



Projet de mise en place des distributeurs EPI

Xinran Yi

► To cite this version:

Xinran Yi. Projet de mise en place des distributeurs EPI. Gestion et management. 2014. dumas-01121804

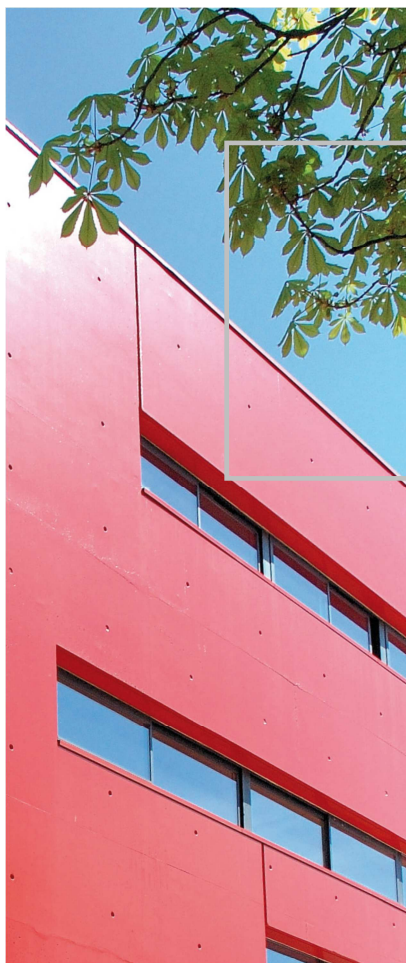
HAL Id: dumas-01121804

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01121804>

Submitted on 6 Mar 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Mémoire de stage

Projet mise en place des distributeurs EPI



Présenté par : YI Xinran

Nom de l'entreprise : E.ON

Tuteur entreprise : MAGNAN Serge

Tuteur universitaire : CHAMARD Françoise

**Master 1 FI
Master Management
Spécialité Achats
2013 - 2014**



upmf
Grenoble
Université Pierre-Mendès-France
Sciences sociales & humaines

Avertissement :

L'IAE de Grenoble, au sein de l'Université Pierre-Mendès-France, n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les mémoires des candidats aux masters en alternance : ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Tenant compte de la confidentialité des informations ayant trait à telle ou telle entreprise, une éventuelle diffusion relève de la seule responsabilité de l'auteur et ne peut être faite sans son accord.

Remerciements

J'adresse mes remerciements aux personnes qui m'ont aidée dans la réalisation de ce mémoire.

En premier lieu, je remercie mon maître de stage M. Serge MAGNAN de m'accueillir au sein de la SNET E.ON France et de m'avoir donné beaucoup de liberté et de confiance pour la réalisation de ce projet.

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à ma tutrice Mme Françoise CHAMARD qui m'a guidée dans mon travail et m'a aidée à trouver des solutions pour avancer.

Merci à tous les membres du service achats et aux personnes des ressources humaines Mme OSMAN, Mme BOURG, Mme BORIE et Mme LOEIL pour avoir tout mis en œuvre afin que mon stage se déroule dans les meilleures conditions.

Merci également à tous les professeurs de l'IAE qui m'ont enseignée et qui, par leurs compétences, m'ont soutenue dans la poursuite de mes études.

Enfin, je remercie tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail. Merci.

Résumé

Dans le cadre de mon master management stratégique des achats, j'effectue un stage au service achats au sein de la SNET E.ON France. A part des traitements quotidiens, j'ai pris le dossier de la famille Effect de protection individuelle pour en faire des améliorations.

En prenant compte du contexte de l'entreprise, on a décidé de mis en place des distributeurs automatiques et faire une consultation nationale pour tous les articles plus consommés.

On a divisé le projet en six étapes : analyse de la situation actuelle, définition des objectifs, définition du besoin, analyse du marché fournisseur, benchmarking, et présentation aux futurs utilisateurs. Pour chaque étape, nous avons fait des analyses qualitatives et quantitatives.

Mots clés : EPI, distributeur automatique, appel d'offre

Table des matières

PREAMBULE

1. Présentation du groupe E.ON France.....	8
1.1 Chiffres clés 2013	8
1.2 Les sites de productions en France	8
1.3 Organisation du groupe E.ON France.....	10
2. Analyse du service achats chez E.ON France.....	11
2.1 Organigramme du service achats.....	11
2.2 Absence du « service approvisionnements ».....	12
2.3 Les familles d'achats.....	12
2.3.1 Situation actuelle.....	13
2.3.2 Points à améliorer	14

INTRODUCTION15

1. Contexte du stage.....	16
2. Problématique	16

PROJET DISTRIBUTEUR EPI16

1. Analyse de la situation actuelle.....	17
1.1 Identification des produits dont la consommation est trop importante	17
1.2 Identification des coûts	19
2. Définition des objectifs.....	19
2.1 Les avantages et les inconvénients	19
2.2 Calcul des coûts.....	20
2.2.1 Les gains	20
2.2.2 Les dépenses	22
3. Définition du besoin	22
3.1 Critères de choix pour les produits à mettre dans les distributeurs.....	22
3.2 Les emplacements des distributeurs au sein de l'entreprise.....	22
3.3 La fréquence de remplissage et le nombre de casiers	23
3.3.1 Remplissage hebdomadaire	23
3.3.2 Remplissage toutes les deux semaines	24
3.3.3 Comparaison des coûts	25
3.4 Qui a l'accès au badge ?	25
4. Analyse du marché fournisseur.....	25

4.1 Les fabricants de distributeurs	25
4.2 Les fournisseurs de fournitures industrielles	26
4.2.1 Fournisseur actuel : Orexad.....	26
4.2.2 Berner.....	26
4.2.3 Mabéo industries.....	27
4.2.4 Descours & Cabaud	27
4.2.5 Wurth	27
4.3 Critères de sélection.....	27
5. Benchmarking.....	28
6. Présentation à la direction et aux futurs utilisateurs.....	28
CONCLUSION	29
Bibliographie.....	33

1. Présentation du groupe E.ON France

E.ON France est une société par actions simplifiée dont le siège se situe à Paris. Avec 7 unités de production (5 tranches charbon et 2 cycles combinés gaz), de 6 parcs éoliens et de 2 fermes solaires, il est un acteur majeur de la production d'électricité en France avec une capacité installée de plus de 2,8 GW.

Le groupe prévoit une restructuration de la SNET (filiale d'E.ON France) à compter de 2013 et jusqu'à l'horizon 2015. Cela concerne la fermeture des sites d'Hornaing et Lucy (exploitation des tranches¹ arrivée à terme car l'investissement est de moins en moins rentable) et projet de reconversion en biomasse² pour la tranche 4 du site de Provence.

1.1 Chiffres clés 2013

Effectif	799 salariés
Chiffre d'affaires	1147 millions d'euros
Vente d'électricité et de gaz	9,1 TWh d'électricité et 2,7 TWh de gaz
Capacité installée	Plus de 2,8 GW
Production d'électricité	8,3 TW

1.2 Les sites de productions en France

Les sites de production et les projets d'E.ON France sont répartis sur l'ensemble du territoire. Ses capacités de production se composent de :

¹ Une tranche désigne une unité de production fonctionnant au gaz ou au charbon et comprenant entre autres une cheminée, une chaudière, un groupe turbo-alternateur, un réfrigérant, des dépoussiéreurs, la partie câblage électrique, et la salle de commandes.

