ÉDITION 4/2019

DACHSER magazine

UN MONDE DE LOGISTIQUE INTELLIGENTE

LOGISTIQUE AVEC SWISSNESS

DES BONBONS AUX PLANTES POUR LE MONDE ENTIER

BRÉSIL
ÉLARGIR L'HORIZON

SUPPLY CHAINS
LE POUVOIR DES DONNÉES

SPRINT FINAL Noël et le Nouvel

An seraient des moments propices au recueillement ?
Loin de là. Chaque année, c'est une belle agitation qui règne.

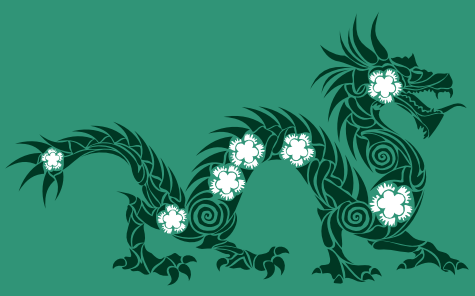
15 950 kg, c'est le poids du traîneau le plus lourd jamais tiré par un Père Noël. Sous le bonnet rouge : un pasteur canadien amateur des sports de force, Kevin Fast. Le 8 novembre 2013, au profit d'une bonne cause, il a tracté ce véhicule en 33,3 secondes sur toute la Queen Street de Cobourg, Ontario. Sa performance a été inscrite directement dans le Livre Guinness des records.

75 milliards de messages de vœux ont été envoyés via WhatsApp dans le monde entier, en une seule nuit, celle du Nouvel An 2018. Ce chiffre est très approximatif. En revanche, il est certain que, croulant sous le poids de tous ces souhaits et bonnes résolutions, les serveurs ont été bloqués à plusieurs reprises.

1 560 minutes, c'est l'espace de temps pendant lequel l'humanité célèbre le passage à la nouvelle année. Il faut donc à cette dernière plus d'une journée pour faire son entrée dans les 30 fuseaux horaires de la planète. Les habitants de l'île de Samoa, dans le Pacifique, sont les premiers à lever leur verre. Et c'est aussi dans le Pacifique, que, 26 heures plus tard, l'île Baker est la dernière à saluer la nouvelle année.

16 fois pendant la nuit du Nouvel An, la Station spatiale internationale ISS franchit la ligne de changement de date. Mais l'équipage se souhaite seulement trois fois une bonne et heureuse année : au même moment que le centre de contrôle de Moscou, que le quartier général de la NASA, à Houston, et à minuit, heure de Greenwich.

1 200 km, c'est la distance parcourue par les Rois Mages pour suivre l'étoile et venir rendre hommage à l'enfant Jésus dans l'étable de Bethléem. Selon la tradition chrétienne, deux d'entre eux étaient partis de la rive sud de la mer Caspienne et le troisième de ce qui est aujourd'hui le Pakistan. Voyageant à dos de chameau, environ huit semaines leur ont été nécessaires à l'époque. Aujourd'hui, deux heures d'avion suffisent.



3 milliards de voyages ont lieu à l'occasion de la fête du Nouvel An chinois (en 2020, le 25 janvier) selon la Commission nationale du développement et de la réforme. Il s'agit du plus grand mouvement migratoire régulier du monde : on estime que la célébration de cet événement en famille a donné lieu, en 2019, à 73 millions de voyages en avion et 413 millions en train. Cependant, la grande majorité des Chinois se déplacent par la route, en bus ou en voiture pour rejoindre leurs proches.

DOSSIER

Logistique avec « Swissness » : Un bonbon fait le tour du monde. Du nouveau chez Ricola. 04

FORUM

Hommes & marchés: 10
Projets durables avec Terre des hommes ;
un nouveau COO Air & Sea Logistics ;
des nouvelles du laboratoire du futur de Dachser

Essai : Le savoir à portée de main –
collecte et stockage des données 14

COMPÉTENCES

Lignes directes : Würth au plus près
des marchés européens 16

Opportunités de carrière dans la logisitique :
Médiatrice dans la gestion du parc automobile 20

Qualité des données : Des données plus rapides
et de meilleure qualité pour la Supply Chain 22

RÉSEAU

Compétence réseau :
Des nouvelles du monde Dachser 26

Portrait d'un site logistique :
Le Brésil – élargir l'horizon 28

ESPACE ÉCHANGES

Corporate Citizen : Entre responsabilité
et devoir : réflexions de Bernhard Simon,
CEO de Dachser 32

BONNES NOUVELLLES

Un livre : « Chez nous, à Kempten » :
Kempten, vu et dessiné avec humour 35

Abonnez-vous en un clic à notre eLetter !

Toutes les facettes du monde captivant de la logistique sur www.dachser.fr/eletter (en anglais)

DACHSER magazine

Éditeur : DACHSER SE, Thomas-Dachser-Str. 2, D–87439 Kempten, Internet : www.dachser.com **Directeur de la publication :** Dr. Andreas Froschmayer **Rédacteur en chef :** Christian Auchter, tél. : +49 831 5916-1426, fax : +49 831 5916-8-1426, e-mail : christian.auchter@dachser.com **Comité de Rédaction :** Theresia Gläser, Annette Rausch, Madlen Recla, Christian Weber **Distribution :** Andrea Reiter, tél.: +49 831 5916-1424, e-mail : andrea.reiter@dachser.com **Production :** Schick Kommunikation, Kerschensteinerstraße 25, D–82166 Gräfelfing, e-mail : info@schick-kommunikation.de **Chef de projet :** Marcus Schick **Conception :** Ralph Zimmermann **Crédit photos :** photos internes sauf gettyimages (p. 2, 3, 10, 11, 12, 14, 15, 25, 26, 28, 29, 31, 32), Ricola (p. 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9), Würth (p. 3, 16, 17, 18, 19), Detlef Majer (p. 3, 20, 21), Schick (p. 6, 8), IMD (p. 34), Jürgen Schanz (p. 35) **Illustration:** Ralph Zimmermann (p. 14, 15) **Impression :** Holzer Druck und Medien Druckerei und Zeitungsverlag GmbH, Fridolin-Holzer-Str. 22-24, D–88171 Weiler im Allgäu **Tirage :** 37 000 ex. / 59ème année **Périodicité :** trimestrielle **Langues :** allemand, anglais, français, espagnol **Traduction :** Klein Wolf Peters GmbH, Munich. Ce produit a été fabriqué à partir de bois issu de forêts certifiées FSC® et d'autres matériaux contrôlés.

MIXTE
Papier issu de sources responsables
FSC® C051146

Climatiquement neutre
Imprimé
ClimatePartner.com/11886-1910-1005

UN BONBON FAIT LE TOUR DU MONDE

Connu dans le monde entier :
le vrai bonbon suisse aux herbes

La logistique fait du bien. Surtout quand elle concerne les herbes des montagnes suisses et des recettes qui associent bien-être et plaisir. Accompagné par Dachser, Ricola, fabricant suisse de bonbons aux herbes, trouve son propre chemin pour opérer sur les marchés mondiaux.

Elle aime les prairies, les forêts claires et les sols rocheux à flanc de montagne. On la trouve jusqu'à 2 000 m d'altitude : la Pimpinella saxifraga, une plante des montagnes aux multiples vertus, qui jouit dans le monde entier d'une excellente réputation. Pour les indigènes de l'Amérique, la pimprenelle est tout aussi importante que le ginseng pour les Chinois ou la racine de taïga pour les Russes : d'une façon générale, elle tonifie l'organisme et combat la fatigue. Elle était déjà cultivée comme plante médicinale et aromatique dans l'Ancienne Égypte, chez les Grecs et chez les Romains.

Pleine de ressources, elle compte parmi les 13 plantes qu'une centaine de montagnards suisses cultivent, soignent et récoltent amoureusement, dans le respect de la nature et selon les standards de la culture bio. Ce travail manuel, →

Jochen Layer,
Vice President
Corporate Fulfillment,
Ricola AG

> La base d'une coopération qui se veut durable et tournée vers le long terme est faite de confiance réciproque, d'ouverture et de goût de l'innovation

souvent pénible, n'a qu'un seul but : la fabrication du bonbon aux herbes suisses, le vrai. Depuis 1940, celui-ci est produit dans la petite ville de Laufon, dans le canton de Bâle-Campagne, toujours suivant la même recette, inchangée, tenue rigoureusement secrète. Que ce grand classique des bonbons soit une source de bien-être pour la gorge et pour la voix, cela se sait maintenant : Ricola est une marque mondialement connue, tout aussi caractéristique de la Suisse et porteuse de « Swissness » que le fameux couteau de poche.
L'origine de cette entreprise familiale remonte à l'année 1930, quand le boulanger-confiseur Emil Richterich, en marge de ses activités quotidiennes, s'est lancé dans la fabrication de bonbons, et notamment de bonbons contre la toux. C'est 10 ans plus tard qu'il rencontra le succès, en mélangeant 13 plantes. Le bonbon Ricola, l'original, était né.
Aujourd'hui, avec Raphaël Richterich, c'est déjà la quatrième génération de la famille Richterich qui est présente dans l'entreprise. Son père, Felix Richterich, lui-même petit-fils du fondateur Emil Richterich, fut CEO de Ricola pendant de nombreuses années. Il a confié, en mai 2019, la direction des activités opérationnelles au nouveau CEO, Thomas P. Meier, et se consacre désormais aux objectifs straégiques de l'entreprise en tant que président du conseil d'administration.Présente partout dans le monde, celle-ci emploie 500 personnes environ, dont 430 à Laufon. En 2018 elle a généré, avec le groupe, un chiffre d'affaires annuel de 339,3 millions de francs suisses.
La plupart de ses produits (90 % des bonbons classiques, mais aussi bonbons au cœur liquide, perles aux herbes, infusions instantanées) sont exportés dans plus de 50 pays, notamment aux États-Unis, en Allemagne, en France et en Italie. Ainsi qu'en Asie : à Singapour et Hongkong, Ricola est leader sur le marché des bonbons aux plantes.

