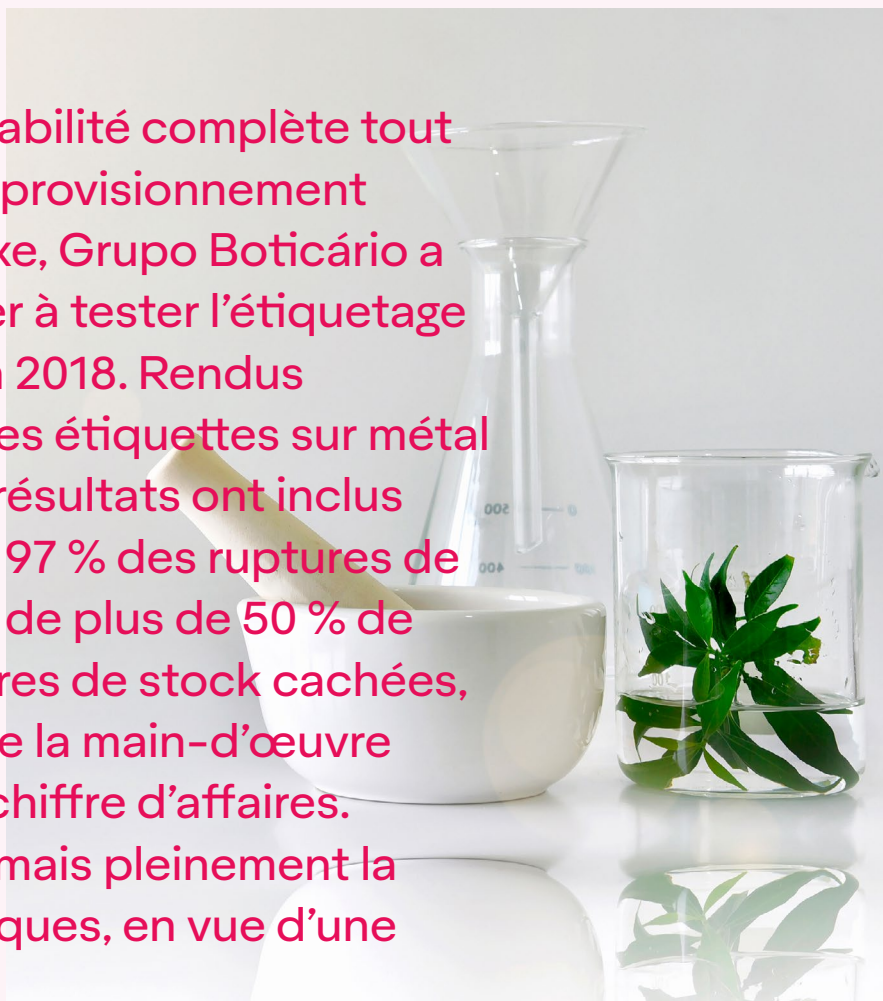


De toute beauté : Avery Dennison aide EY à saisir les avantages de la RFID pour Grupo Boticário

Des étiquettes spécialement conçues pour la beauté, une expertise approfondie et une collaboration exceptionnelle ont fait d'Avery Dennison le partenaire idéal pour le premier déploiement de la RFID dans le secteur de la beauté au Brésil.



À la recherche d'une traçabilité complète tout au long de sa chaîne d'approvisionnement chaque fois plus complexe, Grupo Boticário a fait appel à EY pour l'aider à tester l'étiquetage RFID pendant six mois en 2018. Rendus possibles en partie par des étiquettes sur métal et d'autres solutions, les résultats ont inclus une réduction de jusqu'à 97 % des ruptures de stock, une augmentation de plus de 50 % de l'identification des ruptures de stock cachées, une diminution de 14 % de la main-d'œuvre et une augmentation du chiffre d'affaires. La société déploie désormais pleinement la RFID sur l'une de ses marques, en vue d'une expansion future.