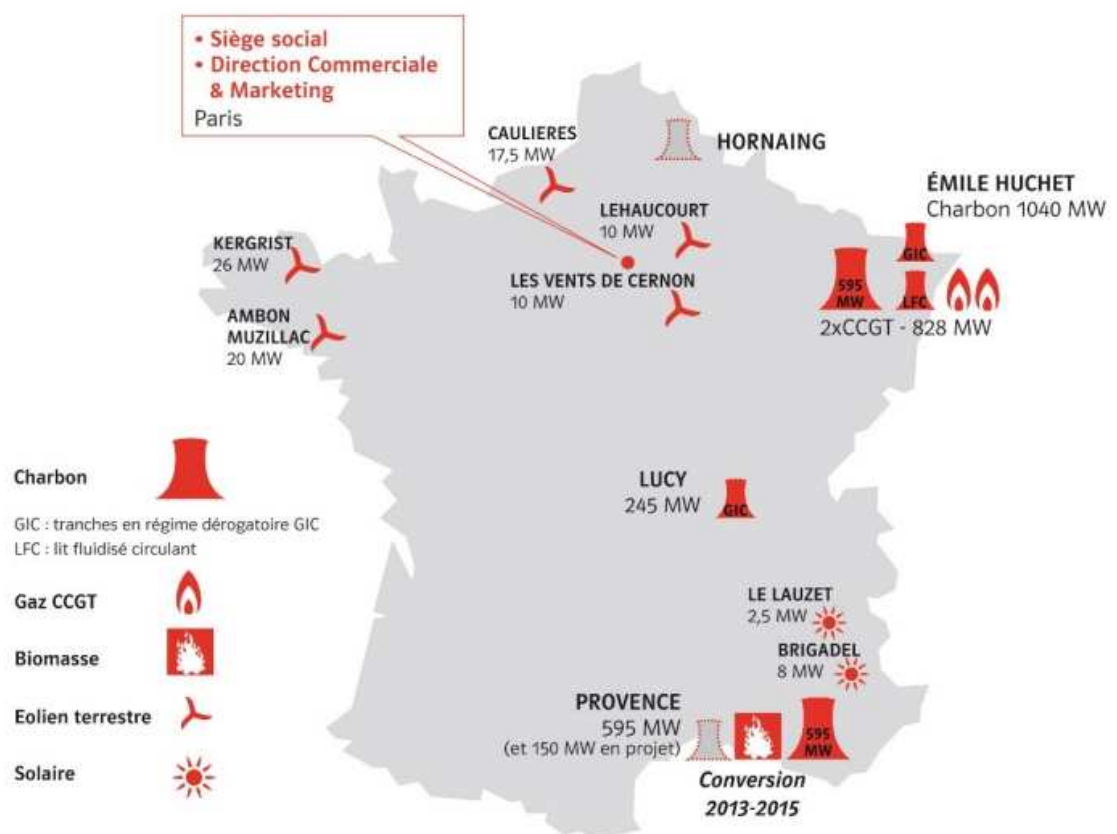
² Le terme de biomasse (LORNE, 2009) désigne l'ensemble des matières organiques d'origine végétale (algues incluses), animale ou fongique (champignons) pouvant devenir source d'énergie par combustion (ex : bois énergie), après méthanisation (biogaz) ou après de nouvelles transformations chimiques (agrocarburant).

Trois tranches thermiques charbon (Hornaing 3, Lucy 3 et Emile Huchet 5) qui ont été placées dès 2004 en régime dérogatoire³. L'arrêt d'Hornaing 3 a été effectué le 31 mars 2013, celui de Lucy 3 le 31 mars 2014.

La tranche Emile Huchet 4 qui utilise la technologie du Lit Fluidisé Circulant qui n'autorise pas la flexibilité exigée aujourd'hui par le marché. L'unité Provence 4 est en cours de conversion à la biomasse.

Deux tranches thermiques charbon de 595MW (Provence 5 Emile Huchet 6) qui ont été mises aux normes en 2007 grâce à des équipements permettant le traitement des fumées et sont pérennisées au-delà de 2025.

Deux Cycles Combinés Gaz qui ont été mises en service en 2010 sur la Centrale Emile Huchet en Lorraine. D'une capacité installée totale de 828MW, ces deux unités constituaient au moment de leur mise en service le plus grand projet de CCGT en France.



(E.ON)

³ Issu de la directive européenne sur les Grandes installations de Combustion (GIC), il limite le fonctionnement des tranches au 31 décembre 2015.

Six parcs éoliens terrestres mis en service entre 2007 et 2010. Ils représentent une puissance totale installée de 83,5MW.

Deux fermes solaires avec une puissance de 10,5MW.

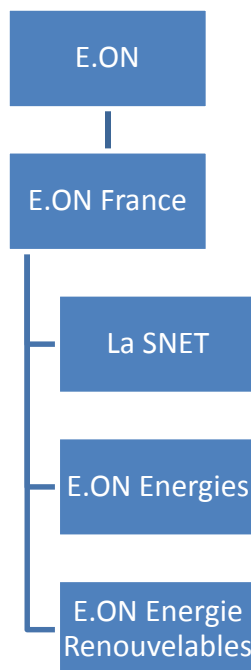
1.3 Organisation du groupe E.ON France

Le groupe E.ON France est constitué par trois sociétés : la SNET, E.ON Energies, et E.ON Energie renouvelables.

La SNET est la production d'électricité à partir de centrale thermique et de centrale à cycle combiné gaz, ce qui comprend aujourd'hui le site Centrale de Provence et le site Centrale Emile Huchet.

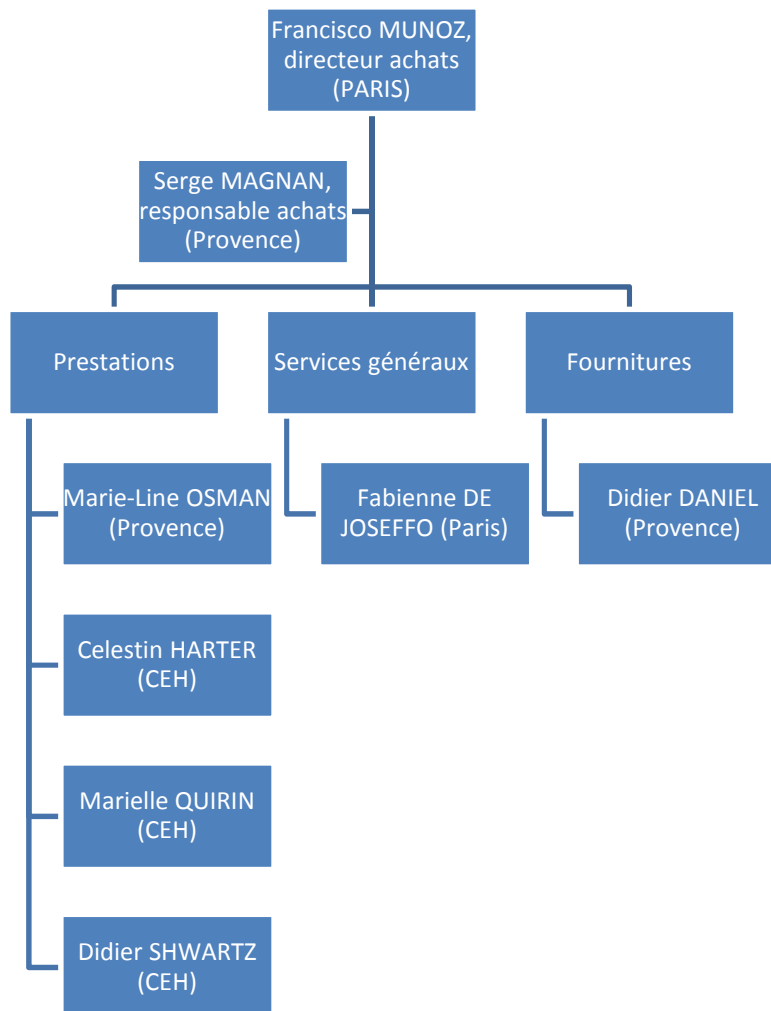
E.ON énergies renouvelables est la production d'électricité à partir d'énergies renouvelables (éoliennes et solaires).

E.ON énergies, soit E.ON Energy Trading est le cœur commercial du groupe E.ON et l'une des principales entreprises de négoce d'énergie en Europe.



2. Analyse du service achats chez E.ON France

2.1 Organigramme du service achats



Le service achats chez la SNET est constitué par 8 acheteurs, ils sont répartis dans les deux sites de production et le siège à Paris. Sur le site CEH⁴, trois acheteurs, Celestin HARTE, Marielle QUIRIN, et Didier SHWARTZ sont en charge des achats prestations de service. Sur le site Centrale de Provence, Didier DANIEL s'occupe des achats fournitures au niveau national, Marie-Line OSMAN prend en charge des achats prestations, et notre responsable achats Serge MAGNAN. Dans le siège à Paris, Fabienne DE JOSEFFO répond aux besoins de tous les services généraux, et le directeur achats Francisco MUNOZ est responsable pour la coordination entre les sites et les communications externes et internes. Géré par un seul acheteur, le secteur fournitures est sous forme d'une structure centralisée, ce qui bénéficie

⁴ Centrale Emile Huchet

éventuellement un effet volume. Par contre, les achats prestation est dans le cadre d'une structure décentralisée dont la présence est plus fréquente dans le secteur industrie. Cette structure facilite la communication entre les acheteurs et les prescripteurs internes. Les achats fournitures réalisent un chiffre d'affaire d'environ 12 million chaque année. Cependant, les achats prestations qui sont souvent considérés comme une fonction secondaire représentent une partie importante dans la SNET. Avec plus de 500 fournisseurs dans le panel, les achats de prestations effectuent un chiffre d'affaire de 50 million chaque année.