Cela se fête : dix ans de partenariat entre Ricola et Dachser

Des interlocuteurs sur place

Depuis 2008, l'entreprise familiale travaille avec Dachser Air & Sea Logistics Switzerland pour acheminer ses produits fabriqués à Laufon partout dans le monde. « Nous étions à l'époque en quête d'un partenaire expérimenté et fiable, qui nous accompagne sur les marchés, de préférence en terrain connu de lui, et qui, grâce à son réseau et à ses équipements informatiques, nous permette un contrôle maximum des processus », explique Jochen Layer, Vice President Corporate Fulfillment de Ricola AG. « Avec Dachser, nous nous sommes immédiatement sentis compris et entre de bonnes mains. Et ce, aussi bien chez nos interlocuteurs directs, en Suisse, que dans les filiales des deux Amériques et en Extrême Orient, où nous exportons une part importante de nos produits. » Sur cette base, la coopération avec le logisticien a été constamment élargie et approfondie.
« La sécurité des processus est essentielle pour Ricola, souligne J. Layer. Le respect des standards de qualité, suivant les normes, doit être assuré tout au long de la chaîne logistique. La nature de nos produits l'exige. » Les bonbons aux herbes, classés comme médicaments disponibles sans prescription par SwissMedic, l'autorité suisse en charge de l'autorisation et du contrôle des médicaments et produits médicaux, demandent des précautions particulières pour leur acheminement de la production à la distribution. En permanence et partout, la chaîne logistique doit satisfaire aux règles de l'International Food Standard (IFS), et de surcroît aux États-Unis et au Canada, aux normes strictes de la Food and Drug Administration (FDA) pour les produits alimentaires et les produits nommés OTC (Over the Counter), en auto-médication. » Il nous faut donc un partenaire logistique compétent et fiable, capable de jouer dans la cour des grands », constate J. Layer.
Ingénieur en économie de par sa formation, J. Layer attend donc beaucoup des prestations logistiques pour cette entreprise riche d'une longue tradition : « Nous considérons toujours l'entreprise dans sa totalité, voulons optimiser l'ensemble des processus et développer régulièrement la Supply Chain. Notre objectif, c'est de réaliser des chaînes logistiques totalement fiables, d'une transparence maximale, tout au long du flux des marchandises. Ce n'est pas une révolution qu'il nous faut, mais une évolution répondant aux mouvements du marché.

Les herbes suisses, source de bien-être

Pragmatisme dans l'excellence

Cette approche qui considère l'ensemble, l'action commune, et ne recherche pas la réussite à court terme, correspond tout à fait à la culture de Ricola, associant depuis toujours exigence de qualité et pragmatisme, le tout fondé sur des valeurs. Cette conception se reflète dans les bâtiments administratifs et ceux de la production, à Laufon. Dans la rue de Bâle, une petite rue banale, des façades de petite ville de province cohabitent avec des bâtiments à l'architecture des plus raffinées. Dans les années 1980, chargés par la famille Richterich d'une rénovation, deux jeunes architectes de Bâle, Jacques Herzog et Pierre de Meuron, ont fait de ce projet une belle réussite : ils ont construit un remarquable entrepôt à rayonnage en hauteur. Devenus mondialement célèbres, ils ont encore réalisé, entre autres, le spectaculaire bâtiment administratif, aux grandes surfaces vitrées et raffinements techniques, et construit en argile le centre de conditionnement des herbes, la Maison des plantes, où viennent en pèlerinage les amateurs et connaisseurs d'art et d'architecture du monde entier.

L'architecture traduit donc aussi les valeurs que professe l'entreprise familiale. L'une d'elle se formule ainsi : « L'exigence absolue de qualité, valant pour tous les domaines d'activité de l'entreprise, constitue la base de toutes ses décisions. » La réussite n'est pas un but en soi, mais doit permettre à l'entreprise d'assumer sa responsabilité envers ses collaboratrices et collaborateurs, la société et l'environnment.

Conception commune de la culture

« Dans la relation entre Ricola et Dachser, nous avons ressenti, dès le début, une sorte de communauté de vue sur la culture », soulignent d'une même voix Jochen Layer et Samuel Haller, Country Manager pour le domaine d'activité Air & Sea Logistics chez Dachser Switzerland. « La base d'une coopération qui se veut durable et tournée vers le long terme est faite de confiance réciproque, d'ouverture et de goût de l'innovation. C'est un terrain favorable à partir duquel les deux partenaires, regardant vers l'avenir, peuvent très bien partir ensemble à la découverte de nouvelles solutions et possibilités », souligne Jochen Layer. Être à l'écoute l'un de l'autre, se montrer compréhensif pour chaque situation, permet d'y apporter des réponses nouvelles et innovantes, c'est plus qu'une vertu. » La réussite a besoin d'empathie, elle se construit sur la compréhension mutuelle. »

La coopération de plus de dix ans de Ricola et Dachser témoigne de la justesse de cette thèse. Leur relation tire son énergie de la volonté de tous les acteurs de se montrer prêts au dialogue ouvert et créatif, à tout moment : « Nous pouvons toujours nous dire ouvertement ce que nous attendons l'un de l'autre », souligne J. Layer.

En conséquence, Dachser et Ricola se sont continuellement rapprochés, dans le souci commun et permanent d'améliorer la transparence de la chaîne des opérations logistiques et des processus. Depuis 2012, Dachser assure pour Ricola le « Risk Management » de la Supply Chain. « C'est une grande preuve de confiance, qui en même temps nous charge d'une grande responsabilité », constate Bruno Zwiker, Sea Freight Manager de Dachser Air & Sea Logistics Switzerland. Si, malgré un parfait respect des délais de production, les conteneurs contenant nos marchandises dans des big-bags sont retardés en cours d'acheminement, cela peut paralyser complètement la production dans le pays de destination », confirme J. Layer. « Alors il nous faut non pas des partenaires qui haussent les épaules, arguant qu'il n'y a rien à faire, mais des partenaires qui sont en mesure d'intervenir immédiatement. Dachser, nous offre exactement cette compétence. »

Un seul interlocuteur

Actuellement Ricola et Dachser travaillent au développement des accès aux principaux marchés d'Asie et d'Amérique du Nord et à la réduction des délais de livraison vers l'Amérique centrale et du Sud, ces efforts étant maintenant soutenus par un hub de logistique contractuelle au Panama.

Othello, le système de gestion des transports sur lequel sont basées au niveau mondial toutes les prestations imbriquées les unes dans les autres, veille au bon fonctionnement et à l'efficience des processus informatiques d'arrière-plan. « Pour nos clients, nous obtenons une transparence totale, comme dans le cas du transport depuis Laufon vers les États-Unis. De plus, nous assurons la disponibilité d'un choix de capacités de transport cargo. Ainsi, Ricola peut plus facilement gérer ses stocks tout au long de la chaîne logistique et raccourcir les temps de stockage entre la fin de la production et l'expédition. Avec, pour toutes ces prestations, un seul et unique interlocuteur », résume B. Zwiker. Finalement, le site Dachser des États-Unis est →

PROFIL

Ricola est l'un des fabricants de bonbons les plus modernes et les plus novateurs. Cette entreprise familiale produit actuellement environ 60 sortes de bonbons et spécialités d'infusions. Elle a son siège à Laufon, près de Bâle, possède des filiales en Europe, en Asie et aux États-Unis et exporte ses spécialités aux herbes partout dans le monde, dans plus de 50 pays. Elle est connue pour être l'un des fleurons de la qualité suisse.

www.ricola.com

Le centre de traitement des plantes, à Laufon

Production à plein régime

mieux utilisé et Ricola voit sa position sur le marché confortée par la possibilité d'un approvisionnement ponctuel et rapide.
Samuel Haller juge cette approche « one-stop-shopping » avantageuse pour tous les acteurs. La concentration sur un seul partenaire représente « une valeur ajoutée considérable, autant pour notre partenaire de distribution que pour le Groupe Ricola lui-même. De plus, ce genre de concept produit des effets d'échelle facilement mesurables. Nous optimisons ainsi significativement les coûts en gérant mieux les capacités et les approvisionnements, par exemple en recherchant toutes les synergies à exploiter, ou en réduisant les temps d'attente grâce à un pooling des conteneurs dans le dépôt. » De plus, avoir moins d'interfaces avec un prestataire logistique aide Ricola à se concentrer encore mieux sur les besoins de ses clients. Ce qui, en fin de compte, ne peut que renforcer la relation client.
Après plus de dix ans de coopération avec le logisticien, Jochen Layer en dresse un bilan positif. « Avec Dachser comme partenaire logistique, nous avons déjà réalisé différentes "business opportunities". Grâce à la conception holistique de la logistique développée ensemble, nous avons continuellement amélioré nos processus et ainsi créé de la valeur ajoutée pour nos clients. » Puis J. Layer annonce que Ricola veut maintenant, dans l'optique d'une chaîne d'approvisionnement 4.0, poursuivre l'approfondissement du partenariat avec Dachser en renforçant la numérisation et l'intégration des processus. « Sans attachement à nos valeurs communes, cette longue et solide relation de coopération ne serait pas possible. » Ces éléments sont essentiels au partenariat, tout comme le mélange des 13 herbes à Ricola.

M. Schick

**L'emballage promet un produit suisse – promesse tenue : Pour ses bonbons, Ricola cultive les herbes en Suisse et les transforme aussi sur place. C'est à Laufon, dans le centre de traitement des herbes, qu'elles sont séchées, triées, coupées, entreposées et mélangées.
Des herbes jusqu'au bonbon prêt à être consommé, toutes les étapes de sa fabrication ont donc lieu en Suisse.**

ENTRETIEN

« Élargir son champ de vision – créer ensemble une valeur ajoutée commune »

Un entretien avec Samuel Haller, Country Manager pour le domaine d'activités Air & Sea Logistics de Dachser Switzerland, à propos de la logistique et de ses potentialités dans un partenariat où les deux parties sont sur un pied d'égalité.

Monsieur Haller, accompagner un client comme Ricola, désireux d'opérer sur les marchés mondiaux, en quoi est-ce un défi ?
Samuel Haller : Au premier abord, transporter des bonbons semble une prestation logistique facile à organiser, même à l'international. Mais dans la coopération avec Ricola, il ne s'agit pas seulement d'expédier chaque année plusieurs centaines de conteneurs de Suisse aux États-Unis. Nous développons ensemble notre propre concept logistique global, avec pour objectif d'optimiser et valoriser au maximum la fiabilité dans la distribution et la vente.

Comment procédez-vous ?
Nous dialoguons beaucoup, dans le cadre d'un échange structuré et méthodique. Nous restons concentrés sur les besoins spécifiques et stratégiques de Ricola et réfléchissons ensemble à la façon de les mettre en relation avec l'intelligence réseau de Dachser. Du fait que nous considérons de façon holistique le champ de tension entre coûts directs et indirects et les mettons en relation avec le bénéfice client final, nous pouvons définir des objectifs et les mesurer. Ceci va entièrement dans le sens de la mission de Dachser : nous optimisons le bilan logistique de nos clients.

Quelles conditions faut-il remplir pour bénéficier de ce genre de prestation profondément intégrée ?
Comme chez Ricola et Dachser, les « atomes crochus » sont indispensables. Sur la base de l'ouverture d'esprit et de la communauté de valeurs, un partenariat générant des concepts vraiment intéressants et novateurs peut se développer entre les deux entreprises. Il ne s'agit surtout pas de reproduire ce qui existe déjà, mais d'élargir son champ de vision et, via une réflexion interdisciplinaire, de se donner de nouvelles perspectives. Depuis plus de dix ans maintenant, Dachser et Ricola réussissent à découvrir de tout nouveaux horizons. Ce qui apporte de considérables potentialités tant à l'un qu'à l'autre.

L'AIDE À L'AUTONOMIE

Offrir un avenir aux jeunes filles

UN DÉVELOPPEMENT ENRACINÉ DANS LE CADRE LOCAL

Des projets « Grassroots », menés en commun, qui portent des fruits : Dachser et Terre des hommes, organisation internationale d'aide à l'enfance, élargissent leur engagement social commun, mis en place depuis de nombreuses années, dans les régions de l'Asie du Sud, du sud de l'Afrique et d'Amérique latine.

