

celio* 2015

Best-In-Class Supply Chain

Merchandise Planning avec TM1

Présentation de CELIO



LA SUCCESS STORY CELIO*

L'histoire de celio*, s'inscrit depuis plus de **25 ans** comme une véritable success story dans l'univers de la mode masculine.

Début des années 70, sur l'une des rues les plus commerçantes de Paris, la rue Saint-Lazare, Maurice Grosman et son épouse ouvrent une boutique de prêt-à-porter féminin, CLEO 3000.

En 1978, changement de cible: vêtements pour hommes.

Un changement d'enseigne s'impose alors : ce sera Celio, un nom à consonance à la fois masculine et italienne.



Leurs deux fils, Marc et Laurent Grosman, rejoignent leur père dans l'aventure.

Ensemble, ils ouvrent en 1981 un deuxième magasin dans la même rue, puis rapidement, 3 autres boutiques parisiennes. C'est un succès qui les mènera à étendre leur réseau et à franchir, au début des années 90, le cap important des 100 magasins.

Aujourd'hui, Celio* est présent aux quatre coins du monde avec 1000 magasins répartis dans plus de 70 pays pour 35 millions de pièces vendues par an.

Le projet Merchandise & Assortment Planning (MAP)



- Le projet MAP s'inscrit dans la volonté du groupe de transformer ses processus et ses outils afin :
 - Accompagner le croissance à l'international
 - Améliorer l'efficacité opérationnel et les marges
 - Améliorer la collaboration et l'échange
- Ainsi, CELIO a choisi la solution **IBM Cognos TM1** pour permettre à ses équipes métier de réaliser l'ensemble des opérations suivantes dans une **environnement unique** :
 1. **cadrage de collection ;**
 2. **élaboration des budgets de ventes et d'achats ;**
 3. **construction des plans de collection ;**
 4. **construction des plans d'approvisionnement ;**
 5. **suivi en cours de saison ;**
 6. **reporting et gestion des procédures de travail (workflow).**

1.

Le dispositif d'accompagnement du projet MAP



- Celio a choisi de se faire accompagner par la structure **2B CONSULTING** disposant, en plus d'une très grande maîtrise de TM1, d'une expertise du **MERCHANDISE PLANNING** dans TM1 grâce à plusieurs autres projets....



- Afin de sécuriser les volets métier du projet, l'AMOA a été réalisée dans un premier temps par Argon Consulting puis par PRIMIS Consulting dans un mode intégré avec 2B Consulting .
- En parallèle, les équipes IBM ont collaboré avec 2B consulting dans le cadre du Guardian Services afin de livrer la solution la plus optimale possible .



La solution couvre un périmètre fonctionnel large. Elle a été découpée en 5 blocs qui suivent le rythme des saisons.



Suivi en cours de saison au modèle coloris : **HIVER 12**

« WSSI » : Weekly sales & Stock Intake

1a

Budgets de vente
et d'achat
HIVER 13

1b

Cadrage
ÉTÉ 14

2a

Plan de collection
ÉTÉ 14

2b

Plan d'appro.
ÉTÉ 14

2c

illustration

A ce jour, le niveau d'avancement global du projet est le suivant.



Débuter en fin Mars 2012, le projet est planifié sur 12 mois .

Lot		Blueprint	Réalisation	Mise en production
1a	Suivi en cours de saison (WSSI Permanent & Saisonnier)	N/A SFG / SFD	Septembre 12	Novembre H12 - Soldes
1b	Budgets de vente et d'achat	✓	Octobre 12	Novembre H13
2a	Cadrage de collection	✓	Décembre 12	Mars 2013
2b	Plan de collection	✓	Janvier 13	Avril 2013
2c	Plan d'approvisionnement	✓	En cours	Avril 2013 A confirmer

Le projet MAP est l'occasion d'enrichir les fonctionnalités métiers afin de gagner en précision, efficacité et réactivité (1/2)



Lot

Les principaux apports de MAP

1a

Suivi
en
saison

Actualisation
des
prévisions

- Récapitulatif hebdo avec **alertes automatiques** sur les produits à traiter
- Actualisation des **prévisions plus réactive** et plus précise

Projection du
stock

- Projection du stock entrepôt et magasin
- Calcul d'**opportunités de réapprovisionnement** à la taille

Le projet MAP est l'occasion d'enrichir les fonctionnalités métiers afin de gagner en précision, efficacité et réactivité (1/2)



Lot

Les principaux apports de MAP

1b – Budgets de vente et d'achat	Construction des budgets	<ul style="list-style-type: none">■ Budgets de vente collaboratif à la zone économique■ Budgets d'achat à la durée de vie sur 3 périodes d'achats : LT, MT, En saison■ Création d'une durée de vie « permanent »
	Actualisation des budgets / OTB	<ul style="list-style-type: none">■ Actualisation des ventes à la ZE de manière collaborative■ Actualisation des stocks au niveau réseau■ Disponibilité de l'OTB dès le début de semaine

Le projet MAP est l'occasion d'enrichir les fonctionnalités métiers afin de gagner en précision, efficacité et réactivité (1/2)



