



Ilan Benhaim,
Co-fondateur
de Vente-Privée.com



Alexandre Boudignon,
Directeur logistique
de Vente-Privée.com



Kamal Chraïbi,
Associé
Groupe GCL

Vente-Privée.com

Une adaptation permanente

28

Construite en 2000 sur un modèle original de vente événementielle privée sur le Net, Vente.Privée.com connaît un formidable succès.

Pour répondre à une croissance à 3 chiffres, gérer la diversité de ses 450.000 références annuelles et faire face aux quelque 30.000 commandes quotidiennes en période de pointe, la société de e-commerce doit continuellement adapter son schéma et ses outils logistiques.

Vente-privée.com est née de la volonté du groupe Orédis, spécialisé dans la reprise de stocks d'invendus, de maîtriser son propre réseau de distribution pour vendre en direct aux consommateurs finaux. Le but étant d'éviter de voir revenir dans le circuit classique des produits cédés à un soldeur. Un club privé, qui s'étend par parrainage, a donc été créé. Il organise, exclusivement pour ses membres, des ventes événementielles de produits de grandes marques bénéficiant de fortes décotes (de -30 % à -70 %) par rapport aux prix

boutique. Les membres, invités par mail, peuvent acheter directement en ligne en payant par carte bancaire. Les ventes, qui ne durent que 2 à 4 jours, concernent principalement le textile (80 %), mais aussi d'autres produits comme le vin, le petit électroménager, la bagagerie, la maroquinerie, l'horlogerie, les bijoux, les montres, les articles de sport, l'équipement de la maison, le high-tech, etc. En 2006, Ventes.privée.com, qui comptait 4 millions d'adhérents, a réalisé un chiffre d'affaires de 240 M€ avec 500 salariés.

Une prestation complète

« Le principe de Vente-privée.com est de proposer un service à la marque, c'est-à-dire l'organisation complète d'une vente comprenant : le shooting, la sélection des photos, bande annonce originale, la réalisation d'un catalogue, la mise en ligne, l'invitation des membres, la vente, le paiement en ligne, la livraison au membre... », détaille Ilan Benhaim co-fondateur de Vente-Privée.com. Pour garder à cette vente son caractère « exceptionnel », Vente-privée.com s'interdit d'ailleurs d'effectuer plus de deux ventes par an avec la même marque.

Une fois que les commerciaux ont contractualisé avec une marque, les produits sont sélectionnés.

tion du nombre de ventes mensuelles (60 par mois, soit deux par jour en moyenne), plusieurs ventes se juxtaposent en préparation et suivant les produits, les commandes peuvent être mono cartons/mono références, ou comporter plusieurs références associées (ex : jusqu'à 8 pièces dans les sous-vêtements, par exemple). « La complexité vient du fait que c'est un Business Model jamais vu ailleurs, souligne Jean-Michel Guarneri, Président de Savoye. En fonction des produits, il faut en effet réorganiser l'entrepôt en temps réel et créer une zone de cross-docking importante, un flux de ramasse manuelle plus fort ou revoir la zone de préparation (toutes les références changeant

En réception, chaque pièce est scannée et contrôlée.



Zone de préparation à gares de l'entrepôt du Blanc Mesnil.



Des échantillons arrivent pour être photographiés dans l'un des nombreux studios dont s'est doté Vente-privée.com à son siège de La Plaine-Saint-Denis, près de Paris. Ces produits passent aussi sur une machine de Cargoscan pour y être automatiquement pesés et mesurés, avant intégration à la fiche article. Après la mise en ligne, la vente peut être lancée. A sa clôture, Vente-Privée.com confirme au fournisseur les quantités effectives à livrer. « La problématique est donc de réduire au maximum les temps de traitement des commandes pour mieux satisfaire les clients, tout en conservant une qualité irréprochable », résume Kamal Chraïbi, Associé du groupe GCL, cabinet qui a aidé Vente-Privée.com à adapter sa logistique

chaque jour). Mais le fait de connaître le portefeuille de commandes à l'avance permet aussi des optimisations dès la réception. »

12.000 m² au Blanc Mesnil

Au début, quand la société comptait une trentaine de personnes, la logistique occupait trois étages du siège. Mais à partir de 2002, Vente-Privée.com connaît une croissance exponentielle. « La logistique ne devait pas être un frein au développement de l'activité », explique Kamal Chraïbi. C'est pourquoi décision est prise en juin 2005 d'ouvrir un centre de distribution de 12.000 m² au Blanc Mesnil. « Nous avons eu trois mois pour concevoir les flux, effectuer les travaux dans le bâtiment, câbler, choisir le matériel et les équipements... », raconte l'Associé de GCL. Pour tenir ces délais très courts, le cabinet a mis en place un groupe de travail pluri disciplinaire afin de gérer les besoins en matière de systèmes d'information et de flux logistiques. Il a également assuré l'assistance à maîtrise d'ouvrage du projet. L'entrepôt a bien été livré dans les temps. Ensuite, pour absorber la forte croissance des volumes (et passer en un an de 15 à 60 ventes par mois), GCL a opté pour une automatisation progressive des opérations, en prenant soin

