

Atelier Digital Supply Chain



09 mars 2017

Now



38 ans

Radio



13 ans

TV



4 ans

Internet



3 ans

Ipod



2 mois

Iphone 6

Durée pour équiper 50 millions de consommateurs

Source: Knowledge 2015

Impacts sur les modèles logistiques

- Les optimisations logistiques sont directement liées aux volumes traités.
- Plus on a de volume, plus on peut aller chercher des optimisations ET des exceptions (différenciations).
- En conséquence, un modèle est vrai à un instant 't'
- Il faudra en changer, s'adapter, en fonction du stade de développement de l'entreprise
- Cette situation, la Supply Chain l'a bien comprise, mais le digital amplifie ce phénomène

La recherche de l'optimum

- La fonction logistique se situe naturellement entre la « Production » et le « Commerce »
- Un optimum global est recherché



Standardiser pour produire au meilleur coût

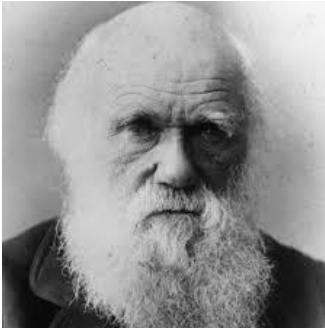


Personnaliser pour mieux vendre

Convictions Suppleo Conseil

- La Supply Chain s'est considérablement développée grâce à la **mondialisation** (demande et sourcing) & aux **Technologies** de l'Information.
- **Le Digital est une lame de fond qui accélère et amplifie ces phénomènes**
- Dans les organisations, cette fonction transverse gagne en visibilité.
- on assiste au passage d'une logistique « **mal nécessaire** » à une logistique « **création de valeur** »
- Les modèles logistiques sont en évolution permanente mais le maitre mot actuel est **AGILITE**

Une citation



Charles Darwin

1809 - 1882

It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent that survives. It is the one that is most adaptable to change

Sources: wrongly attributed to the gentleman but so true

Une (autre) citation



Jeff Bezos

Founder & CEO, Amazon.com

What's dangerous is not to evolve

Qui sommes-nous ?



Cabinet à taille humaine du Nord, Suppleo Conseil a été créé par Sébastien Champetier de Ribes en 2014.

Nous accompagnons depuis cette date des ***enseignes majeures du Retail*** (Bricolage, Automobile, Décoration, Textile, Sport...) dans leurs ***projets de transformation Supply Chain***.

Animé par ses valeurs '***pragmatisme, proximité et indépendance***', Suppleo Conseil s'est spécialisé dans l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement (***APS***) et la mise en place d'une logistique omni-canal (***E-Commerce & OMS***).

La valeur ajoutée du Cabinet se situe également dans le ***lien entre les Directions Métier, IT et Organisation***.



Exemples d'intervention

Mise en place d'outils sur le multi-canal (OMS)

Responsable Appro à temps plein et / ou partagé ou de transition

Mise en place d'ERP, Accompagnement métier et AMOA dans les domaine Achats et Supply Chain



Formation & Recrutement dans les domaine Achats et Supply Chain

Analyse et **refonte des flux** pour baisser les stocks et améliorer la rotation

Mise en place d'indicateurs pour suivre et piloter l'activité

Gestion de projets IT liés à **l'amélioration des stocks**, achats et des prévisionnels (APS)

Mise en place d'un **service approvisionnements**

Programme

- Découverte d'un site

Visite



- Echanger auprès de confrères bienveillants

Atelier



- Prendre du recul & anticiper

Thématiques



Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	

Carte d'Identité du participant type

Business

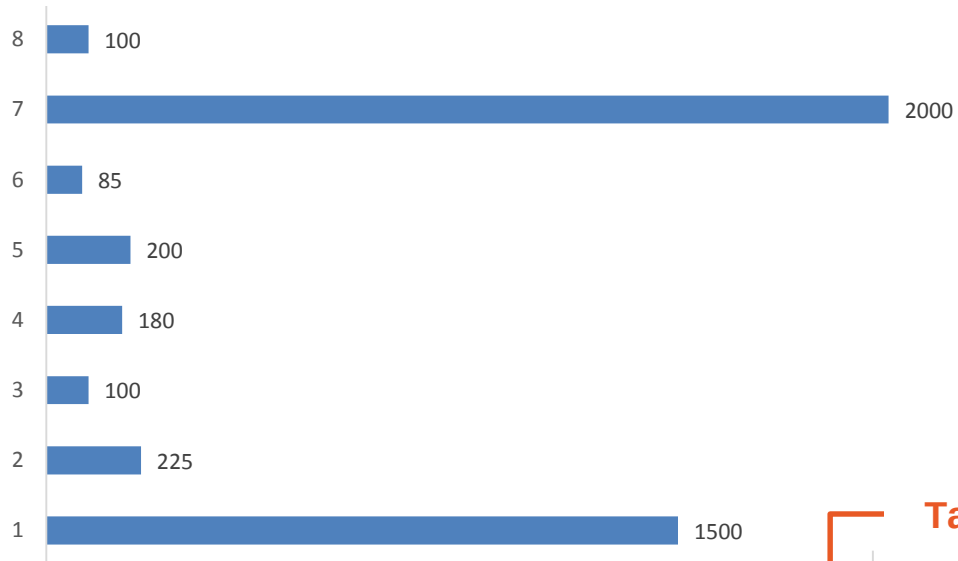
- Marque-enseigne (design et fabrication des produits)
- Magasin de 500 m² avec forte disparité
- Textile Mass Market
- Réseau succursaliste
- Centré sur la France
- Rentable (oui) mais croissance difficile

