

Intersport : comment prendre une longueur d'avance et préparer 650 points de vente au Digital



Le Numéro 1 mondial de la distribution d'articles de sport, avec plus de 650 magasins en France est structuré en coopérative regroupant des sociétaires propriétaires de leur point de vente. Profitant de la nécessité d'homogénéiser le système d'information, le défi était de prendre une longueur d'avance et de se préparer au click and collect.





En quelques mots

Intersport

Localisation :

Longjumeau (structure centrale) et Saint-Vulbas (plateforme logistique)

Secteur

Distribution

Produits et services :

Articles de sport

Employés :

9,000

Site web :

<http://www.intersport.fr/>

Partenaire :

PM Progress Management
- <http://www.pmconseil.com/>

LA TRANSFORMATION

Objectifs :

- Homogénéiser l'informatique des magasins.
- Développer des outils de supply chain puissants.
- Préparer l'arrivée du digital pour le groupe (Click&Collect, livraison à domicile, ...) et sa capacité à gérer les stocks en temps réel.
- Disposer d'un reporting puissant.

Solutions :

La mise en oeuvre de SAP Retail ON HANA apportait toutes les garanties sur sa capacité à couvrir l'intégralité des besoins fonctionnels des différents services d'Intersport : offre, référentiels, supply chain, finance, commerce, Business Intelligence.

Bénéfices :

SAP HANA a permis à Intersport de passer d'une logique de flux poussés, quel que soit le niveau des ventes et de la météo, à une logique de flux tendus, avec un réassort automatique pouvant être lancé plusieurs fois par jour, dans le but d'optimiser la trésorerie des adhérents. Les stocks en magasin sont passés de 6 mois à 2 mois, avec l'objectif de descendre à 40 jours.

« Nous avons établi en 2014 un plan informatique avec comme stratégie de ne pas seulement rattraper le retard, mais surtout de prendre de l'avance »

Eric Braconnier, DSI Intersport

Puissance sur les volumes

L'objectif-clé de ce projet.

2 mois

Niveau de stocks en magasin



Objectif : prendre un coup d'avance

Intersport est aujourd'hui le leader mondial de la distribution d'articles de sport, avec 5800 magasins dans 64 pays pour un CA de 11,4 Milliards d'Euros. En France c'est plus de 650 magasins et la particularité d'une structure sous la forme d'une coopérative, regroupant des sociétaires propriétaires de leurs magasins.

« Nous avons établi en 2014 un plan informatique avec comme stratégie de ne pas seulement rattraper le retard mais surtout de prendre de l'avance, avec quatre objectifs », explique Eric Braconnier, DSI Intersport.

• **Homogénéiser l'informatique des magasins.**
Avec autant de points de vente appartenant à des sociétaires différents, l'informatique s'était forcément construite de façon disparate.

• **Développer des outils de supply chain puissants.**

Il fallait améliorer le niveau de service apporté aux sociétaires.

• **Préparer l'arrivée du numérique pour le groupe.**

Il s'agissait notamment d'anticiper le click and collect, ce mode de vente qui permet au client de réserver en ligne un ou plusieurs produits disponibles en magasin, ce qui nécessite la gestion des stocks en temps réel.

• **Disposer d'un reporting puissant avec des outils adaptés**

Plus le reporting est puissant plus on dispose, dans cet univers, d'un avantage concurrentiel fort. Il faut en effet pouvoir décider rapidement et faire en sorte que ces décisions soient exécutées au plus vite par tous les acteurs concernés.

En quelques mots

Objectif

La mise en oeuvre

Ce qui a changé

Et maintenant...

“ Il s'agit notamment d'anticiper le click and collect, ce mode de vente qui permet au client de réserver en ligne un ou plusieurs produits disponibles en magasin, ce qui nécessite la gestion des stocks en temps réel.”

Eric Braconnier, DSI Intersport



La mise en oeuvre de SAP Retail ON HANA

La solution SAP Retail On HANA apportait toutes les garanties par sa capacité à :

- Couvrir l'intégralité des besoins fonctionnels des différents services d'Intersport
- Fournir de la puissance sur les volumes
- Réaliser des gains significatifs sur les temps de calcul en particulier sur le réassort automatique des magasins
- Déployer rapidement la solution sur de nouvelles enseignes
- En outre, les compétences et la fiabilité, la parfaite connaissance de la société PM Progress Management du secteur du Retail et sa démarche projet bien cadré a rassuré Intersport et lui a permis de s'engager dans une relation de confiance à long terme.

La première partie du projet consistait à migrer la solution SAP ECC de l'AS400 vers SAP Retail On HANA. Ce projet a été réalisé en trois mois seulement.

La seconde a consisté à mettre en oeuvre le projet SAP Retail On HANA en 1 an.

