

PETIT LEXIQUE DE LA « SUPPLY CHAIN »

APS (Advanced Planning and Scheduling System)	progiciel <u>décisionnel</u> intégré qui permet de <u>simuler</u> et d' <u>optimiser</u> la planification et de synchroniser les flux de la chaîne logistique en tenant compte simultanément d'un grand nombre de <u>contraintes</u> (ressources, capacités, délais, coûts).
Back-Office	Par opposition au front-office, ensemble des moyens physiques, humains et système d'information, ainsi que des process permettant le traitement interne des opérations n'impliquant pas des interactions directes avec les clients de l'entreprise
Barème quantitatif	Intégration dans les conditions générales de vente (CGV) de barèmes de coûts logistiques en fonction des quantités commandées et approvisionnées pour tenir compte des économies d'échelle liées à des commandes d'unités logistiques complètes (palettes, camions, containers)
Benchmarking	Méthode d'évaluation économique et technique basée sur la comparaison des pratiques dans un secteur ou une activité donnée avec celles mesurées dans l'entreprise, ayant pour objectif d'améliorer ses performances relatives
BtoB (Business to Business)	Qualificatif d'une relation inter-entreprises
BtoC (Business to Consumer)	Qualification d'une relation créée par une entreprise à destination d'un consommateur particulier
Buy-side (model)	Modèle de site Internet BtoB orienté vers la fonction achat et approvisionnement
Call center	Organisation permettant de gérer à distance les communications provenant des clients ou des fournisseurs
CALS (Computer Aided Acquisition Logistics Support)	Système d'information logistique développé pour les besoins de l'armée américaine et constituant une norme auprès des fournisseurs dont le but est de gérer l'ensemble des matériels et des consommables en utilisant des systèmes de traçabilité et de gestion des stocks et des flux très innovants. Il permet de transmettre l'ensemble des savoir-faire mis en œuvre pour la réalisation d'un produit.
Canal de distribution	Succession d'acteurs économiques qui interviennent pour mettre à disposition de clients finaux les produits finis
Cash and Carry	Canal de distribution dédié aux professionnels ou aux particuliers qui se rendent dans un point de vente, prennent les produits dont ils ont besoin, payent (cash) et emportent tout de suite la marchandise (carry)
Category management	Approche développée par la grande distribution qui permet de créer des catégories de produits en les disposant dans les linéaires et de maximiser les achats induits et les achats effectués dans des univers donnés
CFPR (Collaborative Forecasting and Planning Replenishment)	Système de pilotage collaboratif qui permet d'élaborer les prévisions des ventes, les plannings de production et de distribution pour assurer un reapprovisionnement optimal (moindre coût, meilleur taux de service)
Chaîne de distribution	Entreprise ou enseigne de distribution

Circuit de distribution	Regroupe l'ensemble des canaux de distribution qui peuvent être utilisés par un produit
Classement ABC	Classement de références selon un critère en trois catégories (A, B et C). (Loi de Pareto ou des 20/80) Le critère le plus utilisé en logistique est celui de la rotation des stocks
Click and mortar	En référence aux activités dites brick and mortar, les activités click and mortar associent des activités de commerce électronique à des activités traditionnelles
CMI (Collaborative Managed Inventory)	Forme évoluée du VMI (voir définition) qui met en commun des informations générées par plusieurs acteurs de la chaîne d'approvisionnement pour optimiser la disponibilité des produits pour les clients finaux
Co-buying	Activité révélée par le commerce électronique permettant de grouper plusieurs demandes de clients potentiels pour négocier avec des fournisseurs un achat groupé à moindre coût
Code EAN	Le code EAN est un standard mondial qui permet une identité claire et unique des articles, des unités logistiques et des adresses des partenaires. Ce numéro est lu de manière optique par un scanner par l'intermédiaire de sa forme codifiée. Le code est un système de symbolisation
CRM (Customer Relationship Management)	Littéralement : gestion de la relation client. Domaine d'activité combinant des moyens humains, organisationnels, technologiques et matériels permettant de développer et de gérer la relation entre l'entreprise et sa clientèle (conquête de nouvelles cibles, optimisation de la valeur client, fidélisation...)
Cross-docking	Plate-forme de groupage-dégroupage sans vocation de stockage qui fonctionne en général sur des fenêtres horaires réduites : arrivées de marchandises de n points fournisseurs, regroupement des différentes composantes destinées à un client et expédition des commandes complètes quelques heures plus tard
CtoB (Customer to Business)	Qualificatif d'une relation créée par un client consommateur final à destination d'une entreprise
Cycle client	Il s'agit du cycle de commande depuis la commande du client jusqu'à la livraison du produit à ce client
Cycle industriel	Il s'agit du cycle de production d'un produit depuis l'approvisionnement des composants et sous-ensembles jusqu'au stade de finition et d'emballage
De-copacking	Opération qui consiste à décolliser les unités consommateurs qui avaient été regroupées dans un premier temps
Demand side	Dans l'approche ECR représente la partie aval des chaînes d'approvisionnement en opposition au Supply Side. Cette partie regroupe la gestion des assortiments, la gestion des linéaires, la prise en compte des nouveaux produits, les actions promotionnelles dans le but unique d'accroître la performance commerciale des produits
Design chain ou Design Process	Processus de conception du produit qui est associé au SCM et au CRM dans ce qui est appelé le e-SCM