2.2 Absence du « service approvisionnements »

La fonction achats s'est développée en plusieurs phrases. La première phrase a consisté à créer des postes spécialisés dans le suivi des approvisionnements. Ces approvisionneurs, qui sont souvent attachés à la chaîne logistique aujourd'hui, se doivent notamment de connaître les termes de contrats passés avec les fournisseurs, mais il ne leur appartient pas généralement de les référencer.

Chez la SNET, il n'existe pas une fonction approvisionnements. Les acheteurs traitent les demandes d'achats quotidiennes, demandent offres de prix aux fournisseurs, comparent les offres et assurent les spécificités techniques, et passent les commandes. Dépendant la nature de la commande (magasin ou hors magasin), les magasiniers ou les prescripteurs eux-mêmes réceptionnent les produits.

Le traitement quotidien des besoins consomme beaucoup de temps des acheteurs, ce qui les empêche de réfléchir davantage sur les tâches propres aux acheteurs. D'autre part, les acheteurs prennent le rôle d'un coordinateur entre le prescripteur et le fournisseur. Quand le texte d'un article demandé n'est pas clair, le fournisseur contacte l'acheteur pour demander une référence exacte, mais l'acheteur en question ne connaît pas forcément cet article. Mais c'est à lui d'essayer de comprendre les termes spécifiques, de contacter le technicien pour ses connaissances professionnelles. Cette communication indirecte n'est pas toujours efficace, une circulation directe entre les fournisseurs et les prescripteurs sera plus performante dans la résolution des problèmes.

2.3 Les familles d'achats

Dans les achats fournitures, nous avons en total 30 famille d'achats. Ci-dessus les familles d'achats avec leur valeur de commande dans l'année 2013 (ordre décroissant).

2.3.1 Situation actuelle

produits chimiques	2119K€
Agrégats, poussières calcaires	1541K€
Robinetterie	784K€
gaz industriel	741K€
Pompes	724K€
mécanique et traitement de surface	616K€
Filtration, dépolluissage	570K€
Lubrifiants	357K€
Effet de protection individuelle	355K€
divers achats classe C	338K€
Matériels électriques	311K€
Métaux ferreux et non ferreux	298K€
Compresseur, surpresseur, ventilateur	281K€
pièces de fonderie	242K€
Transmission	218K€
pièce ALSTOM	205K€
moteurs	182K€
appareil de mesure	181K€
Convoyeurs	154K€
outillage	141K€
Pièces transmission	96K€
pièces de manutention	93K€
informatique, imprimerie	81K€
Chaudronnerie, tuyauterie	75K€
pièces constructeur	48K€
protection sécurité	20K€
Fioul domestique	17K€
visseries, boulonneries	13K€
Soudure	4K€
levage	1K€

Nous voyons bien que la famille produits chimiques est la famille plus importante au niveau du chiffre d'affaire. Aujourd'hui, pour chaque sous famille de produits chimiques, nous travaillons avec un seul fournisseur pour bénéficier un effet volume. L'enjeu dans cette famille d'achats est que nous voulions consulter au niveau national (pour le site CEH et le site Provence), et le transport est un critère important pour cette famille. Mais très peu de fournisseurs sont à la mesure de nous fournir pour les deux sites avec les mêmes conditions. Concernant la famille agrégat, poussières calcaires, nous avons des contrats en cours avec deux fournisseurs, un pour chaque site.

Au niveau de la famille robinetterie, nous avons certaines marques que nous consommons le plus, dans ce cas-là nous passons les commandes directement chez le fabricant. Après, il nous reste 20% des robinets qui sont de marques diverses et nous les passons par les centrales d'achats.

La famille gaz industriel, actuellement un seul fournisseur.

L'état de la famille pompe est similaire de celui de la famille robinet. Nous avons des pompes alimentaires qui sont des pièces techniquement sensibles que nous passons chez les fabricants directement, et les pompes normales que nous passons chez des centrales achats. Dans la famille mécanique et traitement surface, ce sont des pièces constructeurs identifiées élaboration d'un plan par le service technique et confection locale.

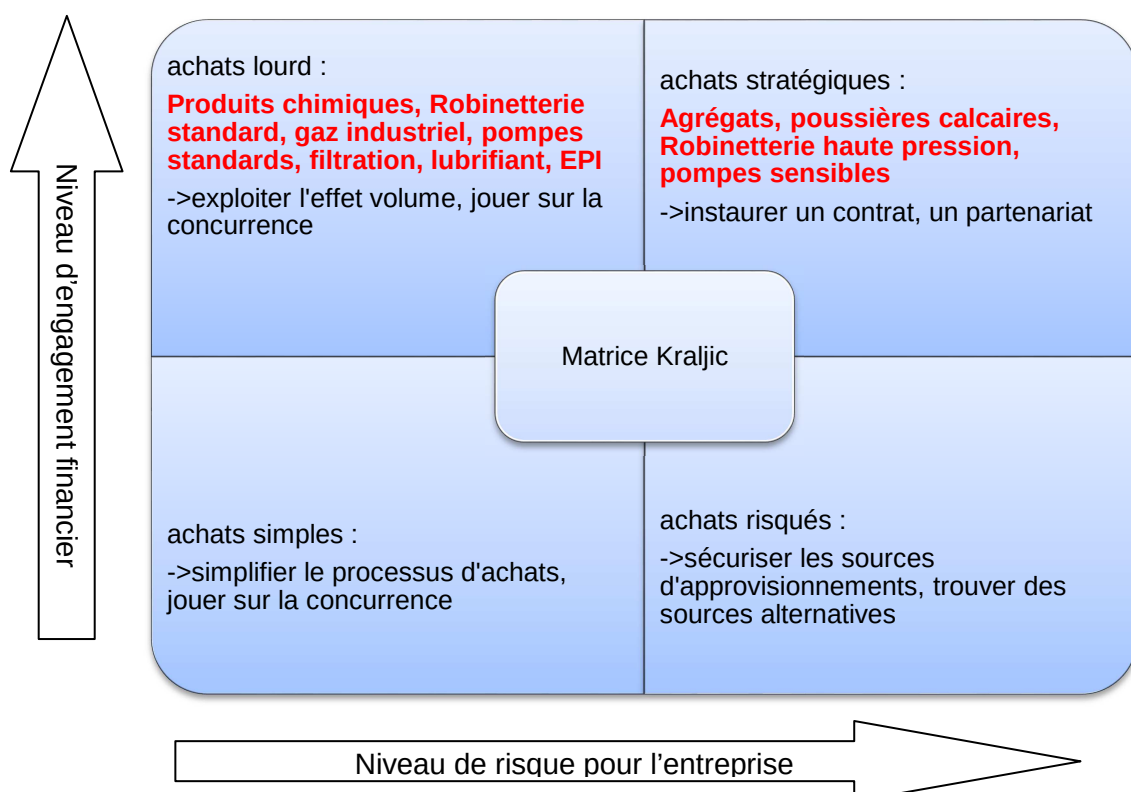
Avec de nombreuses marques et pas assez de volume, on travaille avec les distributeurs sur la famille filtration, dépoussiérage.

Une standardisation a été faite sur la famille lubrifiants, et nous arrivons à ce jour à utiliser une seule marque et nous travaillons directement avec le fabricant.

Au niveau des EPI, nous travaillons avec un seul fournisseur et nous avons mis en place pour une partie des stocks de consignation.

2.3.2 Points à améliorer

Pour trouver les points d'amélioration dans les achats de classe A, j'ai choisi d'utiliser la matrice Kraljic.



