

Mais cela ne signifie pas pour autant que les prestataires sont restés les bras croisés. Ils se remettent en cause, s'interrogent sur leurs forces et leurs faiblesses et sur la valeur ajoutée qu'ils apportent à leurs clients (voir les encadrés). D'autant qu'apparemment, la crise n'a pas réellement affecté le rythme des appels d'offre de prestation logistique. Un paradoxe seulement en apparence, car il semble évident que certains d'entre eux ne sont lancés qu'à des fins de benchmarking, en vue de renégocier un contrat avec son prestataire. *« Malgré un grand nombre d'appels d'offres utilisés pour faire du benchmark, les changements de prestataires sont rares, du fait d'une gestion des risques plus prudente et afin d'éviter des frais de démarrage qui peuvent représenter 10 à 15 % des coûts d'un dossier annuel. Beaucoup d'appels d'offres sont l'occasion de renégocier avec son prestataire actuel, les autres jouant le rôle de lièvres »*, nous confie Mikaël Pichavant, Senior Manager chez PEA.

Les chargeurs s'interrogent

« Sur certaines renégociations avec le prestataire logistique, à périmètre équivalent, il arrive que les coûts aient baissé de 10 à 15 % », note Alexandre Cuvelier, Gérant Fondateur du cabinet de conseil ArchiLog.



©Soflog-Telis

Bruno de Chaisemartin, PDG de Soflog-Telis Une expertise de la gestion de flux industriels

« Notre savoir-faire chez Soflog-Telis, c'est la gestion de flux dans le secteur industriel. Ce n'est pas la logistique vue comme un moyen de massifier, de standardiser. Notre démarche est d'abord de comprendre, voire de révéler les besoins du client, grâce à notre bureau d'études. Il s'agit souvent de solutions sur mesure adaptées à des problématiques industrielles : flux amonts, magasins avancés fournisseurs, cross dock, contrôle qualité, etc. Notre expertise va jusqu'à la conception de l'approvisionnement des chaînes sur le site de production. On entre avec nos clients dans une démarche d'amélioration continue des process ».



©Geodis

Jean-Louis Demeulenaere, Directeur Général Délégué de Geodis Une offre globale et proche à la fois

« Nous sommes un acteur véritablement global, avec la capacité d'intégrer l'ensemble des solutions de nos quatre métiers de base (Freight Forwarding, logistique, messagerie express et transport routier). Sans oublier l'offre ferroviaire qui donne à Geodis une véritable dimension multimodale. Geodis propose désormais une offre très large, allant jusqu'à l'offre de pilotage des flux 4PL, mais toujours avec la volonté de conserver cette proximité client et cette capacité à nouer des partenariats dans la durée qui font partie de nos fondamentaux. Cette stratégie d'offre intégrée est payante car la part du CA réalisé avec des « Global Accounts », qui font par définition appel à plusieurs de nos métiers de base, est passée de 10 à 45 % en 10 ans ».



©Transaliance

©DHL

Eric Hémar,
Président d'ID Logistics
**Bien cerner les spécificités
de chaque client**

« Nous nous donnons la peine de comprendre pour chaque client ce qui est important. Pour être sélectionné dans le cadre d'un appel d'offre, le prestataire se doit d'avoir une bonne solution technique, un bon prix et d'être en mesure de sécuriser le client, en particulier dans les phases de démarrage. Mais l'élément final, celui qui emporte la décision, c'est sa capacité à bien cerner ses spécificités. Je pense que lorsque nous signons un nouveau contrat, c'est le « plus » qui fait la différence ».

©ID Logistics



Yves Fargues, PDG de Gefco
**Notre force d'ingénierie pour
traiter les Supply Chains complexes**

« Pour traiter la complexité de la Supply Chain de nos clients, nous avons un savoir-faire de près de 60 ans en ingénierie de solutions. Nous intervenons de plus en plus au niveau tactique, d'optimisation, voire parfois au niveau stratégique où l'on va repenser globalement la Supply Chain du client. Dans l'automobile, notre Business principal en logistique, Gefco intervient au niveau mondial sur toute la chaîne, de l'amont (cross dock, opérations douanières, entreposage, préparation de commandes en flux synchrones, encyclage en bord de chaîne), à l'aval (différenciation retardée, Reverse Logistics, pièces détachées, etc.). Et cette expertise est également mise à profit pour nos autres clients ».

©Gefco



Mais les renégociations ne portent pas uniquement là-dessus, les chargeurs se posent davantage de questions. « *Auparavant, il y avait deux grandes composantes dans les appels d'offres : la recherche d'efficacité opérationnelle et la recherche de réduction de coûts. Mais depuis 18 ou 24 mois, une nouvelle composante devient de plus en plus importante, celle de la gestion du risque : changement de fournisseurs, réglementation nouvelle et prise en compte du développement durable* », poursuit-il. Cela se traduit par la demande d'un plus grand nombre de références, davantage de visites de sites, la mise en place de mesures coercitives pour se ménager des possibilités de sortie du contrat dans les premiers mois. « *Résultat, le processus décisionnel devient plus long, prend six mois là où il en fallait souvent trois. Les entreprises sont beaucoup plus frileuses dans leur prise de décision et essaient de changer la nature de la relation avec leur prestataire plutôt que d'en changer* », ajoute Alexandre Cuvelier.

**Le changement
dans la continuité**

« *La philosophie où le client gagne quand le prestataire perd est intolérable. Le client ne peut pas dire d'un*



©Gefco



Alexandre Cuvelier,

Fondateur
du cabinet
ArchiLog :

« Les entreprises sont beaucoup plus frileuses dans leur prise de décision et essaient de changer la nature de la relation avec leur prestataire plutôt que d'en changer ».



Mikaël Pichavant,

Senior
Manager
chez PEA
Consulting :

« Les chargeurs font preuve d'une sensibilité beaucoup plus forte sur la notion d'amélioration continue et de partenariat avec leur prestataire ».



Xavier Urbain

« Il s'agit, pour certains prestataires, de se doter de compétences nouvelles afin de s'inscrire dans une démarche de création de valeur plus systématique et de façon plus proactive ».

côté mon prestataire logistique est stratégique et de l'autre rester dans un rapport de force qui fait perdre de l'argent à son prestataire », nous confie un acteur français de la logistique. En choisissant la stabilité plutôt

que la prise de risques, la manière d'envisager la relation avec son prestataire existant serait donc également en phase d'évolution, vers des contrats peut-être à plus long terme ou intégrant la notion de plan de progrès,

d'engagement sur les réductions de coûts. « Les chargeurs font preuve d'une sensibilité beaucoup plus forte à la notion d'amélioration continue et de partenariat avec leur prestataire. Certes, la problématique de coûts reste