Une entreprise aussi grande que le Brésil

Deuxième plus grande entreprise de cosmétiques du Brésil, Grupo Boticário dispose du plus grand réseau de franchises de beauté au monde. Il est constitué de cinq marques – Boticário, Eudora, Quem Disse, Berenice?, The Beauty Box et Multi B – qui vendent du maquillage, du parfum, des produits de soin de la peau et plus encore. La société gère une chaîne d'approvisionnement complexe, qui comprend des magasins de détail de marque, des canaux en ligne, des ventes directes et des partenariats avec d'autres détaillants. Fondé en 1977, Grupo Boticário est présent dans 12 pays et est en pleine croissance. L'entreprise produit quelque 335 millions d'articles par an dans deux usines du Brésil et expédie chaque jour 100 000 articles, approvisionnant environ 9 000 points de vente au Brésil et à l'étranger.

Le bon moment pour la RFID

Véritable défi pour toute entreprise de beauté, la gestion de la chaîne d'approvisionnement se faisait de plus en plus complexe pour Grupo Boticário, alors même que l'entreprise enregistrait une croissance à deux chiffres en Amérique latine et aux États-Unis. Une mauvaise visibilité et des ruptures de stock, des pertes élevées et une circulation ralentie des produits, ainsi que des données inexactes pour les planificateurs de la demande figuraient parmi les problèmes récurrents. Avec une chaîne d'approvisionnement vouée à devenir chaque fois plus étendue et complexe – et un investissement général dans la croissance – Grupo Boticário a estimé que le moment était venu de passer à un système numérique de gestion de la chaîne d'approvisionnement qui pourrait

fournir une traçabilité complète au niveau des articles. Ils se sont mis à la recherche de la meilleure technologie pour leurs besoins, en faisant appel aux consultants internationaux EY pour gérer le projet et les conseiller.

Après avoir évalué plusieurs options – y compris l'identification visuelle par infrarouge, ultrasons, vidéo et codes-barres 2D – EY et Grupo Boticário ont vu dans la RFID la solution la plus susceptible de répondre à leurs besoins. Se reposant sur une équipe pluridisciplinaire forte d'effectifs provenant des services de logistique, opérationnels et d'autres départements de l'entreprise – et avec le soutien crucial de la direction de l'entreprise, l'équipe chargée du projet a priorisé dix cas d'utilisation de la RFID et a entrepris de les tester lors d'un projet pilote de six mois qui a commencé à recueillir des données au troisième trimestre 2018.

De toute beauté

Avery Dennison aide EY à saisir les avantages de la RFID pour Grupo Boticário

Le choix d'Avery Dennison

Le suivi par RFID commence par l'étiquette – dans ce cas-ci, un inlay UHF auto-adhésif à ultra-haute fréquence, contenant une antenne et une puce, codé avec un identifiant numérique unique. Bien que l'entreprise ait mis l'accent sur une approche « neutre » pour choisir sa technologie, le choix d'Avery Dennison pour la fourniture des étiquettes RFID est apparu comme une évidence, explique Fabiano Negrão, directeur général d'EY Brasil qui a géré le projet pilote de Grupo Boticário.

« Nous recherchions des fournisseurs d'étiquettes spécialisés dans le secteur de la beauté, qui avaient développé des étiquettes pour des produits de beauté. J'ai discuté avec Avery Dennison lors d'un salon professionnel et j'ai vite vu qu'ils comprenaient non seulement la beauté, mais qu'ils avaient conçu des produits spécialement pour les emballages de ce secteur. Ils ont aussi été très intéressés



par notre démarche et n'ont pas caché être bien positionnés pour accorder toute leur attention à notre équipe. Leur grande expertise a également constitué un argument de poids, non seulement sur le plan technique, pour les besoins du projet pilote, mais aussi pour donner à la direction de Boticário l'assurance que nous allions travailler avec une entreprise engagée et experte en RFID pour le secteur de la beauté. Une visite du vice-président et directeur général d'Avery Dennison en charge de la RFID aux cadres supérieurs de Boticário n'a fait que confirmer l'engagement de l'entreprise.