Dans la section achats lourd, nous trouvons les familles produits chimiques, robinetterie standard, gaz industriel, pompes standards, filtration, lubrifiant, et EPI. Pour ces familles-là, on peut tous éventuellement exploiter l'effet volume et jouer la concurrence. (DELANGLE, 2007)

Le travail reste à faire dans cette section concentre notamment sur la famille robinetterie standard, le gaz industriel et les EPI. Nous avons aujourd'hui des robinets de plusieurs marques qui ne demandent pas une technicité derrière et qui sont substituables entre eux. Si nos techniciens arrivent à standardiser ces pièces comme ce qu'on avait fait pour la famille lubrifiants, au lieu de travailler avec plusieurs fabricants, nous pourrions largement réduire notre panel fournisseur et nous serions en position de force dans la négociation.

Et pour la famille gaz industriel, ça fait six ans que nous travaillons avec un seul fournisseur et nous ne connaissons pas le marché d'aujourd'hui. Une étude de marché est nécessaire pour qu'on puisse trouver de meilleurs fournisseurs ou renégocier les conditions avec notre fournisseur actuel.

Les EPI n'exigent pas une technicité forte que nous avons un marché concurrentiel. Pour cette famille d'achats, nous travaillons depuis dix ans avec un fournisseur dont le prix et le service ne nous sont pas satisfaisants. Et pareil, nous pouvons faire du sourcing.

Dans le secteur achats stratégiques, nous trouvons des agrégats, poussières calcaires, où nous avons mis en place des contrats. Nous trouvons également la robinetterie haute pression, et pompes sensibles, avec qui nous travaillons directement avec les fabricants.

INTRODUCTION

1. Contexte du stage

Dans le cadre de mon master management stratégique des achats, j'effectue un stage au service achats au sein de la SNET E.ON France qui se situe à la limite de la ville de Meyreuil et Gardanne. Je suis arrivée mi-mai, le service achats et le service ressources humaines m'ont très bien intégrée dans l'entreprise et l'ambiance y est agréable.

Je me suis vu confier des achats fournitures industrielles au niveau national. A part des traitements quotidiens, je voudrais prendre une famille d'achats et en faire des améliorations.

2. Problématique

Comme j'ai analysé dans 2.3.2, il y a trois familles : robinetterie standard, le gaz industriel et les EPI dans la classe A où il y a des améliorations à faire.

Au même moment, notre fournisseur EPI nous propose un distributeur EPI qui donne une traçabilité des pièces sorties et réduise la consommation de manière significative.

Dans la SNET, nous allons fermer deux tranches au site CEH et il y aura une centaine de personnes qui vont partir d'ici fin d'année, ce qui laisse présager une période de consommation très sensible sur les produits consommables (vols). J'ai donc décidé de prendre le dossier de la famille EPI.

La famille EPI n'exige pas une technicité forte et nous avons un marché concurrentiel. L'enjeu pour nous en ce moment est de rapidement mettre en place ces distributeurs pour éviter les pertes non nécessaires. Les questions qui nous posent sont : si nous allons continuer à travailler avec notre fournisseur actuel ? Quels sont les avantages et les inconvénients de ce projet ? Quels sont les objets à mettre dans le distributeur ? Quel endroit on va le mettre ? Et quel mode de fonctionnement à appliquer ?

Projet distributeur EPI

Avec l'aide de ma tutrice Mme CHAMARD, j'ai pu définir les étapes suivantes pour mener à bien ce projet :

- Analyse de la situation actuelle ;
- Définition des objectifs ;
- Définition du besoin ;
- Analyse du marché fournisseur ;
- Benchmark ;
- Et présentation à la direction et aux futurs utilisateurs.

1. Analyse de la situation actuelle

1.1 Identification des produits dont la consommation est trop importante

Pour trouver les produits à étudier, j'ai sorti la liste de tous les consommables, soit 1252 articles que nous achetons aujourd'hui systématiquement chez Orexad, et je les ai classé par consommation accumulée dans les trois dernières années.⁵

En bas de la liste, je trouve plus de 700 articles dont la consommation dans les trois dernières années est moins de 36. C'est-à-dire que ce sont des articles qu'on consomme moins d'une pièce par mois, et nous les gardons dans le magasin simplement par confort mais nous n'en avons pas vraiment besoin. Avec l'accord de mon chef et nos techniciens, j'ai envoyé cette liste à notre responsable magasin pour qu'il les supprime tous.

Il me reste donc 464 articles qui sont les plus consommés : EPI, produits de nettoyage, matériel de soudure, robinetterie, boulonnerie, transmission, etc. Pour avoir une idée plus concrète de leur niveau de consommation, j'ai pris tous les exemplaires de gants comme exemple :

désignation article	consommation 2013
GANT ANTI-COUPURE KEVLAR POWERGRAB T10	184
GANT ANTI-COUPURE KEVLAR POWERGRAB T8	40
GANT ANTI-COUPURE KEVLAR POWERGRAB T9	236
GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS T10	889
GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS	332

⁵ Les analyses sont basées sur les statistiques du site Emile Huchet, notre principal site de production.

T11	
GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS T8	30
GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS T9	616
GANT DE MANUT ANSELL EDGE 40-400 T10	438
GANT DE MANUT ANSELL EDGE 40-400 T8	32
GANT DE MANUT ANSELL EDGE 40-400 T9	323
GANT DE PROTEC MAPA TECHNIC 420 T10	62
GANT DE PROTEC MAPA TECHNIC 420 T9	50
GANT MANUTSPÉ/FROID ANSELL HYD-TUF T10	125
GANT MANUTSPÉ/FROID ANSELL HYD-TUF T9	56
GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T10	1226
GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T11	230
GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T8	120
GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T9	1066
GANT SEMPERGUARD NITRILE BLEU L (8-9)	64
GANT SEMPERGUARD NITRILE BLEU M (7-8)	34
GANT SEMPERGUARD NITRILE BLEU XL (9-10)	23
GANT TEXTILE VENITEX CO131 T9	160
somme	6336

Nous avons 22 exemplaires de gants dans le magasin, dont la somme de consommation en 2013 est de 6336 paires. Sur notre site, nous avons 354 effectifs. Si on suppose deux tiers de personnels ont besoin de la protection de gants au travail, cela fait donc une consommation moyenne de 27 paires/personne/an. La signification derrière est que toutes les deux semaines, les ouvriers abîment une paire de gant. L'utilisation de ces pièces sorties est douteuse.

Tous ces 464 articles que nous identifions comme « articles sensibles » font sujet de mon étude.

1.2 Identification des coûts

J'ai identifié des coûts suivants qui sont liés aux articles en question :

- Coût d'achats ;
- Coût de passation des commandes : y compris les rémunérations des acheteurs, frais de télécommunication, frais de papeterie ;
- Amortissement du dépôt ;
- Rémunération des magasiniers ;
- Et le frais du stock : l'argent qui dort.

Parmi ces coûts, certains vont diminuer avec la mise en place des distributeurs, je vais faire un calcul dans la partie 2, définition des objectifs.

2. Définition des objectifs

2.1 Les avantages et les inconvénients

J'ai estimé les avantages et les inconvénients suivants :

LES AVANTAGES	LES INCONVENIENTS
➤ Réduction de la consommation (20% à 30%) ➤ Gestion des consommations par service (meilleure traçabilité/contrôle) ➤ Diminution du nombre de commandes (gain de temps pour acheteurs) ➤ Diminution du nombre d'emplacements dans le magasin ➤ Diminution du nombre de réceptions et de distributions (gain de temps pour les magasiniers) ➤ Service 100% 24H/24H 7J/7J, prévention des incidents	➤ Risque de vol et de casse ➤ Risque d'erreur du nombre d'article à stocker au démarrage de la distribution automatique ➤ Réactions probables négatives du personnel (bonne communication à faire)

Avec la mise en place des distributeurs, le premier avantage est une baisse de consommation. Les entreprises qui ont déjà mis en place ces distributeurs ont vu une diminution de 20 à 30 pourcents ;

Les historiques des articles déjà pris par salariés sont accessibles aux responsables du service, et leur permettent d'avoir un meilleur contrôle ;

Quand la quantité d'une référence atteint un niveau de stock critique, le système déclenche une alerte de réassort. Ces alertes seront envoyées directement par mail aux fournisseurs, les réapprovisionnements des articles ne passent plus chez les acheteurs ;

Certaines entreprises suppriment entièrement les stocks à côté, donc moins d'emplacement dans le magasin ;

Les usagers vont chercher eux-mêmes les produits dont ils ont besoin avec leur badge personnel, moins de travail pour les magasiniers ;

Et finalement, tous les EPI seront accessibles 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 au lieu de travail.