1 an

La clé du succès a consisté à travailler les méthodes avec les métiers. Ce que l'on implémente doit être immédiatement utilisable. Paradoxe : cette volonté de réussir vite la mise en place et l'appropriation par les métiers a exigé une étape assez longue de recette.
« Les entreprises ne sont pas habituées à des cycles cadrage-conception/réalisation-recette-formation-mise en production, explique Eric Braconnier. Voilà pourquoi, nous avons fait de gros efforts en la matière. Les résultats ont été immédiats : on a des temps de réponse qui sont plutôt extraordinaires. Les équipes de PM nous ont soutenus également pendant cette phase du projet. »

**de mise en oeuvre
seulement pour un
projet d'une telle
envergure.**

En quelques mots

Objectif

La mise en oeuvre

Ce qui a changé

Et maintenant...



Ce qui a changé

Tous les processus liés à l'activité de la Supply Chain sont à présent couverts au travers de la solution SAP Retail On HANA. La solution Intersport gère à la fois les référentiels, les processus d'approvisionnement amont, les stocks plateforme, le MRP, le réapprovisionnement des magasins, l'intégration avec la finance et le contrôle de gestion, la remontée des tickets de caisse grâce à l'outil SAP POSDM. Par le biais de la solution SAP BI, l'ensemble des services a accès à du reporting concernant la logistique, les ventes et le niveau de stocks des magasins. SAP HANA a permis à Intersport de passer d'une logique de flux poussés, quel que soit le niveau des ventes et de la météo, à une logique de flux tendus, avec un réassort automatique pouvant être lancé plusieurs fois par jour, dans le but d'optimiser

la trésorerie des adhérents. Quand on passe, comme l'explique Eric Braconnier, d'un temps de traitement de plus d'une nuit à un temps de traitement de 12 minutes pour calculer le réassort des points de vente, c'est toute la vie des 650 magasins Intersport qui est modifiée. Les stocks en magasin sont passés de 6 mois à 2 mois, avec l'objectif de descendre à 40 jours. Ces temps de réponse extraordinaires sont la clé des bénéfices apportés par la solution. Associé à la robustesse de la solution SAP, Intersport a amélioré sa réactivité auprès des magasins. Moins de risque d'erreurs, moins de besoin de « stocks tampons », une réactivité plus grande auprès des magasins, et, au passage, une trésorerie améliorée pour chaque sociétaire.

En quelques mots

Objectif

La mise en oeuvre

Ce qui a changé

Et maintenant...

12 min

pour calculer le réassort des points de vente

12h

pour la même opération auparavant

650

magasins dont la vie est modifiée



Et maintenant...

Intersport est désormais prêt pour son entrée dans l'ère du Click and collect. La marque aura ainsi, en un an, effectivement rattrapé son retard et pris une véritable longueur d'avance. Un atout essentiel pour l'avenir des marques de cet univers.

Intersport a également musclé sa Supply Chain et a donc pu reprendre sur ses plateformes une partie non négligeable des flux logistiques assurés auparavant en direct entre les fournisseurs et les magasins.

L'élargissement de la gamme gérée maintenant en centrale va donner de la souplesse d'approvisionnement aux sociétaires et améliorer considérablement l'offre des magasins sur le click and collect. En effet, des flux en B to B to C (approvisionnement des magasins par les plateformes sur base d'un besoin client en magasin) vont permettre de booster le chiffre d'affaires de ce type de commerce.



En quelques mots

Objectif

La mise en oeuvre

Ce qui a changé

Et maintenant...

© 2017 SAP AG ou société affiliée SAP. Tous droits réservés.

Toute reproduction ou communication de la présente publication, même partielle, par quelque procédé et à quelque fin que ce soit, est interdite sans l'autorisation expresse et préalable de SAP AG. Les informations contenues dans ce document peuvent être modifiées par SAP AG sans préavis. Certains logiciels commercialisés par SAP AG et ses distributeurs contiennent des composants logiciels qui sont la propriété d'éditeurs tiers. Les spécifications des produits peuvent varier d'un pays à l'autre. Elles sont fournies par SAP AG et ses filiales (« Groupe SAP ») uniquement à titre informatif, sans engagement ni garantie d'aucune sorte. Le Groupe SAP ne pourra en aucun cas être tenu responsable des erreurs ou omissions relatives à ces informations. Les seules garanties fournies pour les produits et les services du Groupe SAP sont celles énoncées expressément à titre de garantie accompagnant, le cas échéant, lesdits produits et services. Aucune des informations contenues dans ce document ne saurait constituer une garantie supplémentaire. SAP et tous les autres produits et services SAP mentionnés dans ce document, ainsi que leurs logos respectifs, sont des marques commerciales ou des marques déposées de SAP AG en Allemagne ainsi que dans d'autres pays.

Pour plus d'informations sur les marques déposées, voir <https://www.sap.com/france/about/legal/copyright.html>