Ces projets « Grassroots », organisés suivant le principe de l'aide à l'autonomie, visent à lutter contre les atteintes aux droits de l'homme et particulièrement toute forme de violence envers les enfants et les femmes, s'engagent pour un environnement sain et non pollué, la formation professionnelle des jeunes, notamment des filles et des femmes, qu'ils aident à s'insérer dans le monde du travail. Les projets aidés mettent l'accent sur la protection du climat et autres mesures de compensation, étant donné que les pays émergents et en voie de développement ont un rôle capital à jouer dans la lutte contre le réchauffement climatique. Pour chacune des trois régions dans lesquelles sont mis en œuvre les projets (Asie du Sud, Sud de l'Afrique et Amérique latine), Dachser met à disposition une aide de 200 000 € pour chacune des cinq années à venir.

Voir loin et persévérer

« Dans l'aide au développement, si l'on veut faire bouger les choses, il faut de la persévérance et un profond enracinement de l'engagement social dans les communautés locales, déclare Bernhard Simon, CEO de Dachser. Alors ce qui est fait répond vraiment à un véritable besoin. Terre des hommes et ses partenaires locaux veillent à ce que les jeunes et les femmes expriment leurs préoccupations et, grâce à notre soutien, puissent s'engager en faveur du développement social et écologiquement durable de leur communauté locale. »

Dachser et Terre des hommes travaillent depuis 2005 déjà dans l'État de l'Uttar Pradesh, dans le Nord de l'Inde, et ont réalisé beaucoup de choses :

- presque 32 000 enfants ont été informés de leurs droits dans la lutte contre la violence, le travail des enfants et l'exploitation sexuelle
- 5 400 jeunes, notamment des filles, ont appris quelques travaux manuels simples comme la coupe et la couture, ou même la vannerie, pour gagner un peu d'argent par eux-mêmes et aider financièrement leur famille
- 5 000 jeunes se sont engagés dans le théâtre de rue ou d'autres activités, pour attirer l'attention de leur communauté sur des problèmes sociaux tels que l'alcoolisme ou la violence contre les enfants et les femmes
- plus de 4 000 jeunes ont pris part à des ateliers sur la protection de l'environnement et ont planté presque 50 000 arbres dans le cadre d'une campagne de reboisement.

Apprendre par le jeu

Nouveaux projets en Inde et au Népal

Les projets menés dans deux districts de l'Uttar Pradesh et dans deux bidonvilles urbains continuent à bénéficier de soutien. De nouveaux projets sont prévus pour la période de 2020 à 2025 :

- Dans l'État fédéral du **Bihar,** dans le Nord de l'Inde, une personne sur trois vit sous le seuil de pauvreté, c'est-à-dire sans accès à l'eau potable, aux installations sanitaires, sans logement, formation ou travail. La violence contre les femmes et les filles est omniprésente : elles sont couramment vendues ou enlevées pour être mariées de force. Dans les districts particulièrement concernés de Katihar et de Munger, Dachser va, pendant les cinq prochaines années, aider deux organisations locales à mieux protéger les jeunes filles.
- Le district de **Bajura** dans l'extrême Ouest du Nepal, souffre de plus en plus de la sécheresse et de la pénurie de produits alimentaires. L'agriculture de subsistance permet à peine aux habitants de survivre. Pour ainsi dire sans possibilité de fréquenter une école ou d'apprendre un métier, les jeunes partent pour les grandes villes de l'Inde dans l'espoir d'y trouver du travail. Jusqu'en 2025, Dachser va aider une organisation locale à améliorer l'éducation scolaire et les conditions de vie de 600 familles.

Plus d'informations sur :
www.dachser.com/campaigns/terredeshommes

Bernhard Simon, CEO de Dachser, est impressionné par les progrès des enfants

EN DIRECT DU LABORATOIRE DU FUTUR

Intelligence artificielle

DES ORDINATEURS EN APPRENTISSAGE

« Machine Learning », (l'apprentissage automatique) ce terme désigne une technologie informatique qui connaît actuellement un développement fulgurant. La plupart du temps, quand on évoque la révolution que représente l'intelligence artificielle, c'est de lui que l'on parle. Quel potentiel pourrait-il recéler pour la logistique ?

Cette technologie fait l'objet d'un grand engouement, mais ne va pas résoudre tous les problèmes, ni tout changer : dans la logistique, la plupart des systèmes informatiques existants ne seront pas remplacés par l'apprentissage automatique, donc par l'intelligence artificielle. Mais cette technologie est en mesure de remplir certaines tâches jusqu'alors inaccessibles aux programmes informatiques traditionnels.

Ce sont notamment la reconnaissance d'image, de texte ou vocale, l'interprétation de grandes quantités de données complexes, ainsi que les analyses prédictives. Pour la logistique, on peut en attendre des applications intéressantes : la prévision de l'évolution des quantités et des prix, la classification des colis à partir d'images, l'interprétation et le traitement automatique de données d'entrée non structurées (p. ex. des demandes par e-mail), ou bien le pilotage de véhicules ou de machines autonomes dans des espaces de fonctionnement qui ne sont jamais les mêmes.

Les machines peuvent apprendre, mais pas complètement remplacer l'homme

Dans le cadre de la série « En direct du laboratoire du futur » sont présentés des résultats du département Research & Development, obtenus en étroite coopération avec différents départements et agences, ainsi que le Dachser Enterprise Lab auprès de l'Institut Fraunhofer IML, et d'autres partenaires du monde de la recherche en technologie.

Compter avec toutes les éventualités

Si on voulait réaliser tous ces scénarios de progrès avec la méthode classique de programmation « If-then-else » (si-alors-sinon), il faudrait imaginer auparavant toutes les éventualités et les convertir en lignes de programme. La complexité et le nombre des données rendent généralement la chose impossible. L'apprentissage automatique a une autre approche. Sur la base de données d'entrée historiques, un algorithme s'exerce de façon autonome. L'apprentissage aura été réussi si l'algorithme est parvenu à calculer les données de sortie demandées, même lorsqu'il ne connaissait pas les données d'entrée, mais seulement des données similaires. Ses exercices ont donc permis à l'algorithme d'identifier par lui-même une règle.

L'abstraction du cerveau humain

Derrière l'apprentissage automatique se cachent nombre de procédés mathématiques classiques, comme les arbres de décision ou ce qu'on appelle les k-means (formation de groupes, les « clusters »). De plus il se sert de réseaux neuronaux artificiels qui représentent un modèle abstrait du cerveau humain et une méthode inspirée par le comportement de l'homme en situation d'apprenant. De nombreux concepteurs attendent beaucoup du Deep Learning, c'est-à-dire du travail sur des réseaux neuronaux artificiels comportant de nombreux niveaux de neurones, prévus pour représenter des situations d'une très grande complexité. Actuellement, on teste, particulièrement dans ce domaine, divers outils et méthodes.

La technologie de l'apprentissage automatique est une technologie intéressante, mais dans l'ensemble, n'en est encore qu'à ses débuts. Quand et dans quelle mesure impactera-t-elle la Supply Chain ? Pour le savoir, il faudra encore patienter quelques années.

Andre Kranke,
Department Head R&D Research & Innovation Management

Dachser Air & Sea Logistics

EDOARDO PODESTÀ PREND LES COMMANDES

Edoardo Podestà, Managing Director de la région Asie-Pacifique depuis plusieurs années, a pris, à la mi-octobre, la direction des activités internationales aériennes et maritimes de Dachser. Nouveau COO Air & Sea Logistics, il remplace Jochen Müller.

Avec Edoardo Podestà, c'est un manager d'expérience qui prend les rênes des activités internationales aériennes et maritimes. Italien, âgé de 57 ans, il a rejoint l'organisation Dachser dès 2003, à la direction de la joint-venture Züst Ambrosetti Far East Ltd., reprise par Dachser. Son bilan positif dans le développement des activités aériennes et maritimes en Asie lui valut, en 2014, d'être nommé Managing Director de la Business Unit Asia Pacific.

« Edoardo Podestà, qui possède tant des qualités d'entrepreneur que de leader, connaît aussi parfaitement les marchés aériens et maritimes du fret, aussi bien asiatiques que mondiaux, déclare Bernhard Simon, CEO de Dachser. Comme COO Air & Sea Logistics, il saura poursuivre le développement de notre réseau aérien et maritime et le relier encore plus étroitement à notre réseau routier. »

Faire carrière chez Dachser

DÉPART VERS UN AVENIR PROMETTEUR

Pour une très bonne logistique il faut de très bons collaborateurs – et cela à tous les niveaux. La nouvelle année de formation vient de commencer.

Plus de 740 futurs logisticiens ont commencé, cette année, une formation dans les filiales Dachser. Ils apprennent des métiers du domaine soit commercial, soit technique, et 38 d'entre eux poursuivent des études en alternance avec Dachser. L'entreprise familiale forme, dans toute l'Allemagne, plus de 1 860 apprentis et étudiants, tous âges confondus. Les collaborateurs comptant de nombreuses années d'ancienneté ne sont pas rares chez Dachser : sur environ 16 300 en Allemagne, plus de 10 % sont depuis plus de 20 ans dans l'entreprise.

Formation : signal de départ à Überherrn

Évolution du stockage des données

> La numérisation totale pourrait presque nous paraître inéluctable – s'il n'y avait la constance des administrations

LE SAVOIR À PORTÉE DE MAIN

Très tôt, les hommes ont commencé à stocker des données – une démarche dans laquelle les administrations ont joué un rôle essentiel.

Notre époque du big data génère des choses bien surprenantes : des algorithmes nous indiquent combien d'unités d'un sandwich bien déterminé seront vendues demain dans un supermarché bien déterminé ; l'intelligence artificielle prend (au sens propre) le volant ; et chaque jour nous voyons apparaître de nouvelles applications, destinées à nous décharger de tâches fastidieuses. La numérisation totale pourrait presque nous paraître inéluctable – s'il n'y avait la constance des administrations. Dans de nombreux pays, les fonctionnaires bombardent les citoyens de documents écrits, et leur enjoignent même de se présenter personnellement. « Prenez un numéro, on vous appellera. »

Si, aujourd'hui encore, la simple évocation d'un « dossier électronique » donne des sueurs froides à plus d'un responsable administratif, il n'en reste pas moins que, dans l'histoire du traitement des données, les serviteurs de l'État ont joué un rôle décisif. Leur souci permanent d'enregistrer des informations a permis à maintes civilisations anciennes et avancées de se développer.

Les historiens considèrent même que c'est l'exécution de tâches administratives qui a mené à l'émergence d'une forme écrite de la communication. En effet, plus les puissants avaient conquis de domaines d'influence, plus il leur devenait difficile de recenser de mémoire tous leurs biens. Pour en dresser le bilan, on a d'abord employé des pictogrammes. Puis, il y a 5 000 ans, ceux-ci donnèrent naissance aux hiéroglyphes en Égypte, et à l'écriture cunéiforme des Sumériens en Mésopotamie. Certes, c'est dans un contexte religieux qu'apparurent très tôt les tablettes de pierre ou d'argile comme supports d'inscriptions. Mais, le plus souvent, celles-ci avaient trait aux affaires de l'État : avis d'imposition, quittances délivrées par les temples et arrêtés de l'administration.