DLC (date limite de Consommation)	Date limite indiquée sur l'emballage d'un produit au-delà de laquelle il est déconseillé de consommer le produit
DMP (Digital Market Place)	Place de marché électronique regroupant divers acteurs professionnels
DRP (Distribution Resources Planning)	Module aval des systèmes de planification de type MRP, c'est-à-dire outil de planification de la distribution des produits finis dans les canaux de distribution
EAI (Enterprise Application Integration)	Technologie d'intégration des modules ERP et CRM au sein d'une même entreprise et de leur mise en communication au sein des chaînes d'approvisionnement en utilisant les technologies des connecteurs et des bus applicatifs qui permettent de fonctionner en mode synchrone
EAM (Enterprise Asset Management)	Système d'information dont la mission est de gérer et de contrôler les actifs de l'entreprise
EAN (European Article Numbering)	Organisme international de codification qui définit des standards en terme de langage et de système de communication. En France, Gencod (Groupement d'Etudes de Normalisation et de Codification), fondateur d'EAN, est détenu à 50% par les fabricants (Genfa) et à 50% par les distributeurs (Gend)
E-business (e-commerce)	Vente en ligne au consommateur final ou aux entreprises. Il recouvre principalement les activités de vente par Internet mais se réfère également aux activités de vente par EDI, minitel...
ECR (Efficient Consumer Response)	Traduit en français par « Réponse Efficace au Consommateur » ou par « Réactivité au Service du Consommateur ». Il s'agit d'une démarche lancée aux Etats-Unis en 1992 sous l'impulsion du Food Marketing Institute dont l'objectif est de diminuer les coûts de transaction dans les chaînes d'approvisionnement dans le secteur des produits de grande consommation et de dynamiser la performance commerciale de ces produits
EDI (Electronic Data Interchange- Echange de Données Informatisées)	Système d'échange de données normalisé d'ordinateur à ordinateur entre plusieurs entreprises
EDLP (Every Day Low Price)	Engagement d'un producteur qui s'engage auprès d'un distributeur à lui garantir tout au long de l'année le prix le plus bas de manière à ne pas l'inciter à passer des commandes spéculatives qui détériorent le bon fonctionnement de la chaîne logistique
EPOS (Electronic Point of Sales)	Caisse enregistreuse intelligente capable en particulier de gérer les stocks magasins et de proposer des commandes de réassort en étant connectée à des systèmes intégrés de communication
E-procurement	Achat réalisé via un support de commerce électronique
E-retailer	Distributeur détaillant vendant par le biais du commerce électronique sur Internet
ERM (E-business Relationship Management)	Gestion et contrôle de la relation avec les clients dans le cadre du e-business