Lot

Les principaux apports de MAP

2a
**Cadrage de
collection**

- Cadrage à la famille x **niveau de mode** puis par durée de vie
- Cadrage à la ZE **en mode collaboratif**, avec prise en compte des besoins filiales dès le début

Le projet MAP est l'occasion d'enrichir les fonctionnalités métiers afin de gagner en précision, efficacité et réactivité (2/2)



Lot

Les principaux apports de MAP

**2b -
Plan de
collecti
on**

Optimisation des informations du plan de collection

- **Ergonomie** facilitée / accès aux **photos**
- Déclinaison à la ZE des durées de vie et dates d'implantation

Aide à la construction des assortiments

- Aide à la décision dans le choix de la modulation produits
- Assortiments dans le cadre d'un **processus collaboratif ZE**

Aide aux prévisions initiales

- Aide au calcul des prévisions initiales (VMH par durée de vie, courbe de vie et grille de taille à la ZE)
- Prévisions initiales dans le cadre d'un **processus collaboratif ZE**

Nombreuses simulations possibles

- Simulation de toutes modifications sur le plan d'approvisionnement
- Simulation de l'**affectation de volume par fournisseur** (résultat de la cross quotation)

Le projet MAP est l'occasion d'enrichir les fonctionnalités métiers afin de gagner en précision, efficacité et réactivité (2/2)



Lot

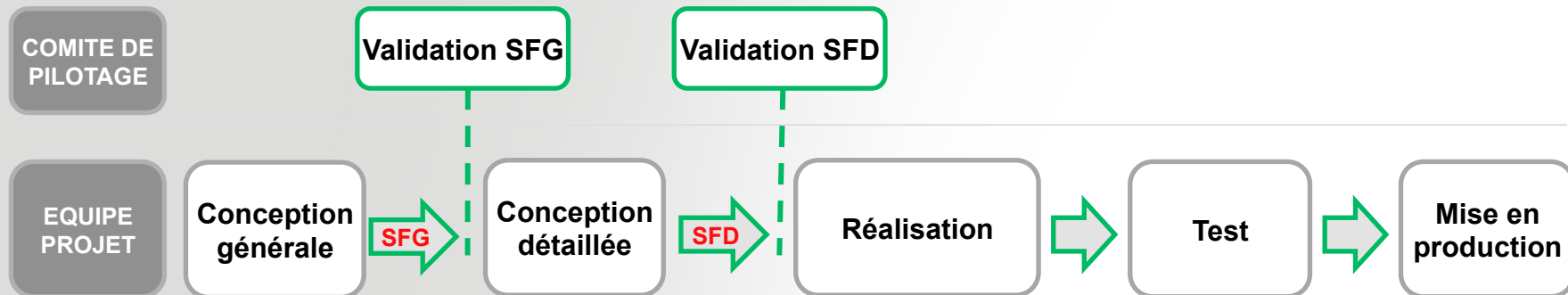
Les principaux apports de MAP

2c – Plan d'appro	Aide à la construction du plan d'approvisionnement	<ul style="list-style-type: none">■ Aide au pilotage des engagements par période d'achat■ Aide au cadencement initial des commandes (volumes cadencés lors des voyages négo)■ Plus qu'une seule source d'information pour la CIAR pour le passage des commandes
	Réactivité pour les commandes de réappro	<ul style="list-style-type: none">■ Gain de réactivité dans l'évaluation des commandes de réappro en cours de saison■ Simulation des impacts sur la consommation de l'OTB et la marge brute

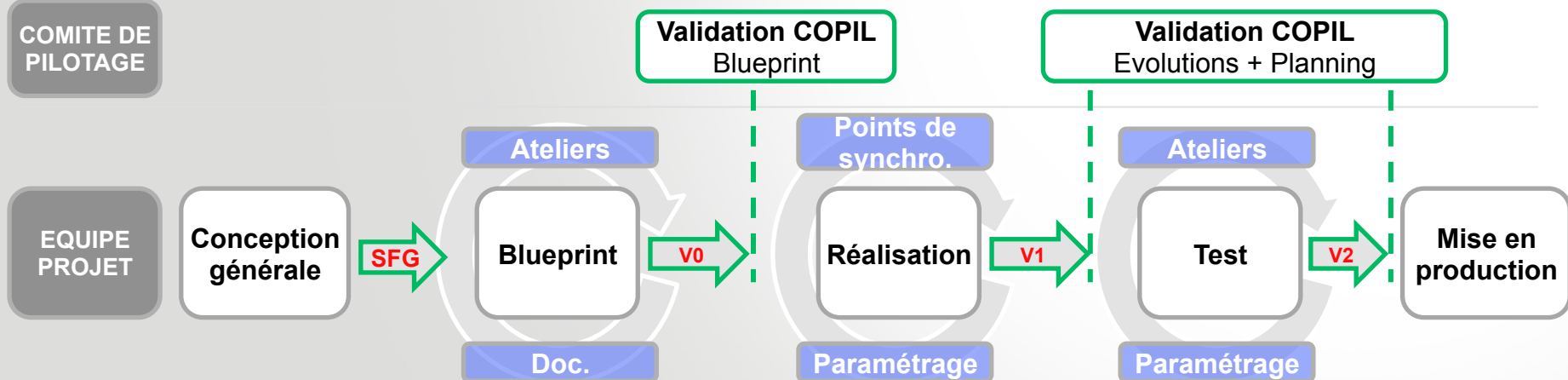
Présentation de l'adaptation de méthodologie de projet