Un outil pour la logistique

Au fil du temps, la simplification progressive des systèmes d'écriture les a rendus plus accessibles. Philosophes et savants pouvaient alors plus facilement consigner leurs pensées par écrit, et les artistes conserver leurs œuvres pour la postérité. Dans la saisie de données, un pas de géant a été franchi lorsque les Phéniciens ont élaboré le premier alphabet basé sur des sons. Cette écriture fonctionnelle servait à ce peuple de marins dans ses opérations logistiques, notamment pour noter sur quel bateau avaient été chargées telles ou telles marchandises. Grâce à leur vaste réseau, les Phéniciens ont exporté leur alphabet, dont sont dérivés presque tous nos systèmes d'écriture actuels.

La nature des supports destinés à diffuser les informations est très longtemps restée d'une grande variété : pierre, os, cuir, papyrus, tablettes de cire – et même carapace de tortue. Il est à noter que c'est à un fonctionnaire qu'est attribuée la paternité d'un support d'écriture encore utilisé couramment aujourd'hui : Cai Lun était employé dans l'une des administrations de la Cour impériale de Chine, lorsqu'en 105 après J. C. il inventa le papier. En Europe, on ne commença à le produire en masse que 900 ans plus tard. Dès lors, on recourut aux livres, cahiers et carnets pour recueillir les connaissances.

Des montagnes de données

C'est dans un contexte des plus bureaucratiques que s'ouvrit l'ère moderne du traitement des données : lors du recensement de 1890, pour stocker ses informations chiffrées, l'Office des statistiques des États-Unis utilisa des cartes perforées, une première. Elles étaient lues par des machines qui additionnaient automatiquement les nombres. La rapidité et la précision du procédé firent de son inventeur, Hermann Hollerith, un homme très recherché par les administrations, les banques et les grandes entreprises industrielles. À cette époque apparurent aussi d'autres dispositifs de stockage des informations, reposant sur l'intervention d'outils techniques tels que les films photosensibles pour fixer les photographies, le cylindre phonographique, puis les bandes magnétiques et les disquettes, pour enregistrer les documents sonores.

Aujourd'hui les dispositifs à semi-conducteur sont utilisés dans le monde entier pour stocker d'énormes quantités d'informations : une carte de la taille d'un ongle peut mémoriser des centaines de milliers de photos et des millions de pages de textes. Actuellement, la quantité mondiale de données est estimée, au bas mot, à 40 zettaoctets et devrait d'ici 2025 atteindre les 175 zettaoctets. Si l'on empilait tous les CD nécessaires pour enregistrer toutes ces données, on obtiendrait une hauteur équivalente à 23 fois la distance de la terre à la lune. En comparaison, même les énormes montagnes de paperasses qu'accumulent aujourd'hui encore certaines administrations, font figure d'insignifiants petits monticules.

S. Ermisch

« Les écrits restent », dit-on. En effet, si l'Antiquité a pu nous transmettre bien des informations importantes, c'est parce qu'elles avaient été gravées, soit dans la pierre, soit, grâce à un procédé appelé « formage », dans le métal. Ce qui nous ramène aux racines de l'information : le verbe latin « informare » signifie « donner forme à l'esprit ».

C'EST LE MODE DIRECT QUI GAGNE

Au bon moment, au bon endroit, en quantité prévue : les outils, les vis, les matériaux d'assemblage et de fixation demandent toujours à être livrés dans les délais. Pour faire en sorte que tout arrive à temps, dans toute l'Europe, un grand concept de livraison a été développé au sein de la société Adolf Würth GmbH & Co. KG. Dachser y est en charge des transports et livraisons.

« Agir, et non bavarder, c'est le seul moyen de savoir ce dont le client a vraiment besoin. » Pour Reinhold Würth, dans la gestion d'une entreprise, la proximité du client constitue la condition absolue de la réussite. Les chiffres parlent un langage clair : sa recette est manifestement la bonne. De l'entreprise fondée en 1945 par son père, Adolf Würth, à Künzelsau (en Souabe), une quincaillerie en gros employant deux personnes, il a fait le Groupe Würth, leader mondial de la vente de matériaux d'assemblage et de fixation, comptant 3,6 millions de clients dans le monde entier.

Reinhold Würth a repris l'entreprise de son père à 19 ans. Pour connaître le succès, il a simplement recommandé à ses collaborateurs, de ne jamais oublier que : « Le terme de "service client" est formé de deux éléments : le rapport au client et la volonté de s'investir pour lui. » Cette con- →

On a toujours besoin de vis

Dans toute l'Europe, Würth est partenaire des artisans

Jochen Höschle, responsable Distribution et Services Adolph Würth GmbH & Co. KG, et Marc-Oliver Bohlender, responsable de l'agence Dachser d'Öhringen (de g. à dr.)

Directement à destination, grâce à la logistique intelligente

viction est profondément ancrée dans la culture de l'entreprise, empreinte de prévisibilité et de fiabilité, ainsi que de respect réciproque.

Cette promesse faite au client, par une entreprise dont le catalogue compte 125 000 références, lance un grand défi à la logistique. À plus forte raison quand il s'agit de grouper des envois en provenance de différents points de vente, de telle sorte que le client les reçoive autant que possible tous ensemble, et non successivement, dans le désordre, livrés par différents transporteurs.

Directement vers toute l'Europe

La solution : la livraison directe au client final, aux quatre coins de l'Europe, depuis l'entrepôt central de Künzelsau. Jochen Höschle, responsable de la chaîne d'approvisionnement de la société Adolf Würth GmbH & Co. KG, expose la démarche : « À partir d'ici nous fournissons des clients de 23 sociétés locales, dans le Nord, le Sud, l'Est et l'Ouest de l'Europe. » Pour réaliser sur le terrain ce concept complexe, avec efficience et maîtrise des coûts, il faut un partenaire performant, fiable et flexible. « Nous l'avons trouvé en Dachser. »

Le partenariat entre Würth et Dachser a débuté en 2006 et, depuis 2009, a été renforcé par étapes. « Dès le départ nous avons été sur la même longueur d'ondes. Les deux entreprises familiales s'appuient sur les mêmes valeurs, clairement orientées vers la qualité et le service client », précise Marc-Oliver Bohlender, responsable de l'agence Dachser d'Öhringen. Dachser se charge maintenant de transporter des marchandises sur palettes dans certaines régions de l'Allemagne pour le compte de Würth. Environ 50 000 colis quittent chaque jour son entrepôt central. Ce sont 75 à 80 caisses mobiles, rien que pour la livraison directe des clients dans toute l'Europe – et la tendance est à la hausse. La croissance du tonnage atteignait récemment les 9 %. De temps en temps, Würth s'adresse aussi à Dachser pour l'expédition de produits dangereux.

Ces dix dernières années, dans le cadre d'une étroite coopération basée sur la confiance, Würth et Dachser ont produit de nombreuses innovations, comme dans les domaines du suivi des envois et du « drop shipping » (les marchandises sont acheminées directement du fournisseur au client final). Pour ces livraisons directes aussi, Dachser est le partenaire habituel de l'entreprise de Künzelsau.

Chez Würth, les défis logistiques sont de toute nature. Jochen Höschle : « Tandis que, dans le pays A, il s'agit de livraisons complètes, dans le pays B ne sont concernés que les produits d'un secteur de distribution, et dans le pays C "seulement" quelques produits à rotation lente. Tout doit être adapté individuellement aux besoins de chaque marché européen. » Ce sont non seulement les clients mais aussi les sociétés locales Würth qui profitent des livraisons directes venant d'Allemagne. « Cela nous permet de réduire les coûts dans les processus logistiques ainsi que le stock d'articles dans les sociétés locales, ce qui libère des capacités de stockage en vue d'une croissance ultérieure.

Nouvelle filiale à Künzelsau-Gaisbach

Tout doit converger

L'exemple d'un client de Würth, en Autriche, montre quels potentiels se dégagent d'une prestation logistique aussi bien intégrée. Un lundi, une PME sous-traitante dans l'automobile envoie à Würth une commande de vis, de divers éléments d'assemblage et d'outil pour quatre points de livraison. « Le défi à relever par Würth, à Künzelsau, consiste à réunir quatre envois distincts, en provenance de quatre lieux d'enlèvement », raconte Marc-Oliver Bohlender. « L'un d'entre eux est livré par Dachser, les trois autres par un service de messagerie. Notre objectif commun est que toute livraison soit effectuée dans un délai de 24 heures. »

Dans ce but, Würth et Dachser ont élaboré un astucieux programme de gestion du temps. Jochen Höschle en décrit un exemple : « Notre préparation des commandes interne et le chargement pour l'agence Dachser d'Öhringen ont lieu la plupart du temps le jour même de réception de la commande, pour que l'arrivée à Öhringen et le chargement à destination de Hörsching, près de Linz, soient possibles le jour même. Quand l'envoi arrive en Autriche, le lendemain de bonne heure, rien ne s'oppose plus à la livraison au client final. »

Mettre en place des processus parfaits

En permanence, Würth et Dachser peaufinent les processus dans un souci de perfection. « Nos différents centres d'expédition ne travaillent pas toujours au même rythme et, non seulement ils ne sont pas tous situés à Künzelsau, mais en partie jusqu'à 80 km de distance. Dans ces conditions, tout mettre à disposition en temps et en heure représente un véritable défi pour le dégroupage-groupage du flux des marchandises et l'organisation de la circulation sur notre réseau interne. À cela s'ajoute le fait qu'il faut constamment surveiller la route, pour éviter les embouteillages. Pour atteindre la perfection dans la gestion des envois, il faudrait également créer une réception centrale des commandes, automatisée, disposant de données du plus haut niveau de qualité.

C'est sur des thèmes de cette nature que travaillent ensemble, main dans la main, des experts de Würth et de Dachser, à Öhringen « Que ce soit à l'expédition ou au poste de contrôle des transports de Würth, au service de coordination, ou au Tracking & Tracing chez Dachser – chaque petite roue dentée de l'engrenage entraîne l'autre », décrit Jochen Höschle.

Pour réduire autant que possible l'éparpillement des envois et simplifier les processus, Würth est en train de construire à Waldenburg un entrepôt central, situé près de l'autoroute A6, avec 60 portes à quai et une surface de 46 300 m², soit l'équivalent de 6,5 terrains de football. Depuis novembre, les premiers envois y sont traités, et vers mi-2020, Würth souhaite y installer les services des approvisionnements spéciaux et des retours. « Les jalons sont posés pour un traitement des envois le plus moderne qui soit », se réjouit Jochen Höschle.

M. Schick

Dans la vie quotidienne, on ne peut plus se passer de vis. Rien que pour construire une voiture, il en a falllu en moyenne bien plus de 1 000. Dans l'Airbus 380, les trois parties principales du fuselage sont assemblées au moyen de 19 000 vis environ. Pour fixer parfaitement les deux ailes, on en a employé encore 4 000.

