



95% des entreprises n'utilisent pas encore suffisamment le numérique dans leur chaîne d'approvisionnement

Quelque 8 entreprises sur 10 ont toutefois conscience de l'avantage coûts et du gain de rentabilité que génère la numérisation (étude DHL)

- Les analyses *big data*, les applications dans le cloud et la nouvelle robotique sont les avancées technologiques appelées à changer le visage de la chaîne d'approvisionnement.
- Le développement des nouvelles technologies est si rapide que les entreprises éprouvent des difficultés à suivre les innovations et les pratiques d'excellence.
- Quelque 80% des entreprises ont conscience du potentiel des technologies de l'information en matière d'économie de coûts, mais pointent les défis organisationnels comme obstacles à leur déploiement.

Bruxelles, 12 avril 2018 – La révolution numérique métamorphose la chaîne d'approvisionnement. Portée par l'émergence de nouvelles technologies, telles que la nouvelle robotique, l'intelligence artificielle, les véhicules autonomes, le blockchain, les mégadonnées et les nouveaux capteurs, cette révolution est en marche et représente un défi pour toutes les entreprises du secteur. Quelque 95% des entreprises reconnaissent ne pas utiliser suffisamment ces nouvelles technologies dans leurs activités et stratégies de chaîne d'approvisionnement. Voilà une des conclusions principales d'une étude menée par Iharrington Group LLC pour le compte de DHL Supply Chain auprès de 335 professionnels *supply chain & operations* actifs dans différents secteurs, dans le monde entier.

Les avantages du numérique encore sous-utilisés

Pas moins de 95% des répondants à l'étude de DHL reconnaissent que leur entreprise ne tire pas encore suffisamment profit des multiples atouts des nouvelles technologies physiques et analytiques, telles que les analyses *big data*, l'intelligence artificielle, le blockchain et la robotique. En d'autres termes, le potentiel de ces évolutions technologiques reste sous-utilisé dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises.

Selon les répondants, les analyses *big data* représentent la principale solution dans la sphère analytique. Ils sont 73% à indiquer que leur entreprise a déjà investi dans cette technologie. Les applications dans le *cloud* (63%), l'internet des objets (54%), le blockchain (51%), l'apprentissage



machine (46%) et l'économie collaborative (34%) sont, selon les répondants, les principales autres innovations analytiques dans lesquelles investissent les entreprises. En matière de matériel, les avancées les plus importantes sont la robotique (63%), suivie par les véhicules autonomes (40%), l'impression 3D (33%), la réalité augmentée et les drones (28%).

Les entreprises expérimentent, mais butent sur des obstacles

De nombreuses entreprises testent déjà les nouvelles technologies. Les répondants sont 39% à indiquer que leur entreprise conçoit actuellement une ou plusieurs solutions d'information ou d'analyse ; ce pourcentage chute à 31% pour les applications physiques. Les raisons sous-jacentes de ce faible taux de déploiement sont symptomatiques des scénarios traditionnels des changements organisationnels. En matière d'applications matérielles, 68% des entreprises considèrent la fiabilité comme l'enjeu principal. Elles sont 65% à faire état d'une résistance au changement, suivie par un rendement sur investissement insuffisant ou à trop long terme (64%). À titre de comparaison, pour les solutions d'information et d'analyse, quelque 78% des répondants citent le compartimentage opérationnel et les systèmes existants comme principaux obstacles à l'innovation, suivis par un manque d'expertise (70%).

Quels sont les avantages?

Si les entreprises n'ont pas encore entièrement sauté dans le train de la révolution numérique, elles sont nombreuses (8 sur 10) à en percevoir les avantages. En matière d'applications physiques, 82% des répondants mentionnent la réduction des coûts et le surcroît de rentabilité induits par les nouvelles technologies. En matière analytique, ce pourcentage est de 77%. De nombreuses entreprises ont conscience du potentiel du numérique, mais doivent encore s'inscrire dans cette nouvelle logique, conclut l'étude.