Nous sommes également confrontés au risque de vol et de casse, d'où la nécessité de bien définir les emplacements de distributeurs ;

Au risque d'erreur du nombre d'article à stocker et de la fréquence de passage au démarrage du projet ;

Aussi les réactions probables négatives du personnel, une bonne communication à faire.

2.2 Calcul des coûts

2.2.1 Les gains⁶

Je reprends les coûts identifiés dans la partie 1.2 pour faire le calcul.

- Le coût d'achats va baisser avec la diminution de consommation. Si on prend la valeur de tous les articles consommés en 2013 multiplié par la moyenne de baisse de consommation 25%, cela fait une économie de 46910 euros ;
- Le coût de passation de commandes pour ces articles va réduire à zéro. Pour calculer les gains, on prend toutes les commandes qu'on a passé en 2013 chez Oread, soit 471

⁶ Les données sont basées sur les statistiques du site CEH en 2013

commandes, le multiplie par le coût moyenne pour passer une commande 50 euros, cela donne $471 \times 50 = 23550$ euros ;

- Amortissement du dépôt : les 464 articles représentent 2,4% de la totalité des articles en magasin, l'économie est négligeable.
- Rémunération des magasiniers : les articles en question étant les plus consommables, leur réception et distribution représentent environ 25% de toutes les entrées et sorties. Cela veut dire un cinquième du temps des magasiniers.

Nous avons 6 magasiniers sur le site, leur salaire est environ 3000 euros par mois (charge 100%).

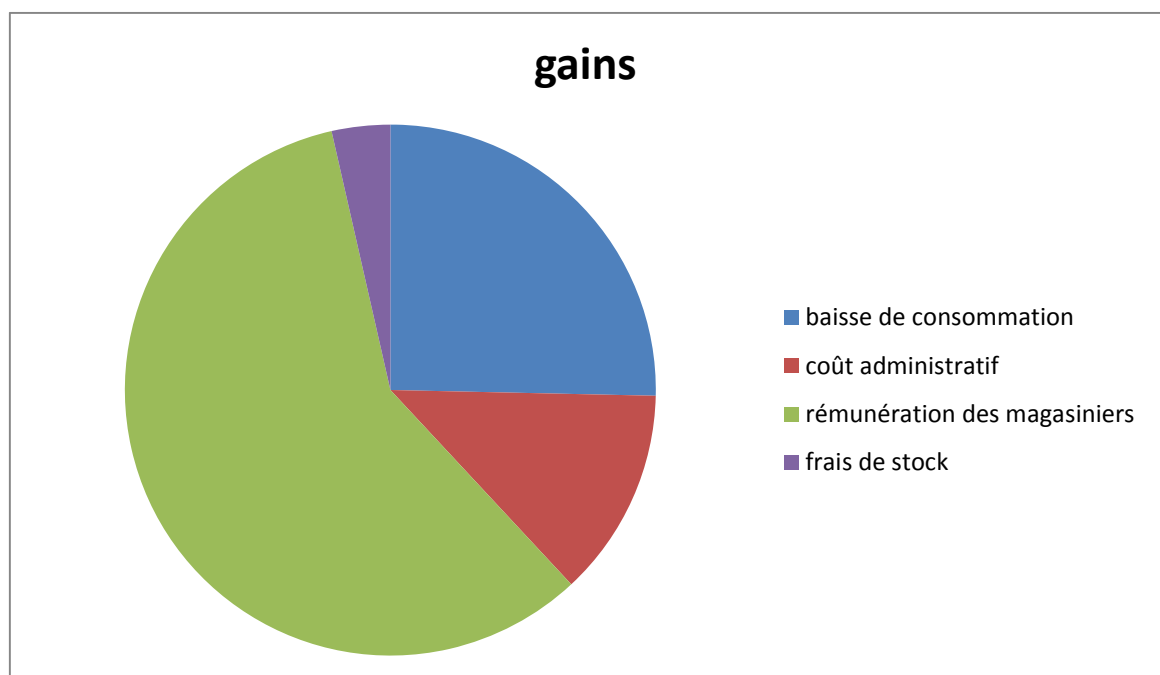
Le gain = $3000 \text{ euros/mois/magasinier} \times 2 \text{ (salaires + charges)} \times 6 \text{ magasinier} \times 25\% \times 12 \text{ mois} = 108000$ euros ;

- L'économie sur le frais de stock va dépendre le mode de paiement on va appliquer avec le fournisseur. Si on payera à la fin du mois que pour les pièces sorties, le frais de stock va passer à zéro.

J'ai sorti toute la liste de ces 464 articles, et j'ai enlevé les 77 articles qui sont déjà dans le stock de consignment. En suite j'ai fait la somme de leur valeur en stock, et j'ai 43941 euros de stock.

Le coût de stock est 15% de la valeur de stock par an, cela me donne $43941 \times 15\% = 6591$ euros.

Ce qui fait une économie totale de 185 051 euros/an/site



Avec ce camembert, nous voyons bien que l'économie du temps des magasiniers est le gain plus important dans notre projet, donc le remplissage par le fournisseur sera une condition importante à négocier.

2.2.2 Les dépenses⁷

Si on suppose un passage hebdomadaire, deux distributeurs seront nécessaires pour chaque site.

Loyer de deux distributeurs = $300 \text{ euros/machine/mois} \times 2 \text{ machines} \times 12 \text{ mois} = 7200 \text{ euros/an}$

Réapprovisionnement et remplissage hebdomadaire = $120 \text{ euros/passage/machine} \times 2 \text{ machines} \times 52 \text{ passages} = 12480 \text{ euros/an}$

Frais d'installation et le transport pour la première année = $500 \text{ euros} + 330 \text{ euros} = 830 \text{ euros}$

Donc un total de 20510 euros pour la première année, et 19680 euros pour les années suivantes.

3. Définition du besoin

3.1 Critères de choix pour les produits à mettre dans les distributeurs

J'ai déjà sorti la liste des produits qui sont les plus consommés et qui sont sensibles au vol. La consommation et la sensibilité sont donc les deux critères primaires de mon choix. Après, il faut ajouter le critère encadrement en prenant compte les dimensions du casier. Par exemple il faut éliminer les trois références de balai. Aussi, il faut éviter les produits dangereux comme l'huile de coupe.

3.2 Les emplacements des distributeurs au sein de l'entreprise

La question de l'emplacement des distributeurs est de les mettre dans le magasin ou hors magasin. Si on les met dans le magasin, cela va réduire la possibilité de casse et de vol, mais les usagers ne pourraient pas bénéficier un service 100%.

⁷ Les données sont basées sur le devis d'Orexad.

Une solution est de les mettre à l'entrée garde, dans ce cas-là nous aurons une surveillance toute la journée, et il sera facile pour les usagers de venir chercher leurs équipements.

3.3 La fréquence de remplissage et le nombre de casiers

Il nous est évident que le plus fréquents sont les passages, le moins d'articles on a besoin de stocker dans les distributeurs. Mais quelle est la fréquence et le nombre de casier optimal ? J'ai fait un calcul avec la fréquence comme variante.

3.3.1 Remplissage hebdomadaire

Si on applique un remplissage hebdomadaire, les articles stockés dans les distributeurs doivent satisfaire la consommation d'une semaine. Avec cette logique, j'ai fait le tableau suivant :

	Désignation	Consommation en 2013	Consommation par semaine	Nombre de casiers
1	GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T10	1226	24	24
2	GANT PROTECCOUPURE HANDSAFE 600 G T9	1066	21	21
3	GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS T10	889	17	17
4	MASQUE ANTI-POUSSIÈRE FFP3SL REF3M 8835	666	13	13
5	BOULON HEXAGONAL M 16-40 - CLASSE 88-8	650	13	1
6	GANT CUIR PROCOVES ELECTRA PLUS T9	616	12	12
7	BOULON HEXAGONAL M 8-20 - CLASSE 88-8	600	12	1
8	JOINT SILICONE BLEU - SILICOMET JS 544	587	11	11
9	GOIJON M12X40 DIN 938 CLASSE 88	500	10	10
10	CHAINE POUR CONSIGNATION - FIL DIAM4MM	475	9	9
	...	...	...	...
	Somme des casiers			626

Dans la colonne « consommation par semaine », j'ai divisé la consommation annuelle par 52, et j'ai arrondi le résultat, ce qui donne le nombre de casier nécessaire.