PROFIL

La société Adolf Würth GmbH & Co. KG, basée à Künzelsau, important fournisseur de matériaux d'assemblage et de fixation, fait partie du Groupe international Würth et emploie plus de 7 000 personnes. Pour l'exercice 2018, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 1,98 milliards d'euros (y compris les chiffres d'affaires internes).

www.wuerth.com

La responsable de la flotte automobile connaît parfaitement le monde des conducteurs

OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE DANS LA LOGISTIQUE

LA MÉDIATRICE

C'est au hasard d'un petit job, en marge de ses études de pédagogie et de sociologie, que Mihriban Stehle a fait connaissance avec Dachser. Elle y a ensuite fait carrière. Aujourd'hui, elle assume la fonction de responsable de la flotte automobile du secteur logistique des produits alimentaires dans l'agence de Kornwestheim.

Mihriban Stehle a toujours souhaité exercer un emploi privilégiant le contact humain. Elle a donc choisi d'étudier la pédagogie et la sociologie. Mais ce n'est ni dans le domaine de l'éducation, ni dans celui du conseil que cette jeune femme intelligente a atterri, mais chez Dachser. C'est le destin qui l'a voulu, dit-elle : « Recherchant un petit travail en marge de mes études, je suis allée tout naturellement à l'Agence pour l'emploi. Au tableau d'affichage, j'ai vu une offre de Dachser pour un emploi à Kornwestheim, là où j'habite. Il s'agissait d'un petit job au sein du service Saisie, là où les conducteurs de camions qui travaillent pour Dachser déposent leurs documents d'enlèvement ».

Quelques années plus tard, ses études terminées, la jeune femme s'est intéressée à plusieurs offres d'emploi. C'est celle de Dachser qu'elle a retenue, « pour la simple raison que je me sentais bien dans l'entreprise ». Elle a, tout d'abord, occupé une fonction administrative au sein du service longues distances pour devenir peu après responsable de groupe. Il y a deux ans, ayant exprimé le souhait de changer d'horizon, elle s'est vu proposer le poste nouvellement créé de responsable de la flotte automobile dans le secteur des produits alimentaires.

Trouver des solutions

Grâce à ses compétences relationnelles, elle n'a pour ainsi dire pas de problèmes pour s'affirmer en tant que responsable de la flotte automobile. « Mes conducteurs disent toujours : Mme Stehle, elle se charge de tout. C'est moi qui fais la liaison entre les sous-traitants, les conducteurs et Dachser. » Ses tâches sont très variées. D'une façon générale, son service soutient les autres dans la coopération avec les entrepreneurs indépendants qui travaillent pour Dachser, que ce soit en termes de véhicules ou de conducteurs. Mais il lui arrive également, comme récemment lors d'une action en faveur des réfugiés, de s'occuper du recrutement

et de la formation de nouveaux conducteurs en collaboration avec l'Agence pour l'emploi, ou encore de rencontrer les transporteurs qui travaillent pour Dachser, afin d'évoquer des problèmes communs et leur proposer des solutions. Son objectif permanent : améliorer la collaboration avec les clients et les conducteurs. Le matin, quand elle fait le tour de l'entrepôt, elle cherche le contact pour, au détour d'une conversation, identifier d'éventuels problèmes. Parfois, elle accompagne les tournées personnellement pour se faire elle-même un avis sur certains soucis ou difficultés (longueur des temps d'attente, paperasserie...).

Mihriban Stehle a trouvé le métier dont elle rêvait

Un lien direct

« Mes conducteurs et moi travaillons sur un pied d'égalité. Ils perçoivent que je les comprends », confie la responsable de flotte. Elle souligne aussi combien cet aspect est important, là où les conducteurs de camion se font rares. Elle-même d'origine turque a affaire à des personnes originaires de différents pays comme la Russie, la Roumanie, la Turquie, l'Albanie, la Grèce, ou l'Allemagne. Elle doit donc convoquer tous ses talents et connaissances de pédagogue pour gérer les différences culturelles et problèmes linguistiques. « Pour le client, les conducteurs sont le visage de Dachser. Il faut un service d'une qualité irréprochable », insiste-t-elle.

Cela vaut autant pour l'aspect extérieur que pour la livraison, notamment dans le secteur des produits alimentaires, particulièrement sensible. « Les directives de propreté et d'hygiène doivent être rigoureusement respectées. Nous accompagnons nos conducteurs en leur proposant des formations sur le fonctionnement du groupe frigorifique par exemple et en leur expliquant qu'il faut toujours emporter une sonde thermique pour s'assurer du maintien de la température. » Dans les zones sensibles, il leur est interdit de boire et de manger. De plus, ils doivent toujours vérifier que les marchandises sont correctement emballées. « Parce que personne n'apprécie que le chocolat ait goût d'oignon. »

Estime réciproque

En cas de problème avec un client, Mihriban Stehle intervient personnellement. « Là aussi je suis médiatrice et porte-parole de mes conducteurs. J'essaie de résoudre les problèmes pour eux, ou au moins de les y aider. » Cela aussi explique la grande estime des conducteurs pour leur responsable de flotte, qui se montre certes compréhensive, mais sait aussi faire preuve de détermination. Cette estime est réciproque. « Je tire mon chapeau aux conducteurs, dit la jeune femme : confrontés à une circulation très dense et subissant une grande pression quant aux horaires, ils sont en permanence sur la route, responsables à la fois du camion et de son chargement. Ce sont les dignes représentants de tout le secteur du transport. »

Il est donc d'autant plus important pour l'avenir de les inclure dans la vie de l'entreprise et de les motiver. Pour leur témoigner leur estime, Mihriban Stehle et l'agence Dachser de Kornwestheim ont eu l'idée de gestes un peu inhabituels : ainsi, deux fois par semaine, l'entreprise offre aux conducteurs une corbeille de fruits, et, de temps à autre, un petit déjeuner « de camionneur ». À Noël, pour accompagner l'attente des fêtes, chacun d'eux reçoit une « pochette à emporter » contenant des petits cadeaux. Ce sont en effet les petites choses qui font la différence.

L. Becker

Dans une agence, tous les conducteurs et conductrices de camion ont pour interlocuteur le responsable de la flotte automobile. Il a pour mission, entre autres, de collecter les données concernant la qualité des activités des conducteurs (par exemple : le nombre de colis scannés ou livrés, l'efficacité) et, si besoin est, de former les conducteurs à de nouveaux processus, ou d'organiser des stages de remise à niveau. De plus, responsable de la formation au métier de conducteur professionnel, il encadre directement les apprenants, gère le déroulement de leur formation, et, celle-ci achevée avec succès, veille au maintien du niveau atteint.

Mihriban Stehle a trouvé le métier dont elle rêvait

Centre de données de Dachser à son siège de Kempten

LE POUVOIR DES DONNÉES

Améliorer la rapidité et la qualité des données profite à l'ensemble de la Supply Chain. En ces temps de pénurie de ressources, il s'impose d'optimiser la prévisibilité, l'efficience, et la durabilité des flux de marchandises et d'informations.

Le secteur de la logistique a compris depuis des décennies que les flux de marchandises devaient être accompagnés d'informations, et que, étonnamment, celles-ci étaient au moins aussi importantes. Quand tel ou tel envoi va-t-il être livré ? Y a-t-il des retards dans la chaîne logistique ? Comment des événements externes influencent-ils la durée de l'acheminement ? Pour répondre à ces questions des clients et rendre la Supply Chain plus transparente, on dispose aujourd'hui de systèmes informatiques tels que Tracking & Tracing, Supply Chain Event Management et d'autres encore.

Du côté des prestataires logistiques, des programmes de base, complétés par des outils spéciaux de planification, approvisionnent en informations le service de coordination des transports. Et pourtant, dans la planification quotidienne des enlèvements et livraisons, on constate qu'aujourd'hui encore on s'appuie beaucoup sur l'expérience personnelle, les contacts fiables et le savoir-faire individuel de l'équipe de coordination.

Progrès en prévisibilité et précision

Bien peu de secteurs ont, depuis des années, gagné autant d'efficience que la logistique. « Des défis tels que la pénurie de conducteurs et de capacités de transport, des pics saisonniers très marqués, les limitations de la circulation en centre-ville et les exigences toujours plus grandes en matière de durabilité ne nous permettront bientôt plus de garder notre principe actuel de fonctionnement. Les chargeurs et logisticiens sont appelés à travailler ensemble à une refonte complète de la logistique, pour lui donner une dimension entièrement nouvelle sur les plans de la prévisibilité, de l'efficience et surtout, de la précision », affirme Michael Schilling, COO Road Logistics chez Dachser. Cela vaut d'autant plus que la baisse de conjoncture actuelle →

L'envoi précoce d'un avis ...

... permet de piloter les processus avec plus d'efficience

La sécurité des données étant un élément essentiel de la qualité des données, Dachser a été l'un des premiers prestataires logistiques à faire certifier conformes à la norme ISO 27001 tous ses systèmes d'information. Dans le cadre de notre gestion centrale des données, l'entreprise héberge toutes les données de ses clients dans ses propres centres de données, plutôt que de louer des capacités auprès d'opérateurs tiers. Des centres de données parallèles assurent la sécurité en cas de panne et la plus grande disponibilité.

entraîne une pression croissante sur l'exigence d'efficience et sur les coûts. « L'industrie 4.0 exige une logistique 4.0, et inversement, si nous voulons garantir un fonctionnement fiable du flux des marchandises et de la chaîne d'approvisionnement. À l'automne 2017, la diminution considérable des ressources dans nos activités a largement fait prendre conscience de ces mécanismes, et aidé à les comprendre. »

Précision dans la planification et la gestion des quantités

La clé d'une planification et d'une gestion très précises des quantités se situe au tout début de la chaîne des processus logistiques dans la transmission par l'expéditeur à son partenaire logistique des données concernant les envois : à l'avenir, celles-ci doivent être non seulement entièrement numérisées, mais aussi communiquées plus tôt. Dachser offre à ses clients une grande facilité dans le transfert de données, grâce à la flexibilité de ses possibilités de connexion via les différentes interfaces (EDI ou API par exemple).
Il est envisagé que, déjà la veille du chargement, un avis soit envoyé par le chargeur au transporteur : cela permettrait à celui-ci de mieux prévoir l'organisation des transports, et contribuerait donc à accroître l'efficience des processus aval. À notre époque, où règnent incertitude croissante et pénurie de ressources, disposer de données prévisionnelles constitue un facteur décisif. Elles pourront servir plus tard de base à des applications d'intelligence artificielle.

Instituer l'avis comme standard

« Les entreprises et les logisticiens ont encore bien des progrès à faire en termes d'efficience et de durabilité », souligne M. Schilling. Il rappelle que chez Dachser, 20 % des biens industriels transportés à destination de l'Europe, font déjà l'objet d'une notification la veille. Dans le secteur des produits alimentaires, la proportion est de 67 %, avec, là aussi, de larges possibilités d'amélioration. « Nous voulons nous appuyer sur notre expérience et arriver à faire de cette pratique un standard dans notre réseau européen.