ERP (Enterprise Resources Planning)	Progiciel de gestion intégrée. Il regroupe sous forme de modules interfacés toutes les applications nécessaires à la gestion de l'entreprise. Par opposition à des progiciels spécifiques, les différents modules d'un ERP bénéficient de principes de base communs (base de données, procédures d'échange d'information...)
E-SCM	Concept en devenir qui associe les 3 pôles SCM, CRM et DC (Design Chain) en utilisant les nouvelles technologies dont principalement celles liées à Internet
ETM (Early To the Market)	Processus qui permet de raccourcir les délais de conception des nouveaux produits et de mise à disposition sur les marchés
Facilities management	Activités qui consistent à prendre en charge pour le compte d'une entreprise qui les délègue, des activités de support dans leur intégralité (exemple : l'exploitation et le support du système d'information)
Feed back	Retour d'information sur un processus ou une activité
Flux poussé/flux tiré	Flux de matière, de composants ou de produits générés par des prévisions. Ils sont « poussés par les prévisions ». Par opposition aux flux qui sont générés par une commande. Ils sont alors conceptuellement « tirés » par la commande client . (Voir Push/pull)
FMCG (Fast Moving Consumer Goods)	Produits de grande consommation caractérisée par la recherche d'une forte rotation de stock
Fourth PL ou 4 PL (Fourth Party Logistics)	Concept de prestataire logistique étendu qui conçoit des solutions logistiques appuyées non pas sur des ressources physiques, car sous-traitées, mais surtout sur des systèmes d'information qui assurent un pilotage intégré du flux
Free rider	Comportement caractéristique d'un acteur économique qui cherche à échapper aux règles acceptées au sein d'un système économique donné. Par exemple, une entreprise qui développe son propre standard de communication et qui cherche à l'imposer aux autres acteurs en refusant d'adopter les standards en vigueur
Front-Office	Ensemble des moyens physiques, humains, système d'information et processus permettant la gestion des interactions directes avec le client (équipe commerciale, call-center, site web, points de vente...)
GMS (Grandes et moyennes surfaces)	Concept développé par l'Institut Français du Libre Service (IFLS) qui regroupe les différentes enseignes ayant adopté et développé des formes de commerce organisées autour principalement du supermarché et de l'hypermarché
GPA (Gestion Partagée des Approvisionnements)	Système de pilotage par lequel le distributeur délègue au producteur le calcul des quantités de réapprovisionnement au niveau de l'entrepôt du distributeur, voire au niveau du linéaire de chaque magasin
Groupware	Système de communication qui facilite au sein d'une même entreprise l'intégration des acteurs par processus clé

Hard discounters	Forme de distribution apparue et développée en Allemagne puis exportée au Benelux avant d'essaimer dans d'autres pays dont la France, dont les caractéristiques principales sont :le nombre limité de références (500), la taille réduite du point de vente (500m2), la localisation dans les centres villes et des prix très bas qui concurrencent les premiers prix des hypermarchés
Horizon gelé	Horizon de temps jusqu'auquel aucune modification ne peut être opérée sur les plannings
Hub	Infrastructure immobilière logistique vers laquelle convergent des marchandises en provenance de multiples destinations et qui expédie ces marchandises une fois triées vers de multiples destinations. Synonyme de plate-forme Le même terme est utilisé pour qualifier un système d'aiguillage de réseaux informatiques
Imput/output	Impulsion donnée en entrée d'un système/résultat fourni en sortie d'un système
Last mile	Ce terme définit dans le domaine du commerce électronique la problématique de la distribution à domicile
LCC (Life Cycle Cost)	Coût complet d'un produit. Il regroupe l'ensemble des coûts imputables à un produit pendant toute sa durée de vie
Make or buy	Choix en matière industrielle entre faire avec ses moyens propres ou acheter directement auprès d'un fournisseur
Marketing channel	Regroupe les notions de circuit, de réseau et de canal de distribution pour définir la stratégie marketing adéquate pour un segment de marché donné
Mass Customisation	Concept de différenciation retardée permettant d'optimiser les logiques de production de masse dégageant des économies d'échelle et de personnalisation des produits en fonction des besoins spécifiques des consommateurs finaux
MDD (Marque de Distributeur)	Produits dont la marque est celle de l'enseigne de distribution qui la commercialise pour développer une image commerciale différenciée de la concurrence et fidéliser les clients à l'enseigne. Ces produits sont fabriqués par des industriels pour lesquels leurs clients distributeurs deviennent également des concurrents
MES (Manufacturing Execution System)	Cet acronyme, inventé par l'AMR Research, désigne des systèmes qui délivrent des informations pertinentes en temps réels sur l'exécution des ordres de fabrication, dans le but de les contrôler depuis leur lancement jusqu'à l'obtention des produits finis et d'optimiser les activités de production.
Middle-office	Ensemble des bases de données permettant d'établir le lien entre le front-office et la back-office
Minimum de commande	Quantité minimale de commande qui correspond souvent à un seuil économique et à une unité logistique de base (palette, colis..)
Mix	Assortiment des produits dans les catalogues ou sur les linéaires

MRP / MRP II

MRP : Materials Requirement Planning

MRP II : Manufacturing Resources Planning

Système de pilotage des flux industriels qui utilise la prévision de la demande pour dimensionner la capacité de production, calculer la charge industrielle, déterminer les flux de trésorerie et planifier les ordres de fabrication et d'achats

NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication)

Regroupe l'ensemble des systèmes, des solutions et des technologies innovants en matière d'information et de communication

Office (mise à l')

Dans l'édition, action d'envoyer aux distributeurs les nouveaux ouvrages dès leur parution mais sans commande explicite de leur part

One to one

Pratique marketing particulièrement développée dans le domaine du commerce électronique et consistant à dédier la relation entre l'entreprise et un client donné (marketing one to one) afin de lui offrir un produit ou un service totalement personnalisé