Pour les articles comme boulon, joint, et rondelle, il faut faire attention aux conditionnements. Par exemple pour le « boulon hexagonal M 16-40 » qui se trouve en ligne 5, le conditionnement est 20 par étui. Il nous suffit donc un seul casier où on va mettre un étui entier.

En suite, j'ai fait la somme de casiers, et cela fait 626 en total.

Après, il faut choisir le type de distributeurs. Les fournisseurs proposent en général plusieurs genres de distributeurs avec les casiers de dimensions différentes.

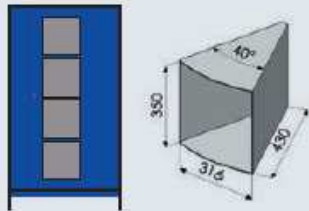
Ici, je prends la proposition de Logimatiq, qui est un fabricant de distributeurs plus ancien. Sa proposition est assez représentative.

Nous voyons que les dimensions d'un distributeur restant les mêmes, le plus de casiers il obtient, les plus petits sont les casiers.

TYPES DE CONFIGURATION

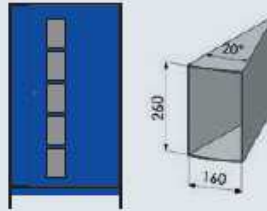
TYPE 1

36 casiers
32 x 35 cm



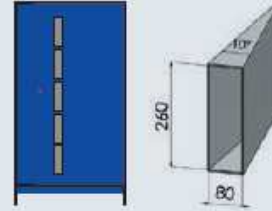
TYPE 2

90 casiers
16 x 26 cm



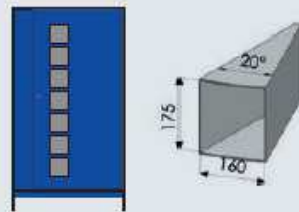
TYPE 3

180 casiers
8 x 26 cm



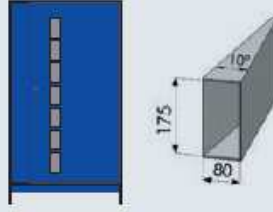
TYPE 4

126 casiers
16 x 17,5 cm



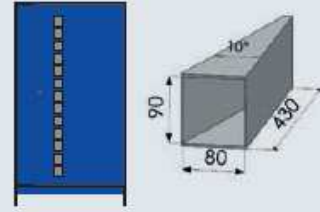
TYPE 5

252 casiers
8 x 17,5 cm



TYPE 6

468 casiers
8 x 8 cm



(Logimatiq Sysème)

La plupart des articles peuvent entrer dans les casiers de type 6 (90mm*80mm*430mm), nous allons donc d'abord prendre un distributeur de type 6 avec 468 casier.

Pour les chaussures de protection, il faut des gros casiers comme du type 4. Avec 126 casier de plus, cela fait donc un total de 596, qui pourrait approximativement répondre à notre besoin.

3.3.2 Remplissage toutes les deux semaines

Si on applique un remplissage toutes les deux semaines, avec la même logique, j'ai fait un tableau comme ci-dessus et j'ai trouvé un total de 941 casiers.

Puisque la plupart des articles peuvent entrer dans le casier de type 6, je vais prendre cette fois deux distributeurs du type 6 qui donnent le maximum de casiers et un distributeur de type 4 pour les grands articles.

3.3.3 Comparaison des coûts

Avec un remplissage hebdomadaire, on a besoin d'un distributeur de moins, mais on va payer plus pour les frais de passage. Pour savoir quel mode de fonctionnement est moins coûteux, j'ai fait le calcul suivant :

	location pour 2 ans	transport	installation	passage pour 2 ans	Total
2 machines	14400	330	500	14560	29790
3 machine	20808	380	500	8320	30008

Le coût total revient au même niveau. En prenant compte de la sécurité et la maintenance, nous préférons donc un passage hebdomadaire pour éviter une rupture de stock et assurer le bon fonctionnement des machines.

3.4 Qui a l'accès au badge ?

Aujourd'hui tout le monde n'a pas accès aux articles au magasin. L'idée au départ est qu'on donne les badges seulement aux responsables pour mieux contrôler les consommations. Mais nous avons constaté que souvent ils prennent plus d'articles que nécessaires pour faire moins de déplacement et gardent leur propre « stock ».

Si on donne badge à tout le monde, nous aurons une liste des historiques véritablement personnels. Plus de personnes pourraient sortir les articles, certes, mais après il leur faut les justifier. Aussi avec cette ouverture d'accès, on attend une meilleure réaction pour notre projet.

4. Analyse du marché fournisseur

Il existe deux genres de fournisseurs sur le marché.

4.1 Les fabricants de distributeurs

On trouve les fournisseurs comme Logimatiq et Distritronic qui sont les fabricants de distributeurs, mais qui ne fournissent pas les fournitures industrielles. L'avantage de travailler avec eux est que nous aurons plus de liberté dans le choix de produits à mettre dans le distributeur, et nous aurons plus de mobilité dans nos achats. L'inconvénient est que les magasiniers à nous seront en charge du remplissage, donc ils s'occupent encore les réceptions des pièces entrées mais plus les pièces sorties, et qu'il nécessite encore des passations de commandes pour les acheteurs.

Dans les gains que nous avons calculés dans 2.2.1, deux ne seront pas réalisés.

Baisse de consommation	√
Coût administratif	×
Rémunération des magasiniers	Δ
Frais de stock	√

Avec le camembert de la répartition des gains, la rémunération des magasiniers représente la plus grosse partie des gains. Il nous est plus favorable de travailler avec un fournisseur de fourniture qui propose le service de machine automatique.

4.2 Les fournisseurs de fournitures industrielles

Sur le marché des EPI, il y a les fournisseurs principaux suivants : Mabéo industrie, Orexad, Berner, Descours & Cabaud groupe prolians, et Würth.

4.2.1 Fournisseur actuel : Orexad

Nous avons travaillé avec Orexad pour la famille petites fournitures industrielles depuis 7 ans. Ils sont le 2^{ième} sur le marché avec un chiffre d'affaires annuel de 450M euros. Ils ont 10 ans d'expériences sur le *vending machine*, et parmi leurs clients, on trouve AirFrance qui a déjà mis en place des distributeurs automatiques.

Les articles que nous passons chez eux représentent 60% des produits consommés en nombre, et 26% en valeur. Nous sommes un client important pour eux (400 000 euros de commandes pour deux sites chaque année).

Au départ, nous avions une forte préférence de continuer à travailler avec eux, puisque pour nous, cela voulait dire un meilleur délai de la mise en disposition, et aussi, cette proposition de partenariat serait une approche pour nous de gagner des conditions plus favorables.

Nous leur avons demandé de nous faire une analyse sur nos achats et de nous proposer un mode de gestion. Mais nous n'avons pas vu beaucoup de motivations de leur part. Lors de notre rencontre, ils nous demandaient une augmentation de tarif comme prémisses pour qu'on puisse continuer notre collaboration.

Avec ces deux contraintes, nous avons décidé de lancer une consultation nationale.

4.2.2 Berner

J'ai reçu le responsable de grands comptes de Berner à notre site CEH. Il m'a impressionnée avec sa réactivité et ses motivations. Il a surtout mis en avant le service qu'ils proposent dans l'analyse de la consommation pour leurs clients. Aussi, il assure un suivi de client par lui-même au moins une fois par mois.

Cependant, ils n'ont pas encore travaillé sur le distributeur automatique. Aujourd'hui ils mettent en place des étagères ouvertes.

4.2.3 Mabéo industries

Mabéo est le 3^{ème} fournisseur sur le marché précédé par Descours & Cabaud et Orexad. Ils ont 800 d'effectifs et réalisent un chiffre d'affaire de 200M euros par an. Aujourd'hui ils ont une bonne équipe de vente avec les moyens de communications modernes.

Au niveau du mode de fonctionnement, ils nous facturent les pièces sorties, et les remplissages sont assurés par leurs fabricants. Quand le stock éteint un niveau critique, une alerte est envoyé automatiquement chez eux pour déclencher une réapprovisionnement. L'économie de la rémunération des magasiniers et du frais administratif sera réalisée.