Investissement dans les TIC

Pour être en mesure de faire face aux exigences du marché de l'avenir, Dachser investit dans ses systèmes de coordination des transports et les prépare, dans le cadre du projet « Short Distance 2.0 » (du programme stratégique Idea2net) à exploiter des données prévisionnelles. Les logiciels de coordination ont déjà été entièrement repensés, revus et en partie mis en œuvre en 2019. D'autres avancées considérables sont prévues à partir de 2020.
L'objectif est d'enrichir en données la planification des transports, de l'automatiser et de la simplifier : les informations sur le volume de marchandises à réceptionner par l'agence de distribution sont ainsi déjà disponibles en fin d'après-midi et non plus à minuit seulement. Sur un clic, le logiciel établit un plan sommaire, que le coordinateur va ensuite affiner et optimiser. Une application, rattachée au logiciel, donne toutes les indications concernant les heures d'ouverture, les conditions et restrictions de livraison. À partir de 2020, les conducteurs seront équipés de terminaux mobiles modernes, pour accélérer la saisie et la transmission des données. Le conducteur deviendra alors lui-même partie intégrante du processus d'information et de planification.

Prévisibilité totale de la Supply Chain

Envoyer des messages de notification, c'est bien, mais cela ne suffit pas. « Pour augmenter la prévisibilité et l'efficience, les logisticiens et les clients doivent aussi travailler à améliorer la qualité des données. Si l'on fournit aux systèmes numériques des données incomplètes ou erronées, ils ne peuvent pas produire un résultat optimal. Il faut avoir pour objectif de réaliser la prévisibilité totale de la chaîne d'approvisionnement. Améliorer la rapidité et la durabilité des données profite à toute la chaîne d'approvisionnement », résume M. Schilling. **M. Gelink**

ENTRETIEN

Des potentiels inexploités

Comment peut-on, dans les activités quotidiennes de la logistique, améliorer la qualité des données ? Question posée à Robin Köhler, Department Head Quality & Process Integration chez Dachser.

Monsieur Köhler, la numérisation et l'automatisation croissantes des processus mettent de plus en plus la qualité des données au centre des préoccupations des concepteurs. Dans cette optique, que peut-on faire dans le quotidien logistique ?

Robin Köhler : Un bon fonctionnement de l'échange de données est essentiel pour les flux marchandises : c'est aujourd'hui le b.a.-ba de la logistique. Cependant, dans le quotidien, on a eu tendance à négliger la qualité des données. Dans le service de la coordination des transports, ainsi que chez les conducteurs, l'expérience et la routine ont pu, jusqu'à présent, compenser l'imprécision de nombreuses données, par exemple sur le besoin réel de places de stationnement, ou sur les adresses de livraison et leurs horaires. Mais, les processus devenant toujours plus complexes et les exigences d'efficience dans les transports toujours plus grandes, cette imprécision ne sera plus acceptable à l'avenir. L'algorithme de planification prend pour argent comptant toutes les données disponibles et s'en sert pour parvenir à des décisions logiques. L'improvisation n'a plus sa place.

Quels sont les critères de qualité des données ?

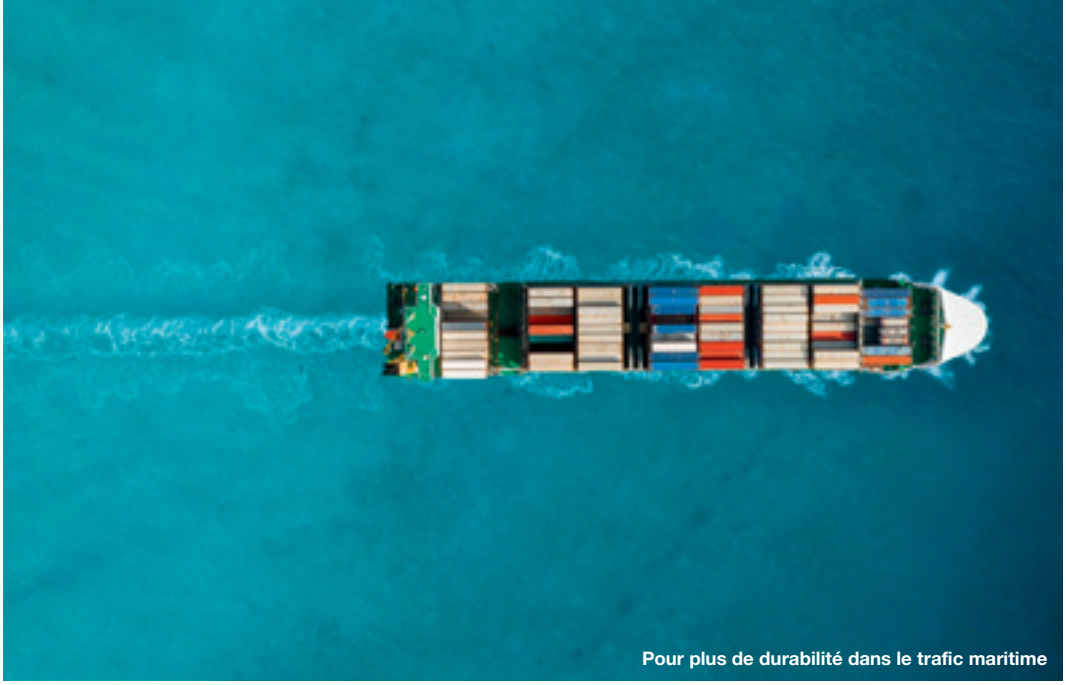
Le secteur des marchandises dangereuses nous en fait la démonstration. Longtemps à l'avance, nous devons savoir avec quelles matières nous allons opérer, quels produits nous pouvons transporter ensemble ou non. Les différentes lois et réglementations en vigueur, les mesures de sécurité et le peu de capacités de transport disponibles nous imposent d'étroites limites et ont fait prendre conscience à tous les acteurs qu'il faut des données exactes, sans aucune marge d'interprétation. C'est la condition d'une planification sensée et responsable.

Comment procédez-vous ?

Il s'agit tout d'abord de poser les bonnes questions, à commencer pour les données de départ : Que savons-nous du client et de sa structure, quels sont ses horaires de livraison et d'enlèvement, existe-t-il des restrictions d'accès ? Et, en fait, le client sait-il exactement ce qu'il envoie, où, et ce que recouvrent les données de l'adresse ? De pays à pays, les manières d'orthographier les adresses divergeant considérablement, un grand potentiel d'erreur est généré à l'international. Pour l'exactitude des données, nous dépendons en premier lieu des systèmes internes de nos clients, qui nous transmettent ces données via EDI ou eLogistics. Nous regroupons toutes les données de base pertinentes dans un fichier central, auquel nos applications ont accès. Grâce à une validation continuelle des données stockées, nos données de base parviennent peu à peu à un haut degré de fiabilité, donc de qualité. Quant aux données de mouvement, fréquemment comparées aux données de base, toute incohérence et toute ambiguïté s'y trouvent éliminées.

En quoi la collecte précoce de données de base complètes et correctes est-elle, sur le long terme, un avantage ?

Plus les données concernant les envois nous sont communiquées tôt, plus leur qualité est grande, plus les chargeurs et les logisticiens gagnent en flexibilité pour leurs opérations et en capacité de transport assurée. Nous augmentons ainsi leur réactivité pour répondre aux défis des marchés. Les volatilités entraînent des risques que le prestataire logistique ne peut pas compenser à lui seul. Un message envoyé par le chargeur, la veille, demandant la communication des données des envois, apparaît comme une conséquence logique et, avec le temps, s'imposera comme un standard. Si les données sont complètes et correctes, elles contribuent à une meilleure planification et gestion des transports, ainsi qu'à une meilleure exploitation des quais de chargement : on peut alors mettre à disposition, au bon moment, les camions adéquats. Il ne faut pas oublier que l'exploitation optimale des capacités de chargement est, pour la logistique, le meilleur moyen d'éviter les transports inutiles et donc de réduire les émissions de CO_2.



Pour plus de durabilité dans le trafic maritime

Navigation et écologie

RÉDUIRE LA POLLUTION MARINE

Le 1er janvier 2020 entrent en vigueur les nouvelles directives environnementales sur le trafic maritime international émises par l'Organisation maritime internationale.

D'après ces nouvelles normes « IMO 2020 », tous les navires de haute mer devront réduire de 85 % leurs rejets d'oxyde de soufre. Cela concerne tous les carburants utilisés sur toutes les lignes maritimes du monde. Le trafic maritime international étant responsable de l'émission d'environ un milliard de tonnes de dioxyde de carbone par an, soit 3 % de toute la pollution aux particules fines due à l'ensemble de l'activité humaine, la règlementation IMO 2020 est considérée comme une avancée importante vers une meilleure empreinte écologique de toute la branche.

En tant que prestataire de services logistiques, Dachser n'opère pas avec ses propres bateaux, mais travaille avec de grands transporteurs maritimes comme Maersk, Hapag Lloyd et autres. « Nous-mêmes souhaitons que nos activités soient aussi peu polluantes que possible, remarque Rolf Mertins, Head of Global Management Ocean chez Dachser. Mais nous voulons aussi offrir à nos clients un cadre de travail prévisible. »

Avec ses partenaires transporteurs, Dachser a développé son propre mode de calcul des coûts dus au carburant, le « Dachser Bunker Adjustment Reference Floater (DBAF) ». Il remplace le « Standard Bunker Factor (SBF) » et vaut pour toutes les activités prévues sur le moyen et long terme. Ce calcul repose sur les prix pratiqués par tous les acteurs les plus importants. R. Mertins : « Ce principe nous permet de fixer pour nos clients les coûts qui sont en relation avec le prix du carburant, sans qu'ils dépendent du choix de l'un ou l'autre des différents transporteurs. »

L'équipe de Thaïlande présente les premiers camions Dachser, nouvellement importés dans le pays. Ils permettent désormais au logisticien de proposer lui aussi à ses clients Air & Sea Logistics une solution complète et intégrée, élaborée sur place.