Un Business Model inédit

« En tant que Directeur logistique, mon rôle est d'assurer la production compte tenu des impératifs commerciaux, c'est-à-dire de garantir que l'opération soit faisable et que nous tenions le rythme », résume Alexandre Boudignon. Etant donné la grande diversité des produits, cela suppose d'être pragmatique mais aussi créatif pour trouver des solutions à des problèmes inédits (ex : assurer des ventes de bijoux). De plus, du fait de l'augmenta-



Le siège de Vente-Privée.com à La Plaine St Denis (93)

de former systématiquement les opérateurs. Ont été retenus notamment pour équiper cette plate-forme : Savoye pour les convoyeurs, le système de préparation à gares et trois machines d'emballage Jivaro, LM7 d'A-Sis comme système de gestion d'entrepôt, Bito Système et Prodex pour les rayonnages, Symbol pour les terminaux radiofréquence, Zebra pour les imprimantes et Crown (distribué par Aprolis) pour les chariots.

Des préparations manuelles en chariots à roulettes

Les réceptions sont effectuées en aveugle. Les colis remis par les fournisseurs sont ouverts et chaque pièce, sur laquelle a été normalement apposé un code barres par le fournisseur, est scannée. Un rapprochement des références/quantités réelles avec

Les colis sont acheminés vers la France, l'Allemagne ou l'Espagne par La Poste ou via messagerie.

En préparation manuelle, les opérateurs ramassent par caddie jusqu'à 20 commandes qu'ils éclatent ensuite.



Le taux de retours est inférieur à 2 %.

30

les documents remis par le fournisseur et la commande théorique permet de définir les écarts. Ils donneront lieu très rapidement à des commandes de reliquats, en cas de manquants ou de retours fournisseurs, en cas de surplus. Les réceptionnaires reconstituent des colis homogènes, dont le nombre de pièces varie, qui sont acheminés par convoyeur jusqu'à leur emplacement.

En préparation automatisée, les colis sont formés puis étiquetés. Une fois remplis, ils passent par une Jivaro qui coupe les angles des colis pour ajuster leur fermeture au plus prêt du contenu, sans calage. Ils partent ensuite vers les voies de tris où ils sont acheminés par La Poste ou des messagers : Mory ou France Express pour l'Hexagone, Correos pour l'Espagne et Hermès en Allemagne.

L'entrepôt compte aussi une cellule de préparation manuelle en chariots à roulettes. Les préparateurs ramassent l'équivalent d'une vingtaine de commandes qu'ils scannent ensuite en détail pour affecter les produits aux commandes.

Les retours sont plutôt faibles (inférieurs à 2 %) pour la profession, les acheteurs étant peu enclins à retourner les produits à leurs frais.



VP dispose de ses propres studios photo et d'enregistrement.

Tous les produits ne transitent néanmoins pas par cette plate-forme. En effet, Vente-Privée.com soustrait environ 30 % de ses flux (électroménager, etc.) à divers prestataires logistiques.

Des plates-formes spécialisées à terme

Comme le marché français atteint sa maturité, Vente-Privée.com s'est développée dans deux autres pays européens : l'Allemagne et l'Espagne. Pour le moment, ils sont desservis par la plate-forme du Blanc Mesnil. Mais le schéma logistique est amené à évoluer à terme. La société de e-commerce a acquis fin 2006, une plate-forme de 22.000 m² à Saint Vulbas, près de Lyon et une autre au Blanc Mesnil, à côté de l'A1. Une nouvelle plateforme de 20.000 m² près de Lyon est d'ores et déjà planifiée pour la fin

du 1^{er} semestre 2007, ce qui portera la surface totale d'entrepôts à près de 80.000 m². A terme, ces plates-formes seront spécialisées par tâche (stockage, distribution, retour), ce qui permettra à Ventes-Privées de réduire fortement les délais de mise à disposition de ses produits. La seconde plate-forme de Lyon aura aussi un autre avantage, celui d'éviter de saturer les capacités de La Poste, dont Ilan Benhaïm loue par ailleurs la compétence : « *Nous faisons un travail fantastique avec Coliposte qui a une réactivité extraordinaire et investit pour l'avenir. Nous sommes ravis de travailler avec eux* ». Il est également très satisfait de sa collaboration avec GCL et Savoye... et réciproquement ! « *C'est un client d'une connaissance et d'une exigence logistique très élevée qui a compris que c'était un des éléments stratégiques de son Business Model. Les dirigeants ont une très bonne vision de ce qu'il faut faire et l'imposent aux outils. C'est en partageant nos expériences que nous avons réussi à trouver ensemble des solutions pour gérer la complexité de ce dossier* », déclare Jean-Michel Guarneri. Une méthode qui devrait continuer à porter ses fruits.

Cathy Polge