4.2.4 Descours & Cabaud

Descours & Cabaud est le premier fournisseur sur le marché fournitures industrielle avec plus de 20% de part de marché. Parmi ses clients on trouve Vinci construction, et Schneider. J'ai rencontré leur commercial régional mais il ne se spécialise pas dans les distributeurs. Concernant ce projet il faut que je rencontre leur responsable de grands comptes pour me renseigner sur leur mode de fonctionnement.

4.2.5 Würth

L'activité principale de Würth est la vente aux professionnels de matériel de fixation et d'assemblage. En 2012, ils ont réalisé un chiffre d'affaires de 528M en France. (Würth France)

Après une conversation au téléphone, je connais le fait qu'ils n'ont pas encore travaillé sur ce genre de distributeur en France.

4.3 Critères de sélection

Le 16 juin, j'ai lancé un appel d'offre national pour tous les consommables. Les cinq fournisseurs que nous consultons seront jugés sur les critères suivants :

- Articles avec références et marques actuelles, 20% ;
- Mode de gestion, 15% ;
- Délai de mise à disposition du mode de gestion proposé, 5%
- Date de paiement (livraison ou consommation), 10%
- Prix, 50%
- Bonus 10% fourniture de la totalité des articles.

Sur ce marché il est difficile pour les fournisseurs d'acquérir un avantage concurrentiel. Le facteur clé reste encore le prix.

5. Benchmarking

Le benchmarking consiste à étudier et analyser les techniques de gestion, les modes d'organisation des autres entreprises afin de s'en inspirer et d'en tirer le meilleur (Wikipédia), également à comparer les services des fournisseurs et les prix associés. (COMINOTTI)

Auprès du fabricant Logimatiq, j'ai pris en contact avec le responsable du magasin chez VIESSMANN. Ils sont spécialisés dans la construction et la vente de chaudières de chauffage central (Wikipédia).

Ils ont mis en place cinq distributeurs sur leur site il y a quelques années, et ils ont vu une baisse de consommation de 25% à 30%.

Le badge pour les distributeurs est comptabilisé avec le pointage déjà utilisé dans l'entreprise, donc tout le monde a l'accès aux pièces dans les distributeurs. Cependant, dans le système, ils ont défini un profil type par employé avec la liste des EPI correspondant à son poste. Les quotas des usagers leur sont fixés pour limiter la consommation. Par exemple, si un employé fait du taille 38, il n'est pas possible pour lui de sortir les chaussures de taille 39.

Chez Viessmann, il adopte une gestion rigoureuse. Chaque personnel a une liste des historiques des pièces sorties personnelle, et le chef du magasin les surveillent. Il nous confié que, théoriquement, toutes les personnes ont peuvent prendre la plupart des articles en distributeur, mais après c'est à eux de les justifier. Rien d'avec cette traçabilité, la consommation va beaucoup baisser.

Au niveau de la réaction du personnel, les usagers chez Viessmann a très bien accepté ce nouveau type de distribution. Pour les motiver, le chef du magasinier a fait exprès de laisser quelques casiers vides et demande aux salariés des idées de types d'articles à y mettre.

Puisque Viessmann loue directement des machines chez le fabricant, le mode de fonctionnement reste traditionnel. Leurs fournisseurs industriels les livrent et les magasiniers à eux mettent les pièces dans les machines. Et ils gardent encore des stocks à côté. Pour eux, les gains restent dans la baisse de consommation et une partie du temps des magasiniers.

Baisse de consommation	✓
Coût administratif	×
Rémunération des magasiniers	Δ
Frais de stock	×

6. Présentation à la direction et aux futurs utilisateurs

Bien entendu, avant de lancer ce projet, il faut d'abord convaincre la direction. Pendant mon déplacement à Saint Avoild, j'ai eu la chance de faire une présentation devant le chef de la centrale et tous les responsables du service.⁸

⁸ Présentation voir Annexe 1

J'ai présenté les articles que nous voulions mettre dans les distributeurs, la situation actuelle, les avantages et les inconvénients, et le calcul des gains et des dépenses.

Les discussions se sont concentrées sur l'emplacement du distributeur et les personnes qui auront l'accès au distributeur. Au début c'était difficile de convaincre la rentabilité de ces machines. Le responsable de maintenance a même exprimé que les salariés vont rigoler « ils ont acheté des machines pour mettre que les gants dedans.. » Mais les chiffres étaient démonstratifs.

J'ai également témoigné une résistance montrée par certain. Ils voulaient que nous suspendre le lancement du projet à cause de telle raison et ils voulaient que nous commencions avec les EPI. Mais généralement j'ai eu des réactions positives et notre projet est validé par le chef de la centrale.

Dans la partie définition des objectifs, nous avons prévu des réactions probables négatives du personnel, donc il nous est nécessaire de leur expliquer comment ces distributeurs marchent et qu'ils donneront un service 100%.

D'après le résultat de mon benchmarking, les salariés n'auront pas une réaction négative. Il faut leur donner une formation sur ces machines, et nous pourrions adopter la démarche de Viessmann et leur demander des propositions des articles à y mettre.

A ce jour, à peu près 30% du personnel ont accès au magasin, et c'est souvent les responsables d'équipe qui viennent chercher les matériels pour ses subordonnées. Et pour la facilité, ils ont en général leur petit stock dans le bureau, d'où vient la surconsommation. Avec notre projet, les gens qui n'avaient pas l'accès au magasin pourraient venir chercher eux-mêmes et nous attendons une réponse constructive de ce côté-là.

Conclusion

1. Où je suis

Le tableau ci-dessous illustre le déroulement de mon projet.

ETAPES	SOUSETAPES	OUTILS	STATUTS	COMMENTAIRES/CONCLUSION
Analyse interne de la situation actuelle	Identification des produits dont la consommation est trop importante	Fiche excel orexad	✓	Environ 400 articles à mettre
	Identification des coûts	méthode TCO	✓	Coût d'achats, coût administratif, rémunération des magasiniers, frais de stock, amortissement du dépôt
Définition des objectifs	baisse des couts	Calcul baisse des coûts estimés	✓	Une économie de 165 mille euros/an/site
	Identification des avantages et des inconvénients	Liste « avantages – inconvénients »	✓	Avantages : baisse de consommation, temps économisé pour les magasiniers et pour les acheteurs, service 100% Inconvénients : risque de vol et de casse, rupture de stock au démarrage, réactions probables négatives du personnel
Définition du besoin	faire la liste des critères de choix des produits à mettre dans les distributeurs	Liste des critères	✓	Consommation, sensibilité, encadrement, produits dangereux à éviter
	identifier les emplacements des distributeurs au sein de l'entreprise (intérieur du magasin/extérieurs)		En cour, à discuter avec les fournisseurs	Proche du parking ? A côté de l'entrée garde ?
	déterminer la fréquence de remplissage des distributeurs, nombre de casiers	Calcul avec la fréquence qui varie	✓	Deux distributeurs avec passage hebdomadaire
	Autorisation aux badges		A discuter	
Analyse du marché fournisseur	présentation de l'offre du fournisseur en place actuellement (Orexad)	Rencontre Orexad	✓	Bonnes expériences en ce projet, manque de motivation
	faire du sourcing: externe: quels sont les autres fournisseurs ?	Berner	✓	Fortes motivations, ne propose pas de distributeur
		Mabéo	✓	Bonnes expériences en ce projet, mode de fonctionnement adéquat

		Descour&Cabaud	A rencontrer	
		Wurth	A rencontrer	Pas d'expérience sur ce projet en France
	faire une analyse comparative des offres qualitatives et quantitatives	Tableau comparatif	×	
Benchmark	Visite site des clients	Le 11 juin, visite chez Viessmann	✓	Une baisse de consommation de 25% à 30% ; Après la mise en place des distributeurs, il faut assurer une surveillance et un contrôle pour qu'ils soient effectifs ; Bonnes réactions des personnels
Présentation à la direction et aux futurs utilisateurs	Présentation à la direction	Présentation PPT	✓	Bonne réaction en général ; Doute sur la rentabilité au départ ; Discussion sur l'emplacement
	Présentation aux futurs utilisateurs internes afin de les informer de la mise en place des distributeurs en son travail, son mode de fonctionnement.	Présentation PPT mettant en avant les avantages pour leur propre fonctionnement, les gains escomptés mais aussi les changements.	×	

Avec la liste des avantages et les inconvénients, il nous est clair que les gains de ce projet seront remarquables, notamment dans le temps économisé des magasiniers et dans la baisse de consommation.