Cérémonie d'inauguration du bureau de Nankin

+++ CROISSANCE À NANKIN +++ Dachser s'est installé dans un nouveau bureau à Nankin, dans la North China Business Area, avec pour objectif de continuer à y étoffer son portefeuille de prestations dans le domaine Air & Sea Logistics. « En association avec d'autres filiales du Nord de la Chine, nous voulons offrir à nos clients des prestations de grande qualité et ainsi conforter la croissance du marché de Nankin et des villes voisines comme Changzhou ou Wuhu », explique Yves Larquemin, Managing Director Air & Sea Logistics Far East North. +++

+++ DACHSER CERTIFIÉ POUR PRODUITS PHARMACEUTIQUES SUR TROIS CONTINENTS +++ Après Francfort, Mumbai et Hyderabad, Dachser Air & Sea Logistics a fait certifier, avec Atlanta, quatre sites en dix mois et ainsi renforcé sa compétence réseau pour ses clients de la branche sciences de la vie et santé. Avec son site d'Atlanta, Dachser marque une nouvelle étape dans l'élaboration de son réseau mondial dans le secteur d'activités Solutions Life Science & Healthcare. Fin 2018, Dachser avait fait certifier la conformité de son agence de Francfort aéroport aux normes IATA Standard CEIV Pharma (Center of Excellence for Independant Validators in Pharmaceutical Logistics). Mi-2019 sont venus s'y ajouter les bureaux de Mumbai et d'Hyderabad. « Avec nos sites d'Allemagne, d'Inde et des États-Unis, nous pouvons offrir nos services à nos clients du secteur Life Science & Healthcare aux endroits clés les plus importants du monde », précise Timo Stroh, Head of Global Air Freight chez Dachser. +++

+++ DACHSER HUNGARY A VINGT ANS +++ Mi-septembre, la société locale de Hongrie, Liegl & Dachser, a fêté ses vingt ans d'existence. L'entreprise, devenue entre-temps un important carrefour du réseau européen et mondial de Dachser, emploie actuellement 389 personnes, sur neuf sites. « Que ce soit en termes de chiffre d'affaires, de bénéfice ou de capacité d'entreposage – nous nous plaçons en Hongrie parmi les meilleurs acteurs de notre catégorie », souligne Roman Stoličný, Country Manager Liegl & Dachser. +++

Alfred Miller, Managing Director Dachser Food Logistics, et Peter Haveneth, Managing Director at Bring Frigo AB (de g.à dr.)

+++ EUROPEAN FOOD NETWORK RENFORCÉ EN EUROPE DU NORD +++ Bring Frigo, spécialiste suédois de la logistique des produits alimentaires sous température dirigée, est dorénavant partenaire du réseau European Food Network. Leader dans son secteur en Scandinavie, il rattache encore plus solidement la Suède, la Norvège et la Finlande au réseau européen pour les produits alimentaires. « L'European Food Network, c'est la classe Premium de la logistique des produits alimentaires », déclare Alfred Miller, Managing Director Dachser Food Logistics. Certifiée BRC, l'entreprise, dont le siège est à Helsingborg, compte 16 sites et dispose de 800 véhicules certifiés conformes aux normes produits alimentaires. +++

Cristo Redentor, la légendaire statue du Christ rédempteur, veille sur Rio de Janeiro du haut du Corcovado

ÉLARGIR L'HORIZON

Plus grande puissance économique de l'Amérique latine, le Brésil est le moteur de cette région, d'où Dachser, représenté depuis dix ans maintenant par une société locale en propre, jette des ponts vers les marchés du monde entier.

Le 22 avril 1500, le navigateur portugais Pedros Álvares Cabral, déviant de la route prévue, découvrit une terre qu'il prit pour une île, la baptisa « Ilha de Vera Cruz » et s'en empara pour la Couronne portugaise. Lorsque le gouvernement prit conscience de l'étendue de cette découverte, il changea son nom en « Terra de Santa Cruz ». Mais, sur le Vieux Continent, personne n'avait idée de l'immensité réelle de ce territoire, qui comprend, au nord le bassin de l'Amazone, couvert de forêts tropicales très denses et à 4 400 km en descendant vers le Sud, de hauts-plateaux et montagnes.

Puis le nom de « Terra de Santa Cruz » a été remplacé par celui de « Brésil », en référence au premier bien exporté, le bois de brésil, dont on fait de la teinture et des meubles. Le Brésil se place au 5ème rang mondial quant à son étendue et au 9ème quant à sa puissance économique. Il compte →

João Paulo Caldana,
Managing Director
Dachser Brazil

> Nous misons sur les solutions d'ensemble et concentrons tout particulièrement notre attention sur les processus, l'intégration et les standards

Ses 60 millions d'hectares de terres cultivées – presque deux fois la surface de l'Europe – font du Brésil l'un des pays agricoles les plus importants de la planète. En 2018, il a été le plus grand producteur mondial de café, de canne à sucre et de jus d'orange, et le plus grand exportateur de soja et de viande (poulet et boeuf). Le Brésil est aussi l'un des principaux acteurs mondiaux de la production de bois et de cellulose.

plus de 200 millions d'habitants, vivant majoritairement dans le Nord et le Sud-Est du pays. Lorsqu'en l'an 2000 les Brésiliens ont fêté les 500 ans de la découverte de Cabral, ils avaient derrière eux une longue histoire mouvementée, qui les avait finalement menés, au tournant du millénaire, dans le cercle des « pays émergents », les BRIC, pays à l'avenir prometteur dans l'économie mondiale : le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine.

Un an avant ce 500ème anniversaire, Dachser s'était implanté au Brésil via une joint-venture conclue avec un logisticien local, dans l'objectif de poursuivre l'aménagement du réseau dans ce pays en pleine croissance. À l'international, la situation était favorable : l'intérêt suscité par ce grand marché intérieur, par ce mélange réussi – industrie de transformation, prestataires de services, groupes exploitant les gigantesques réserves de ressources naturelles – associé à un potentiel économique apparemment inépuisable, n'avait cessé de croître. Dans le pays lui-même, le commerce international et les communications retenaient de plus en plus l'attention des économistes.

Les années de défi

En 2009, à l'époque où Dachser a repris la totalité de la joint-venture, la croissance du PIB a atteint 7% par rapport à l'année précédente. Le Brésil a en conséquence connu un véritable miracle économique. La classe moyenne est passée, entre 2003 et 2013, de 67 à 112 millions d'habitants, presque le double.

Mais l'essor du pays lui a valu des problèmes : la productivité n'a pas pu suivre le rythme de la croissance, la baisse sévère du prix des matières premières, comme le minerai de fer ou le soja, a déclenché une dangereuse réaction en chaîne. En juillet 2015, le Brésil a connu une inflation de 9,56 % par rapport au même mois de l'année précédente. Le taux directeur a été relevé, jusqu'à 14,25 % au début de 2016. Dans l'incapacité de rembourser leurs crédits, les entreprises ont contribué à plomber encore plus la conjoncture. A cela s'ajoutaient en parallèle des mesures drastiques d'austérité, imposées par un gouvernement qui, dans cette situation dramatique, devait de surcroît financer des événements sportifs de dimension planétaire : la Coupe du monde de football (2014) et les Jeux olympiques (2016).

Tout cela a frappé la classe moyenne de plein fouet. Le revenu moyen a chuté en trois ans de 16 %. Le PIB 2015 et 2016 a diminué, le chômage augmenté, les problèmes sociaux se sont accumulés. Le Brésil avait le « blues ».

Bernhard Simon, CEO de Dachser,
lors des cérémonies du dixième anniversaire

Virage habilement négocié

Depuis 2017, le Brésil remonte la pente économiquement parlant : en 2017 et 2018 sa croissance s'est élevée à 1,1 % et 1,2 %. Les analystes tablent sur un mieux significatif d'ici 2023, amenant la croissance à une moyenne annuelle de 2,5 %.

En dépit des circonstances difficiles des dix dernières années, Dachser Brazil a pu s'imposer sur le marché du plus grand pays d'Amérique du Sud. C'est ce qu'a rappelé récemment Bernhard Simon, CEO de Dachser, lors des festivités du dixième anniversaire. « Lorsqu'il y a dix ans, en 2009, nous avons fondé notre société locale, partout l'incertitude était grande sur la façon dont allaient évoluer les marchés mondiaux, les systèmes monétaires et les relations internationales. On évoquait aussi le spectre du grand crash. Mais les stratégies ne sont pas faites que pour le marin naviguant sur mer belle, elles doivent aussi le conduire à travers le gros temps. La nôtre a bien tenu, elle nous a fait traverser sûrement les turbulences. Nous avons gagné le Brésil comme partie intégrante du réseau Dachser, synonyme de logistique intelligente et de pilotage entièrement interconnecté de toute la chaîne logistique. Le Brésil fait maintenant partie de notre culture et de notre famille. »

Le pont Estaiada, à Sao Paulo

Au sein du réseau mondial de Dachser, la société locale Dachser Brazil est l'un des piliers de la région des Amériques. « Notre concept, visant à faire du Brésil un carrefour essentiel dans notre réseau mondial, a atteint son objectif : ce dernier est devenu nettement plus robuste et plus performant », explique Bernhard Simon.

Ainsi, l'année dernière, Dachser Brazil a pu augmenter son chiffre d'affaires de 18,5 %, le portant à 324,4 millions de réaux (79 millions de dollars US). En 2018, 200 collaborateurs, sur huit sites, dont São Paulo, Santos ou Rio de Janeiro, ont traité 23 200 envois, d'un tonnage total de 18 300 tonnes. Le logisticien affirme sa présence sur les plaques tournantes les plus importantes du Brésil. Par exemple sur le plus grand port du pays, à Santos. Ou bien à São Paulo, à Guarulhos où, à proximité immédiate du plus important aéroport cargo du Brésil, la route offre un embranchement vers Rio de Janeiro. Ce sont là de très bons atouts pour les activités d'exportation de Dachser Brazil. Le plus grand marché d'exportation du Brésil, c'est la Chine, pour 27 %, devant les États-Unis (12 %). Parmi les plus importants produits exportés on trouve les produits à base de soja, la viande, le sucre et le minerai de fer. La plupart des importations viennent de Chine (19,2 %), devant l'UE (19,18 %), et devant les États-Unis et l'Argentine.

Aménagement de l'infrastructure

Au Brésil, plus de 60 % des transports de fret se font par la route. D'après la Fédération nationale des transports, le réseau autoroutier du pays atteint une longueur de 1,5 million de km, 11 % seulement d'entre eux étant goudronnés. Environ 20 % des marchandises sont transportées par chemin de fer, mais le gouvernement souhaite voir ce chiffre augmenter sensiblement au cours des prochaines années. Les ministres ont dans leurs tiroirs des plans, d'après lesquels 15 milliards de dollars US doivent être consacrés à la construction ou l'amélioration des quatre lignes ferroviaires Norte-Sul (São Paul-Tocantins), Ferrogrão (Mato Grosso), FIOL (Bahia) et FICO (Centre-Ouest). Ces mesures apporteraient une amélioration fondamentale à la logistique du Brésil. Grâce aux investissement des opérateurs aéroportuaires étrangers, les aéroports de Porto Alegre, Fortaleza, Salvador et Florianópolis ont pu poursuivre leur évolution positive ces dernières années.

« Nous avons travaillé, durant quelques années, à resserrer le maillage de notre organisation des transports aériens et maritimes et à la doter de systèmes « intelligents ». Maintenant, nous sommes bien positionnés. Nous concentrons tout particulièrement notre attention sur les processus, l'intégration et les standards », souligne João Paulo Caldana, Managing Director Dachser Brazil. Dans cet objectif, Dachser a remplacé partout dans le monde les « îlots » et leurs solutions isolées, qui ne contribuaient pas à la création de valeur, par Othello, le système de gestion des transports développé en interne. « Nos systèmes parfaitement intégrés peuvent ainsi saisir la quasi-totalité de nos envois d'exportation au niveau mondial. En 2020 nous conclurons ici, au Brésil, le déploiement du système Othello », explique le responsable Dachser au Brésil.