Les étiquettes Avery Dennison sont spécialement conçues pour être apposées sur des emballages métalliques et des emballages contenant des liquides, ce qui contribue à en faire une solution idéale pour le secteur de la beauté. Elles peuvent donc être lues en parallèle rapidement et de manière fiable, pour identifier les articles individuels non seulement dans les environnements denses de commercialisation, typiques des détaillants du secteur de la beauté, mais également au niveau du carton, lorsque les produits quittent le point de distribution et arrivent en magasin. Avery Dennison a été le premier fournisseur de supports RFID à proposer une étiquette sur métal dotée de ces fonctionnalités à un prix accessible pour l'étiquetage de gros volumes.

« Nous avons testé des étiquettes sur métal d'autres sociétés, mais celles d'Avery Dennison étaient les meilleures », a déclaré M. Negrão. « Elles étaient plus petites et plus performantes. » L'équipe du projet a choisi différents modèles d'étiquettes d'Avery Dennison : AD-456u8 pour les produits métalliques, AD-301r6 pour l'étiquetage à usage général et AD-160u7 pour les liquides et les emballages cosmétiques types, y compris les tubes de rouge à lèvres et les crayons.

Une présence mondiale – avec notamment une équipe locale au Brésil en plus des centres de R&D, de fabrication et de distribution du monde entier – a également joué un rôle dans la décision de Grupo Boticário d'opter pour les étiquettes et les imprimantes d'Avery Dennison. Fabiana Wu, responsable du développement commercial d'Avery Dennison pour l'Amérique latine et directrice de l'équipe brésilienne d'Avery Dennison, a déclaré que la portée mondiale de l'entreprise s'est avérée inestimable.

Avery Dennison a été le premier fournisseur de supports RFID à proposer une étiquette sur métal dotée de ces fonctionnalités à un prix accessible pour l'étiquetage de gros volumes.

« Nous avons pu soutenir Boticário avec nos effectifs sur le terrain au Brésil, des interlocuteurs qui parlaient la même langue et comprenaient le pays, son paysage commercial et ses réglementations », a-t-elle expliqué. « Nous avons par ailleurs pu tirer parti de l'expertise de certains volets de notre activité en dehors du Brésil pour répondre aux besoins du client à mesure qu'ils se présentaient. »

Ainsi, lorsque Grupo Boticário a rencontré des problèmes d'impression d'étiquettes au début du projet pilote, des experts en impression d'une autre unité commerciale d'Avery Dennison ont été appelés à la rescousse et ont résolu le problème de manière transparente.

Avery Dennison aide EY à saisir les avantages de la RFID pour Grupo Boticário

«
Le calendrier s'annonçait difficile, mais Avery Dennison est parvenu à exécuter et livrer les commandes au plus vite.
»

Fabiano Negrão, directeur général d'EY Brasil

Pose des fondations

Avant de lancer le test pilote, l'équipe de projet EY / Grupo Boticário a conçu l'infrastructure informatique nécessaire, en choisissant d'élaborer un système séparé basé sur la RFID pour les besoins du test, afin de permettre de comparer ses performances avec celles du système existant de l'entreprise. Les applications des centres de distribution et des magasins tournaient avec un intergiciel hébergé sur les serveurs de Grupo Boticário, tous les processus de centre de distribution et les magasins fonctionnant sur le même logiciel intermédiaire. Des lecteurs fixes ont été utilisés pour scanner les étiquettes RFID dans les centres de distribution et dans les magasins, le personnel utilisait des lecteurs portables pour le suivi des stocks et des tablettes en caisse. Les tests ont respecté les normes EPC UHF de GS1.

L'équipe a également testé de manière approfondie le positionnement des étiquettes sur plus de 2 000 UGS et plusieurs types de produits. Ils l'ont évalué dans différentes conditions, en collaborant avec les créateurs d'emballages de Grupo Boticário pour arriver à des emplacements d'étiquettes optimisant le rapport entre fonction et esthétique. Des tests supplémentaires menés par les experts techniques d'Avery Dennison ont encore contribué à renforcer la confiance. Ensemble, ils ont désormais étiqueté plus de 1,2 million d'articles.