José F. Nava, Chief Development Officer de DHL Supply Chain: *« Il s'agit d'un moment charnière dans le secteur de la chaîne d'approvisionnement. Le modèle traditionnel est en cours de métamorphose, en raison de l'émergence de nouvelles solutions, tant matérielles qu'analytiques. La technologie offre de multiples solutions de réduction des coûts et d'accroissement de la rentabilité, mais elle présente aussi un danger: les entreprises qui ne prennent pas le train en marche risquent d'être définitivement distancées. Chez DHL, nous affinons notre stratégie numérique. Nous nous concentrons sur les innovations qui permettent de résoudre les problèmes clés de l'entreprise ou qui génèrent de nouvelles opportunités. Ainsi, dans nos entrepôts, nous recourons déjà à la réalité augmentée pour accroître l'efficacité de l'order picking, grâce au 'vision picking'. Des robots magasiniers optimisent les temps de picking et aident les collaborateurs humains dans leurs tâches répétitives, telles que l'emballage ou le transport interne. Des robots logiciels se chargent de divers processus de back-office, par exemple. »*

DHL teste le blockchain

La technologie blockchain est un excellent exemple de la voie que DHL cherche à emprunter. En collaboration avec Accenture, DHL teste un concept visant à lutter contre la distribution de médicaments de contrefaçon qui, selon Interpol, tueraient tous les ans un million de personnes.



Dans le cadre de ce test, DHL a recours à la technologie blockchain dans sa chaîne d'approvisionnement pharmaceutique, via un système de sérialisation *track & trace*. Cette solution permet de définir de manière sûre l'identification unique de chaque élément d'un colis pharmaceutique, pendant son trajet dans la chaîne. Cette technologie n'en est qu'à ses premiers pas, mais elle est prometteuse. DHL envisage avec enthousiasme les opportunités que cette solution devrait offrir à ses clients à l'avenir.

John Scherders, CEO Supply Chain Benelux: « *Cette étude offre aux organisations un éclairage précieux sur l'impact des nouvelles solutions numériques sur la chaîne d'approvisionnement. L'ambition de DHL est de proposer dès aujourd'hui les solutions logistiques de demain.* »

La version intégrale du rapport "*Digitalization and the supply chain: Where are we and what's next?*" peut être téléchargée [ici](#).

– **Fin du communiqué**–

Notes à l'attention des médias

1. Quelque 335 répondants actifs dans différents secteurs et implantés dans le monde entier ont participé à l'enquête: automobile, grande consommation, biosciences, technologie, engineering et production.
2. A la question de savoir s'ils recourent à de nouvelles technologies tant physiques qu'analytiques, les répondants n'ont été que 5% à répondre que leurs nouvelles technologies s'appliquent à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, tandis que 95% d'entre eux reconnaissent ne pas encore en exploiter le plein potentiel.
3. À la question de savoir quel est le plus grand avantage généré par les technologies physiques, les répondants sont 82% à avoir cité la réduction des coûts et l'accroissement de la rentabilité. Ce pourcentage est de 77% pour les nouvelles technologies analytiques.

Contact Presse:

Arno Creve, Grayling PR Belgium

Tél. 0472/99 61 58

E-mail: arno.creve@grayling.com

À propos de DHL – Le partenaire logistique du monde entier

DHL est le n°1 mondial de la logistique. Les différentes entités de DHL offrent aux clients leur expertise de la distribution nationale et internationale de colis et de courriers express, de l'e-commerce et des services de *fulfillment*, de fret maritime et aérien, de transport routier et ferroviaire, ainsi que de gestion de la chaîne d'approvisionnement industrielle. Le réseau planétaire de DHL couvre plus de 220 pays et s'appuie sur 360.000 collaborateurs. DHL relie les êtres humains et les entreprises en toute sécurité et fiabilité, au bénéfice des activités commerciales. Par le biais de ses solutions spécifiques pour les marchés émergents et les



secteurs d'activité tels que la technologie, les sciences de la vie, les soins de santé, l'énergie, l'automobile et le détail, ainsi que par son implication sociétale et sa présence affirmée dans les pays émergents, DHL se profile plus que jamais comme 'le partenaire logistique du monde entier'.

DHL fait partie du groupe Deutsche Post DHL. En 2017, le Deutsche Post DHL Group a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 60 milliards d'euros.