Pour lui, quand elle est intégrée, la logistique atteint un autre niveau, passe à un degré supérieur. « Tant pour les clients que pour les prestataires, elle ouvre de nouveaux horizons. De la petite échelle on passe ainsi subitement à la grande – très grande. » On peut supposer que le découvreur du Brésil, Pedro Álvares Cabral, aurait grand plaisir à évoquer cette idée.

K. Fink

PROFIL

République fédérative du Brésil

Superficie :
8,5 millions de km² (47 % de la superficie de l'Amérique du Sud)

Population :
210 millions d'habitants

Capitale : Brasília

Langue :
le portugais

Monnaie :
le réal brésilien

PIB : 2 138 milliards de dollars US (2018)

RESPONSABILITÉ

Le rôle de l'entreprise comme « Corporate Citizen », comme entreprise citoyenne. Extraits d'un discours prononcé par Bernhard Simon, CEO de Dachser, devant les étudiants de l'organisation d'intérêt général Enactus, à Wuppertal.

ET DEVOIR

Les entrepreneurs ont-ils une responsabilité particulière envers la société ? Face à de grands défis, tels que ceux qu'entraînent le dérèglement climatique, la croissance démographique, la mondialisation et la numérisation, cette question revient de plus en plus souvent. Mais est-elle vraiment bien posée ? Je considère qu'il serait plus juste de parler du devoir social de l'entrepreneur.

La propriété implique des devoirs et non des privilèges. Je dirais même que les multiples possibilités qui s'offrent à l'entrepreneur lui imposent le devoir de mener le débat social. En effet, tout particulièrement dans nos sociétés, qui s'éloignent toujours plus l'une de l'autre, il échoit aux entrepreneurs le devoir de veiller à leur équilibre et leur stabilité à long terme. C'est ainsi qu'une entreprise peut être comprise comme société citoyenne.

Le monde est devenu difficile à déchiffrer. À tout moment on se heurte à de graves interrogations : qu'est-ce qui est juste et bon pour nous, et qu'est-ce qui ne l'est pas ? En tant que société, vers quoi devons-nous tendre ? Dans une entreprise, de nombreuses personnes se croisent et elles y passent souvent une grande partie de leur journée. Cela signifie donc qu'une entreprise ne peut réussir que si elle donne des repères à ses collaborateurs et formule des stratégies convaincantes auxquelles ils peuvent s'identifier. Les entrepreneurs doivent aussi veiller constamment à ce que leur activité entrepreneuriale soit telle que, demain encore, le monde accepte que nos entreprises y traitent des affaires. Il est donc impératif que nous y vivions pacifiquement, dans le plus grand respect de l'environnement.

Des valeurs créatrices d'identité

Pour diriger ainsi une entreprise, il faut tout d'abord s'être interrogé sur les valeurs qui doivent servir de boussole à l'entreprise. Des valeurs génératrices d'identité pour nous et donc pour l'entreprise.

De cette identité, qui repose sur des valeurs, découlent les stratégies de l'entreprise. Pour toutes les considérations stratégiques entrant dans la réflexion, il convient de déterminer si elles sont en harmonie avec l'identité que nous avons définie en commun, ou non ? Les valeurs constituent ainsi la base du code déontologique de l'entreprise et de son système de conformité. L'un et l'autre sont devenus des instruments indispensables pour conduire de main ferme une entreprise à travers les bourrasques, sans perdre de vue son objectif.

Investir dans de jeunes personnalités

À ce sujet, un autre devoir de l'entreprise consiste à se mettre à la portée des jeunes, les encourager à rester curieux de ce que peut leur apporter la vie professionnelle, de tout ce que jusque-là ni la famille, ni l'école, ni la société ne leur a procuré. Il est donc du devoir des entreprises d'investir dans le développement de jeunes personnalités, et nous le faisons volontiers.

Il en est de même pour l'intégration des migrants, devenus maintenant partie intégrante de nos sociétés industrielles, tournées vers la croissance économique mais souffrant aussi de l'évolution démographique. Les entrepreneurs qui veulent que l'entreprise évolue dans une société stable, doivent, au regard des mouvements migratoires d'aujourd'hui, contribuer à ce que ces personnes soient intégrées à la vie professionnelle et ainsi acceptées au cœur de la société. C'est bien plus difficile que le monde politique ne l'imagine. Mais il a souvent été démontré que cela était possible et que fournir les efforts nécessaires en valait la peine.

Devoir envers l'environnement

Un autre élément de ce devoir accepté par l'entrepreneur est la politique environnementale de son entreprise. Traiter l'environnement avec respect ne doit jamais être une mesure de marketing.

Ce qui compte, c'est le souci d'apporter chaque jour des améliorations, et non pas ces projets-phares dont la technologie de pointe ne peut être appliquée à l'ensemble de l'entreprise. Ils ne sont réalisés que pour faire bonne impression dans l'opinion publique.

Il en va de même en ce qui concerne la CSR, la Corporate Social Responsibility : sa démarche ne doit ni relever du marketing ni vouloir racheter les péchés de l'entreprise. Les entrepreneurs qui s'engagent dans des projets d'aide au développement doivent veiller à ne pas se présenter comme le riche oncle d'Amérique, ni comme le donneur de leçons venu du monde soi-disant développé.

Ce qui est en question, c'est la dignité de tous les hommes de la planète et leur droit à disposer d'eux-mêmes. Ils connaissent, dans leur propre pays, leurs conditions de vie et leur situation personnelle dans leur contexte culturel mieux que quiconque venant de l'extérieur. En d'autres termes : ils sont les mieux placés pour agir. À travers le monde, même dans les villages les plus isolés et les plus →

Bernhard Simon, CEO de Dachser, considère que les entrepreneurs et les entreprises ont un devoir social

pauvres j'ai toujours rencontré des personnes remarquables. Il faut d'abord échanger avec elles sur un pied d'égalité. Ce n'est qu'après que nous pouvons donner quelque chose.
Que pouvons-nous faire, concrètement ? Nous pouvons montrer de l'intérêt, écouter, comprendre et être partenaire. Nous devrions chercher à savoir ou à détecter chez les personnes sur place ce petit quelque chose qui montre qu'elles veulent faire bouger les choses. Il faut apprendre à les connaître et à comprendre comment elles s'y prennent, dans les structures des communautés locales, pour exercer leur influence sans déstabiliser ces mêmes structures.

Apprendre pour la vie

Les résultats obtenus sont encourageants. Après 14 ans d'une étroite collaboration de Dachser, de Terre des hommes et d'un réseau d'ONG, nous pouvons en dresser le bilan. Plus de 18 000 enfants qui n'allaient plus régulièrement à l'école, ont bénéficié d'un enseignement qui leur a permis de reprendre pied et de retrouver les bancs de l'école. Le nombre de ceux qui interrompaient leur scolarité a diminué de 90 %. 5 400 jeunes ont fréquenté un centre d'apprentissage pour pouvoir aider financièrement leur famille. Près de 32 000 enfants ont été informés de leurs droits pour lutter contre la violence, le travail des enfants et l'exploitation sexuelle. Pour 7 800 jeunes filles, on a mis un accent particulier sur leur droit à disposer d'elles-mêmes. On peut se réjouir du fait que 7 000 enfants s'engagent maintenant eux-mêmes pour les droits des enfants et démontrent aux autres que se mobiliser pour cette cause en vaut la peine. 4 000 enfants ont participé à des ateliers de protection de l'environnement et ont planté près de 50 000 arbres.
Tout cela tend clairement à nous charger, en tant qu'entrepreneurs, d'une mission : Dans ce monde irréversiblement globalisé, nous avons le devoir de nous intéresser aux personnes. Tout est lié. Cela nous aide dans le développement de nos entreprises et contribue à ce que nous puissions évoluer facilement sur tous les marchés de ce monde. Ainsi, ce devoir donne naissance à une perspective, celle, dans un monde où il fait bon être, de pouvoir travailler, vivre ensemble et offrir un avenir aux générations futures.

IMD Global Family Business Award 2019

« DANS LE MONDE, C'EST L'UNE DES ENTREPRISES FAMILIALES LES PLUS APTES À ABORDER L'AVENIR »

Dachser a reçu une distinction, le Global Family Business Award, décerné par l'IMD Business School.

Des valeurs fortes, une croissance durable, une activité de dimension mondiale, un parti pris pour l'innovation et des initiatives dictées par le souci de durabilité économique, écologique et sociale. Ce sont les critères selon lesquels l'IMD Business School, un institut de management réputé, situé à Lausanne, distingue, depuis 1996, en leur attribuant le prestigieux Global Family Business Award, des entreprises familiales d'envergure mondiale et restées dans la famille depuis plusieurs générations. Cette année ce prix a été remis, pour Dachser, à Bernhard Simon, CEO de Dachser SE, et Birgit Kastner-Simon, Corporate Director Corporate Marketing, dans le cadre de la conférence annuelle du réseau international des entreprises familiales (Family Business Network International), en octobre, à Udaipur (Inde).
« Dachser est une entreprise performante, dont le système de gouvernance, très bien conçu, régit très clairement les intérêts et les zones d'influence entre famille et entreprise et les équilibre avec précision », a souligné le président de l'IMD, Jean-François Manzoni, lors de la remise du prix. « La

(de g. à dr.). Peter Vogel, prof., Director of IMD Global Family Business Center; Marta Widz, IMD Research Fellow; Bernhard Simon, CEO Dachser SE; Birgit Kastner-Simon, Corporate Director Corporate Marketing, Dachser SE; Benoit Leleux, prof., IMD Global Family Business Award Director; Matthew Crudgington, Associate Director, IMD Global Family Business Center

réussite de Dachser repose sur trois générations de la famille des sociétaires, qui ont construit l'une des entreprises familiales les plus aptes à aborder l'avenir que l'on puisse trouver dans le monde. »
« La qualité est toujours l'œuvre des hommes. C'est pourquoi notre objectif permanent est de concilier, dans la durée, la croissance mondiale avec notre système de valeurs et le respect du facteur humain, particulier aux entreprises familiales », a expliqué Bernhard Simon. « Cette distinction par le IMD Global Family Business Award nous conforte dans notre démarche. »

„KEMPTEN WIMMELT“, (CHEZ NOUS, À KEMPTEN),

c’est le titre d‘un nouveau livre pour enfants de 2 à 99 ans, au graphisme de BD, mais sans les cases. On y découvre une foule de petits personnages, tous dessinés avec bienveillance et clin d’œil, vivant les multiples petites et grandes histoires de la vie quotidienne. Plus de 200 habitants de Kempten, dont quelques collaborateurs de Dachser, s’étaient fait photographier et dessiner en personnages du livre, dont l’une des neuf doubles pages met en scène la joyeuse animation qui règne autour du Head Office de Dachser.

DACHSER
Intelligent Logistics

UN APPROVISIONNEMENT OPTIMAL.

Avec DACHSER Procurement Logistics.

Le réseau mondial DACHSER offre une base solide pour le contrôle et la gestion de vos flux de marchandises. Avec DACHSER Procurement Logistics, vous pouvez optimiser la gestion de vos approvisionnements, de la commande à la réception des marchandises. Profitez des avantages des systèmes d'information combinés tout au long de la Supply Chain.

www.dachser.com