde; ils doivent clairement définir leur stratégie en terme de satisfaction client,”* déclare C. John Langley Jr., Ph.D., Professeur en Supply Chain Management et responsable de l'étude au Georgia Institut de Technologie. *“Il est essentiel pour les 3PL de se focaliser sur le développement d'une offre globale de services fondamentaux, au juste prix, pour pouvoir ensuite construire une relation étroite avec le client et lui offrir des services de niveau plus stratégique en adéquation avec ses besoins business en constante évolution : cela signifie transformer leurs portefeuilles d'offres pour intégrer des services plus avancés de management stratégique.”*

**L'enquête confirme que le marché des 3PL ne cesse de croître (plus de 10% de taux de croissance annuel) et d'évoluer.** Non seulement les prestataires logistiques et leurs savoir-faire changent constamment, mais les attentes de leurs clients évoluent. *“A court terme, nous pensons que la plupart des 3PL vont suivre cette tendance et proposer un modèle de relation globale qui combine des éléments à la fois tactiques et stratégiques,”* ajoute Alec Ang, Directeur de la Supply Chain Logistics chez DHL Asie-Pacifique Global Customer Solutions. *“Les 3PL doivent aussi remonter dans la chaîne de valeur pour fournir une expertise en supply chain management, au-delà des traditionnelles compétences orientées sur la gestion des actifs de l'entreprise. Ces améliorations vont permettre aux 3PL de se positionner plus efficacement comme LLPs qui aident leurs clients à réduire la complexité de management de leur supply chain.”*

Scott Sykes, Principal chez SAP America, conclut: *“Il y a une belle opportunité pour les 3PL de gagner des parts de marché en utilisant les Systèmes d'Informations pour offrir des solutions technologiques standardisées à moindre prix. Une fois que les services fondamentaux sont rationalisés au niveau global, les prestataires logistiques peuvent proposer de nouveaux services à base technologique pour se différencier et, plus important encore, effectivement fournir les services à valeur ajoutée, ce que leurs clients recherchent de plus en plus.”*

#### **A propos de Capgemini**

Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, a développé une façon unique de travailler avec ses clients, appelée «Collaborative Business Experience» et basée sur les capacités de dialogue et de collaboration que lui reconnaissent ses clients. Plus qu'une philosophie, le «Collaborative Business Experience» est un mode de travail qui renforce l'engagement de Capgemini vis-à-vis de ses clients. En définissant conjointement les objectifs, en mettant en place des processus simples et plus efficaces, en partageant les risques comme les expertises, en structurant des équipes communes, Capgemini aide les entreprises à mettre en place des stratégies de croissance, à développer leurs technologies et à prospérer. Capgemini a réalisé un chiffre d'affaires 2004 de 6,3 milliards d'euros et emploie environ 60 000 personnes dans le monde.

Pour plus d'informations : [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

#### **A propos du Georgia Institut de Technologie**

The Georgia Institute of Technology, located in Atlanta, is a leader in logistics and supply chain education. Through its School of Industrial and Systems Engineering (ISyE) and The Logistics Institute (TLI), Georgia Tech is committed to serving logistics educational needs through its degree programs and its comprehensive professional education program. Included are two short course series—the Logistics Professional Series and the Logistics Management series—and a fully accredited Executive Master's in International Logistics (EMIL) program. Also, TLI sponsors a Global Logistics Program, a TLI Asia-Pacific program in partnership with the National University of Singapore (a partnership with the National Science Foundation and more than twenty corporations and government agencies), and a Leaders in Logistics Program. Georgia Tech and The Logistics Institute impact logistics and supply chain direction setting and strategy formulation through its Supply Chain Executive Forum, founded in 2003. Information about Georgia Tech's ISyE programs may be found on the web at <http://www.isye.gatech.edu>, while information about The Logistics Institute and the Supply Chain Executive Forum may be found at <http://www.tli.gatech.edu> and <http://www.tli.gatech.edu/scef>, respectively.

#### **A propos de SAP**

SAP est le premier fournisseur mondial de solutions de gestion d'entreprise. Les solutions SAP® sont conçues pour répondre aux exigences des établissements publics et des entreprises de toutes tailles, PME ou multinationales. Conçues sur la base de SAP NetWeaver, la plate-forme ouverte d'applications et d'intégration, les solutions SAP réduisent la complexité et le coût total de possession des systèmes d'information déjà en place et y intègrent les meilleures pratiques en matière de gestion et d'innovation. De leur côté, les solutions horizontales de mySAP Business Suite aident les entreprises du monde entier à améliorer leurs relations clients, à se rapprocher de leurs partenaires, à innover dans leur porte-feuille de produits ou de services et à optimiser les coûts de leurs processus critiques et de leurs opérations. Les spécificités de chaque secteur économique, depuis l'automobile jusqu'à la distribution en passant par les assurances ou le secteur public, sont soutenues par plus de 25 déclinaisons sectorielles des solutions SAP.

Aujourd'hui, plus de 29 800 clients dans plus de 120 pays s'appuient sur plus de 100 600 installations du logiciel SAP. Avec des filiales dans plus de 50 pays, la société est cotée sur plusieurs marchés financiers, notamment la bourse de Francfort et de New York sous le symbole "SAP".

Pour de plus amples informations, veuillez consulter : <http://www.sap.com>

#### **A propos de DHL**

DHL est une filiale de Deutsche Post World Net, leader mondial du transport et de la logistique. Ses sociétés intégrées Deutsche Post, DHL et Postbank proposent à leurs clients des solutions sur-mesure dans les domaines du transport et de la logistique de marchandises, de la gestion d'information et de paiements, à travers un réseau mondial associé à une expertise locale. En tant que premier prestataire mondial de services de marketing relationnel, Deutsche Post World Net offre un portefeuille unique de solutions externalisées et de systèmes de gestion de courrier. Le groupe a réalisé 52 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2004. Avec près de 500.000 salariés dans plus de 220 pays, Deutsche Post World Net est l'un des plus grands employeurs du monde.

#### **Contacts presse**



[Bermudes-rp.com](http://Bermudes-rp.com)

Fabrice Bidault

[fbidault@bermudes-rp.com](mailto:fbidault@bermudes-rp.com)

Aurélie Boitel-Solon

[aboitel@bermudes-rp.com](mailto:aboitel@bermudes-rp.com)

Tél : +33 (0)1 41 10 42 90

#### **Capgemini Consulting**

Marine d'Anterroches

[marine.d-anterroches@capgemini.com](mailto:marine.d-anterroches@capgemini.com)

Tél : +33 (0)1 49 67 56 71