Picking

Actions de prélèvement des produits dans les entrepôts

PLM (Product Lifecycle Management)

Gestion du cycle de vie du produit en association avec la Design Chain

Plug and play

Systèmes qu'il suffit de brancher pour les rendre opérationnels

PLV (Publicité sur le Lieu de Vente)

Ensemble des moyens de publicité tels que les présentoirs utilisés sur les lieux de vente, en particulier pour les produits nouveaux et les promotions

Post-manufacturing

Concept industriel qui consiste à chercher à intégrer les éléments de personnalisation d'un produit aussi tardivement que possible dans la chaîne de transformation et de mise à disposition d'un produit

Pré-manufacturing

Concept industriel qui consiste à chercher à intégrer les composants élémentaires en sous-ensembles, en amont des usines de manière à éviter le foisonnement des références en approvisionnement

Postponement

Concept industriel qui consiste à chercher à intégrer les éléments de personnalisation d'un produit aussi tardivement que possible dans la chaîne de transformation et de mise à disposition d'un produit

PRM (Partner Relationship Management)

Gestion des relations avec les partenaires de la chaîne de valeur en cohérence avec le supply chain management

Push/pull

Flux de matière, de composants ou de produits générés par des prévisions. Ils sont « poussés » (push) par les prévisions. Par opposition aux flux qui sont générés par une commande client. Ils sont alors conceptuellement « tirés » (pull) par la commande client (Voir flux poussé/flux tiré)

Réseau de distribution

Ensemble des points de vente développés par une enseigne donnée

Reverse logistics

Logistique appliquée aux flux qui vont des marchés vers l'entreprise. Ils concernent essentiellement des flux de retours commerciaux, de récupération d'emballage ou des produits eux-mêmes pour recyclage ou élimination ou encore des stocks de produits délocalisés en quantité trop importante

Risk manager	Responsable dans une organisation en charge de la gestion des risques
Roll	Système d'unité logistique sur roulettes qui remplace la palette et qui permet de déplacer des charges sans engin de manutention. Utilisé dans les magasins de la grande distribution
Roll-on/roll-off	Navire marchand ayant la capacité d'embarquer (roll-on) et de débarquer (roll-off) des camions ou des remorques grâce à l'utilisation de grandes portes en proue ou en poupe des navires
SCE (Supply chain execution)	Progiciels qui rationalisent la totalité du cycle de traitement des commandes (de sa connaissance à la livraison). Ils regroupent 3 fonctions <ul style="list-style-type: none"> ○ la gestion de l'entreposage (WMS pour Warehouse Management System) ○ la gestion des transports (TM pour Transport Management) ○ la gestion avancée des commandes (AOM pour Advanced Order Management)
SCM (Supply Chain Management)	Gestion de la chaîne logistique intégrée depuis le système de planification des prévisions de ventes vers la planification industrielle et la planification des achats puis de la mise en œuvre et du contrôle des flux physiques depuis les fournisseurs jusqu'au client final
Sourcing	Localisation d'un fournisseur d'un bien ou d'un service
SRC (Supplier Retailer Collaboration)	Etude, menée au niveau européen par le Coca-Cola Retailing Group, en parallèle avec l'approche ECR qui étudie les gains potentiels issus d'une collaboration entre producteurs et distributeurs dans le secteur des produits de grande consommation
Supply side	Représente la partie amont des chaînes d'approvisionnement en opposition au Demand side dans l'approche ECR
Time to market	Action de mise d'un produit sur le marché en respectant la date à laquelle on s'était engagé à le lancer
Total Asset Visibility	Visibilité totale sur la valeur des moyens engagés permettant d'avoir une traçabilité des ressources depuis le fournisseur jusqu'à l'utilisateur final
TPL (Third Party Logistics) ou 3PL	Prestataire logistique traditionnel utilisant des ressources physiques pour réaliser sa prestation
Trade-marketing	Reconnaissance par les industriels d'une gestion différenciée des stratégies commerciales et marketing et des organisations des distributeurs. Le Trade-marketing est une étape préalable à l'ECR
Trade-off	Compromis. Ce terme est très souvent utilisé en logistique, discipline par excellence de l'optimisation et du compromis entre des coûts antagonistes ou des objectifs contractidaires
VMI (Vendor Managed Inventory)	Traduit en français par Gestion Partagée des Approvisionnements (GPA). Délégation du distributeur au producteur du calcul des quantités de réapprovisionnement au niveau de l'entrepôt du distributeur, voire au niveau du linéaire de chaque magasin