Méthode initiale: Un processus séquentiel classique

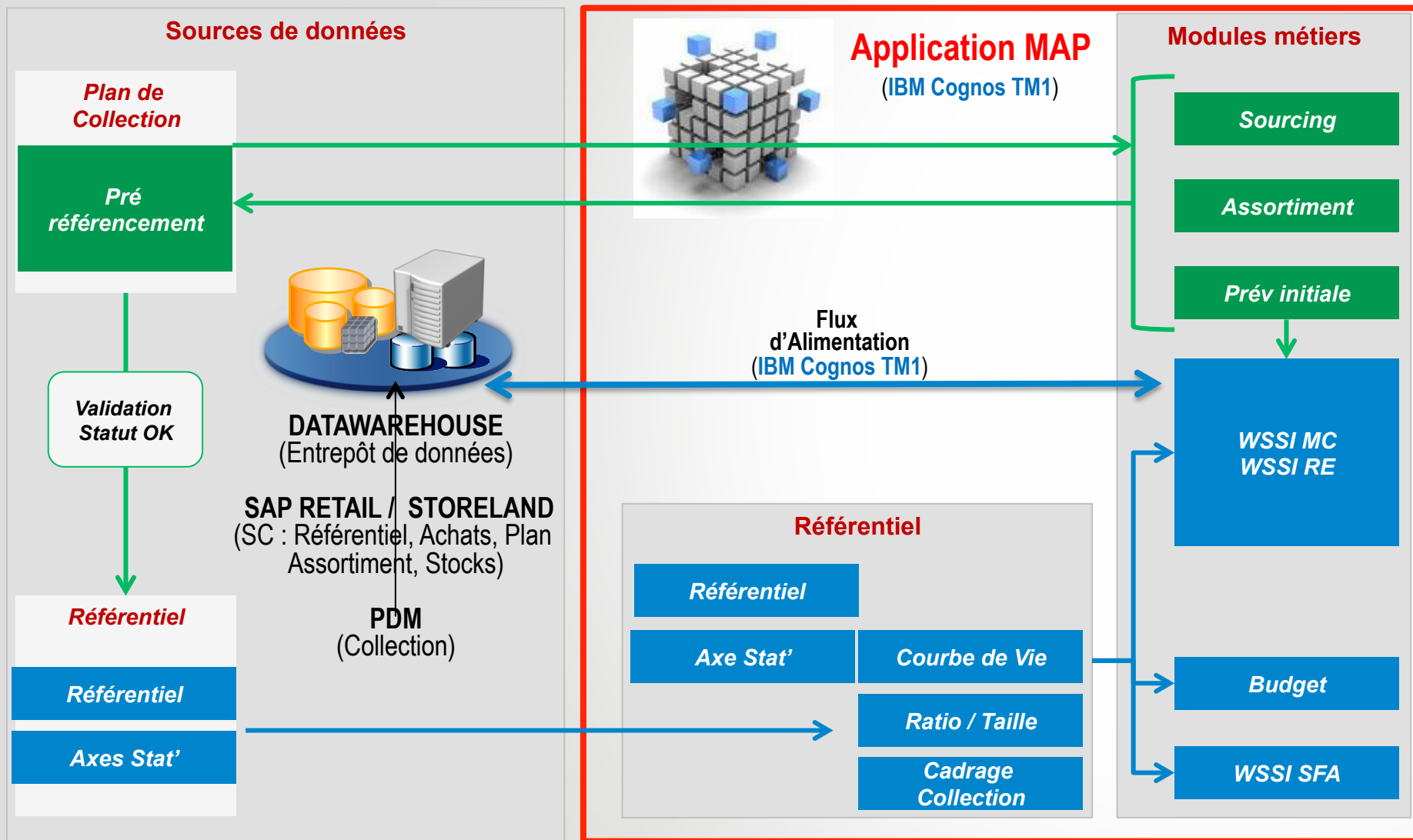


Nouvelle méthode: Un processus itératif basé sur des *blueprints*



MAP – Architecture et Flux MAP

Illustration





- Au delà de la stabilisation et de l'exploitation sur 2013 pour activer les leviers d'amélioration, une seconde phase est en cours de définition afin de couvrir :
- Le **STORE PLANNING** (planification sur l'axe Magasin)
- Le **FINANCIAL PLANNING** (afin d'unifier les chiffres et fiabiliser les prévisions financières avec les projections Marchandises)
- Le pilotage de **FRANCHISES** :
 - Intégration des prévisions Exports dans la planification achat
 - Amélioration du pilotage des marges
 - Réalisation de propositions de commandes « franchisés » en amont des « Buying Sessions ».