Nous avons identifié les articles à mettre dans le distributeur automatique avec 4 critères de sélection, et nous avons trouvé la fréquence et le nombre de distributeur optimaux. Au niveau de l'emplacement et l'autorisation aux badges, nous devons encore discuter avec les clients internes et voir les propositions des fournisseurs.

Le 16 juillet j'ai lancé l'appel d'offres pour nos deux sites de production avec 1204 références d'articles.⁹ Nous sommes actuellement en attente des réponses et en même temps nous recevons des fournisseurs. Parmi les cinq fournisseurs qu'on a consultés, Mabéo se distingue avec ses expériences sur le projet et sa réactivité. Après il nous faut encore comparer les prix qu'ils nous fournissent.

Le résultat qu'on a vu pendant notre benchmarking est satisfaisant. Mais prenant en compte la situation spécifique de notre entreprise, une bonne communication reste à faire aux futurs utilisateurs internes pour les informer le fonctionnement de ces machines et les avantages qu'elles pourraient leur apporter.

2. Apprentissage dans les premières semaines

Au début de mon stage, j'ai pris du temps à me familiariser avec le quotidien des acheteurs. Ces tâches m'ont montrées que l'acheteur doit être organisé et avoir une capacité relationnelle pour bien gérer ses clients internes et ses fournisseurs.

Les traitements de tous les jours devenant le plus en plus faciles, je me suis aperçue qu'il était très confortable de rester dans les routines et, malgré mon âge, il y avait toujours une réticence au changement.

Heureusement mon chef m'a beaucoup motivée et je me suis lancée dans ce projet distributeur. Avec cette l'occasion, j'ai pu étudier une famille d'achats, rencontrer des fournisseurs toute seule, faire du benchmarking, et présenter mon projet devant la direction. Au début je craignais que je n'aie pas assez d'expériences et j'étais trop jeune pour être convainquant devant un fournisseur. Mais petit à petit j'ai acquis de la confiance en moi et je suis devenue plus à l'aise.

Comme j'ai analysé dans la deuxième partie, nous avons encore des familles d'achats sur lesquelles nous pourrions faire des améliorations. Même après tout cela, nous pouvons toujours faire du sourcing, standardiser des articles et mettre en place des contrats. L'important est de garder un esprit analytique et de ne pas se contenter de l'état actuel.

⁹ Annexe 2

Bibliographie

COMINOTTI, E. (s.d.). *Le benchmarking au service des achats*. Consulté le juin 24, 2014, sur inotti:
http://projets.binzdinotti.com/redactionnel/benchmarking_au_service_des_achats_1.htm

DELANGLE, S. (2007, septembre). Comment manager la relation client fournisseur dans le cadre d'un desengagement. Grenoble, Isère, Rhône-Alpes.

E.ON. (s.d.). *Les sites d'E.ON France*. Consulté le juin 12, 2014, sur E.ON France:
<http://www.eon.fr/fr/qui-est-eon/nos-activites/les-sites-deon-en-france.html>

Logimatiq Système. (s.d.). *Distributeur automatique d'équipements de protections individuelles*. Consulté le juin 12, 2014, sur Logimatiq système:
<http://www.logimatiq.com/produits/distributeur-epi>

LORNE, D. (2009, novembre). Quelles ressources en biomasse pour un système énergétique durable ? Rueil Malmaison, Hauts-de-Seine, Île-de-France. Récupéré sur IFP énergies nouvelles.

Wikipédia. (s.d.). *Benchmarking*. Consulté le juin 24, 2014, sur Wikipédia:
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Benchmarking>

Wikipédia. (s.d.). *Viessmann*. Consulté le juin 24, 2014, sur Wikipédia:
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Viessmann>

Wurth France. (s.d.). *Wurth en bref*. Consulté le juin 25, 2014, sur outillage et matériel pour les professionnels - Wurth France: <http://www.wurth.fr/web/fr/wurthfr/index/index.php>

PROJET MISE EN PLACE DES DISTRIBUTEURS EPI

Définition des articles

- Les consommables sélectionnés sont les suivants :
- -EPI : chaussures, gants, masques, combinaisons, lunettes, casques, outillages, colles, divers produits de quincaillerie...
- -Produits de nettoyage : non dangereux
- -Matériel de soudure : électrodes...
- -Robinetterie : raccords, mamelons, coudes, petits robinets...
- -Boulonnerie : vis, écrous, rondelles...
- -Transmission : roulements, courroies, joints...
- -Divers...

Situation actuelle

- Nombre d'articles consommés chez Orexad année 2013 : 1252 articles
- Articles identifiés pour la distribution automatique : 461 articles
- Coût annuel : 187637 euros

Avantages

- Réduction de la consommation (20% à 30%)
- Gestion des consommations par service (meilleure traçabilité/contrôle)
- Diminution du nombre de commandes (gain de temps pour acheteurs)
- Diminution du nombre d'emplacements dans le magasin
- Diminution du nombre de réceptions et de distributions (gain de temps pour les magasiniers)
- Service 100% 24H/24H 7J/7J, prévention des incidents

Inconvénients

- Risque de vol et de casse
- Risque d'erreur du nombre d'article à stocker au démarrage de la distribution automatique
- Réactions probables négatives du personnel (bonne communication à faire)

Calcul des gains

- Baisse dans les consommations (estimation moins 25%) :
- $187638 \times 25\% = 46910\text{€}$
- Economie des frais administratifs (coût de passation d'une commande) :
- $471 \text{ cdes} \times 50 \text{ euros} = 23550\text{€}$
- Total : 70460 euros/an

□ Statistiques de 2013
□ Site CBH

Calcul des dépenses

- Pour 2 distributeurs :
- Loyer : $300 \times 2 \times 12 = 7200\text{€}$
- Réapprovisionnement et remplissage hebdomadaire : $120 \times 2 \times 52 = 12480\text{€}$
- Installation : $500 + 330 = 830\text{€}$
- Total : 20510€/an

Résultat

- Gain : 49 950 euros
- Soit 26,6%
- Il est à noter que ce système de distribution peut s'appliquer à l'ensemble des consommables gérés dans nos magasins

SNET

Meyreuil, le 16 juin, 2014

SERVICE ACHATS

Réf. CEH/PRO 2014/ 06 /L

Objet : Demande d'offres pour : Fournitures industrielles pour les sites de la Centrale Emile Huchet située 57500 St. Avold et Centrale de Provence située 13590 Meyreuil.

Procédure négociée.

Date limite de réponse : 08.07.2014

Messieurs,

1 – OBJET DE L'APPEL D'OFFRES

La présente demande d'offres a pour objet de confier l'ensemble des fournitures industrielles pour le site de la centrale de Emile Huchet et celui de la centrale de Provence.

Nous vous demandons de bien vouloir nous faire parvenir dûment complété les tableaux en annexes mentionnant la listes des fournitures utilisées sur nos sites

Les consommations sont données à titre indicatifs et ne représentent en aucun cas un engagement de la SNET.

Vous aurez à chiffrer cette fourniture en respectant la référence et la marque.

Vous pourrez toutefois établir une proposition de fournitures similaires uniquement en insérant une colonne en option.

Variante, en tant que professionnels, nous souhaitons que vous puissiez nous proposer un système de distribution automatique ou éventuellement un autre type de gestion optimisée. Vous aurez à identifier les articles avec des quantités correspondantes pour le type de gestion choisie.

Bien entendu, vous mentionnerez le coût de la gestion proposée.

2 – CRITERE DE SELECTION

Seuls les Fournisseurs dont l'offre technique satisfait à nos besoins seront jugés recevables pour les négociations commerciales.

Le choix du Fournisseur sera donc effectué sur les critères suivants :

Articles avec références et marques actuelles, 20% ;
Mode de gestion, 15% ;
Délai de mise à disposition du mode de gestion proposé, 5%
Date de paiement (livraison ou consommation), 10%
Prix, 50%
Bonus 10% fourniture de la totalité des articles.

3 – REMISE DES OFFRES

Les offres seront remises en 2 exemplaires, sous double enveloppe cachetée exclusivement à l'adresse suivante, avec la mention :
« Fournitures industrielles la SNET»

SNET
SCE ACHATS
CENTRALE DE PROVENCE
BP 26
13590 MEYREUIL

et ce au plus tard le 08 juillet, 2014.

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distingués.

Service ACHATS SNET

Luna Xinran YI
04 42 65 71 51

PJ : listes articles CEH et Provence