Tous ces tests minutieux ne laissaient parfois que peu de temps pour la commande d'étiquettes. Comme le reconnaît M. Negrão, « le calendrier s'annonçait difficile, mais Avery Dennison est parvenu à exécuter et livrer les commandes au plus vite. »

Si la distorsion des stocks tourne généralement autour de 35 % dans le secteur de l'habillement, elle atteint ou dépasse les 50 % dans celui de la beauté.

35%

50%

Début des tests

Des étiquettes RFID sont apposées sur chaque article pour améliorer la visibilité en magasin. Elles peuvent être lues en rayon, en réserve, en point de vente et même à la sortie des magasins. Ces mêmes étiquettes au niveau des articles peuvent également conférer de la visibilité aux articles individuels passant de l'étape de fabrication à la chaîne d'approvisionnement.

Dans le cadre de ce projet pilote, le marquage RFID a eu lieu vers la fin du processus de sortie de l'un des centres de distribution de Grupo Boticário. Les collaborateurs de ce centre ont commencé par enregistrer chaque carton d'expédition et chacun des produits à l'intérieur en scannant leur UGS dans une base de données. Ensuite, ils ont imprimé des étiquettes RFID associées à chaque UGS sur des imprimantes Avery Dennison ADTP1, avant d'appliquer les étiquettes sur les cartons et les articles qu'ils contenaient.

Enfin, chaque carton a été vérifié avant l'expédition pour s'assurer qu'il y avait bien une étiquette RFID pour chaque UGS enregistrée. (Dans le cadre du projet pilote, l'équipe a également testé l'étiquetage à la fin d'une ligne d'emballage dans une usine de Grupo Boticário et là encore, comme dans les centres de distribution, elle a pu scanner plusieurs centaines d'articles dans un seul carton en quelques secondes.).

Les cartons ont été expédiés dans quatre magasins – deux commerces de détail et deux de gros vendant des produits aux représentants des ventes directes de l'entreprise.



En magasin, le système RFID a été appliqué pour améliorer cinq processus: la réception des marchandises, le réapprovisionnement des rayons, le comptage des stocks, le passage en caisse et la planification de la demande.

Les employés des magasins ont immédiatement constaté des améliorations : les marchandises reçues pouvaient être enregistrées plus rapidement et plus précisément, les employés pouvant enregistrer tous les articles d'un carton d'un simple clic de scanner à l'extérieur de la boîte, plutôt que d'ouvrir le carton pour enregistrer chaque article, un par un. L'inventaire pouvait être catégorisé dans la base de données du magasin comme « arrière du magasin » ou « avant du magasin », permettant de déterminer d'un coup d'œil quand réapprovisionner les rayons et de suivre chaque déplacement de marchandises de l'arrière vers l'avant. Des alertes sur les produits à la date d'expiration imminente ont permis au personnel de proposer des remises sur ces articles et de les vendre ainsi dans les temps, avec à la clé une augmentation des revenus et une réduction du gaspillage. Aux caisses, plusieurs produits pouvaient désormais être scannés en même temps, plutôt qu'article par article. Et le comptage de l'inventaire ne prenait plus qu'une fraction du temps nécessaire avec l'ancien système de codes-barres, avec une plus grande précision de surcroît. Les planificateurs ont ainsi reçu de meilleures informations qui leur ont permis de commander les bons produits pour le réapprovisionnement et de mieux prévoir les ventes.

Le comptage de l'inventaire ne prenait plus qu'une fraction du temps nécessaire avec l'ancien système de codes-barres, avec une plus grande précision de surcroît.

«
Les marchandises reçues pouvaient être enregistrées plus rapidement et plus précisément, les employés pouvant enregistrer tous les articles d'un carton d'un simple clic de scanner à l'extérieur de la boîte plutôt que d'ouvrir le carton pour enregistrer chaque article, un par un.
»



Les résultats

Les résultats du projet pilote ont dépassé les attentes. Les ruptures de stock, qui devaient diminuer de 50 %, ont été réduites de 78 à 97 % dans les magasins participants. L'identification des 'ruptures de stock cachées', c'est-à-dire des ruptures de stock identifiées par la RFID et qui n'avaient pas été détectées par l'ancien système de l'entreprise, a augmenté de plus de 50 %. Les heures de travail liées à la gestion des stocks ont diminué de 14 %, grâce à des processus plus rapides. Et les magasins équipés de la RFID ont enregistré des revenus supérieurs à ceux des commerces sans RFID.

Cette augmentation a été attribuée à l'amélioration de la précision des stocks grâce à la RFID et à la quasi-élimination des ruptures de stock, qui a augmenté la disponibilité des produits en magasin. Tout au long du projet pilote, les étiquettes d'Avery Dennison ont offert un fonctionnement fiable et une lisibilité cruciale pour le secteur de la beauté.

« La qualité était excellente. Nous avons pu lire en moyenne jusqu'à 400 étiquettes à l'intérieur d'une boîte en une seule fois », fait remarquer M. Negrão.

D'après Bob Pernice, Global Director Market Development chez Avery Dennison, les résultats du projet pilote de Grupo Boticário démontrent à quel point la RFID constitue une solution

performante pour les entreprises du secteur de la beauté.

« Le secteur de la beauté découvre ce que le secteur de l'habillement savait déjà : l'étiquetage RFID au niveau des articles augmente considérablement la précision des stocks et le chiffre d'affaires qui en découle », a-t-il ainsi déclaré. « Si la distorsion des stocks tourne généralement autour de 35 % dans le secteur de l'habillement, elle atteint ou dépasse 50 % dans celui de la beauté. En effet, les marques et les détaillants de ce secteur proposent de nombreuses références, avec souvent de faibles profondeurs de stockage dans des environnements en libre-service. En outre, le rétrécissement tend à y être plus élevé.

« Sans compter, dit-il, que les acheteurs sont très fidèles à une marque et à une couleur pour leurs produits de beauté et qu'il y a donc moins de substitution que dans le secteur de l'habillement si un article souhaité n'est pas disponible ».

« Une nuance précise de rouge à lèvres ou de fard à paupières peut facilement se retrouver en rupture de stock sur un présentoir ou un rayon en magasin avant que le système du point de vente ou un collaborateur ne le remarque. Cela représente somme toute des ventes perdues et, pire, des clients déçus, surtout si le détaillant entend proposer son inventaire physique à la vente en ligne. »

Résultats du pilote

↓ 97%

Ruptures de stock

↑ 50%

Identification des ruptures de stock cachées

↓ 14%

Main-d'œuvre

«
Il nous a semblé très utile qu'une
entreprise mondiale aussi respectée
qu'Avery Dennison confirme que nous
faisons les choses correctement.

»



La confiance de collaborer avec un leader mondial

Sur la base des résultats du projet pilote, Grupo Boticário prévoit désormais de déployer la RFID dans l'une de ses marques, englobant 70 magasins, et pourrait explorer davantage l'application de la RFID à la prévention du vol, au contrôle des rappels, à l'intégration des fournisseurs, etc.

Fabiano Negrão d'EY affirme que les étiquettes RFID d'Avery Dennison ont constitué un élément crucial dans la mise en œuvre d'une technologie appelée à transformer l'activité de Grupo Boticário. Selon lui, le service et les connaissances de l'équipe RFID d'Avery Dennison ont joué un rôle tout aussi important.

« Ils ont beaucoup d'expérience avec les déploiements RFID », a-t-il déclaré.

« En plus de l'équipe locale, certains de leurs experts ont fait à plusieurs reprises le déplacement des États-Unis au Brésil. Nous les avons emmenés dans un centre de distribution et dans l'un de nos magasins pour qu'ils puissent voir comment les choses se passaient et exposer leur point de vue. Ils ont assuré que nous étions sur la bonne voie et ont suggéré quelques améliorations – ils ont ainsi confirmé que notre développement logiciel évoluait dans la bonne direction.

Comme l'explique M. Negrão : « Il nous a semblé très utile qu'une entreprise mondiale aussi respectée qu'Avery Dennison confirme que nous faisons les choses correctement. Je pense que nous avons un bel avenir ensemble. »