Opérations & Organisation Web

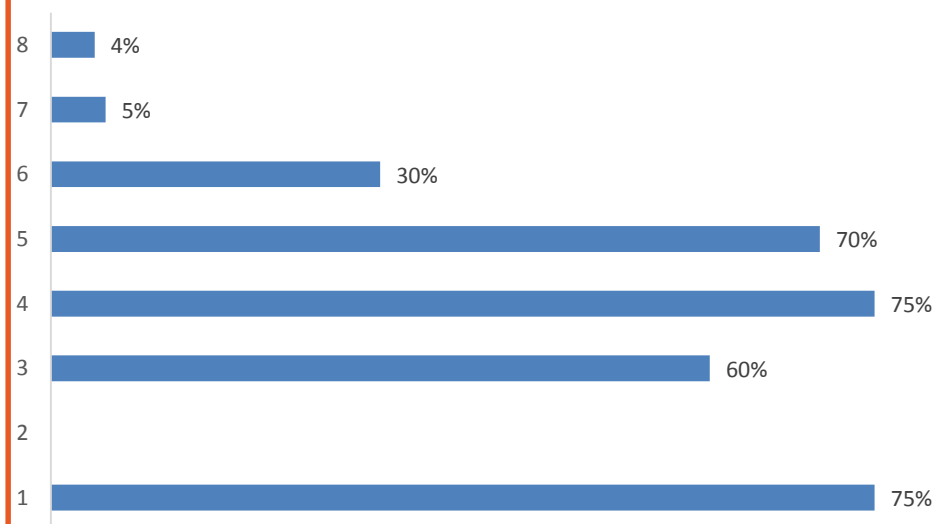
- 2 grandes collections par an + des thématiques commerciales
- 2 mois de stock
- CA Web approx 5% du CA
- 3 à 5 jours annoncés pour mise à disposition client mais délai conservateur
- C&C => 50% des commandes web avec forte disparité

Quelques chiffres (1/2)

Surface magasins

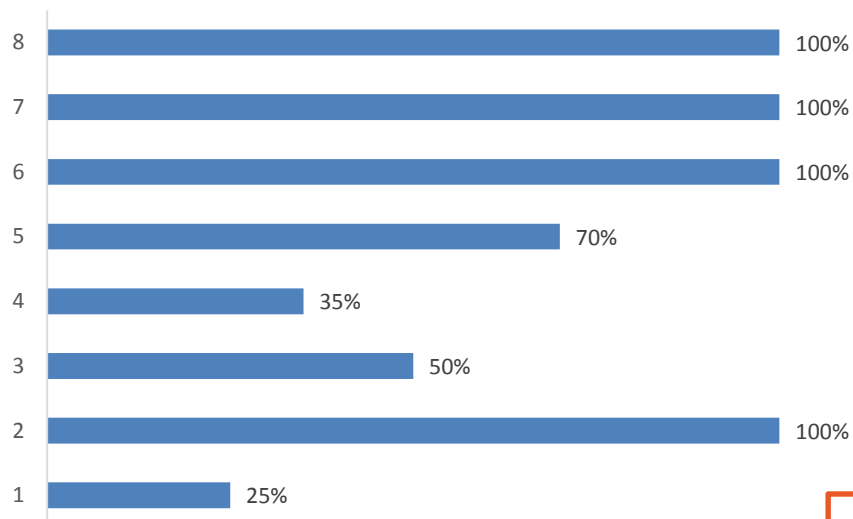


Taux de C&C dans les commandes Web

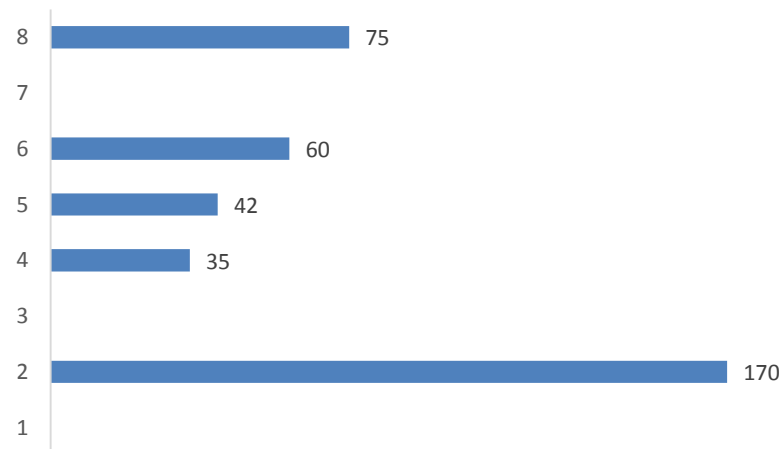


Quelques chiffres (2/2)

Part des colis SKU unique dans les appro.



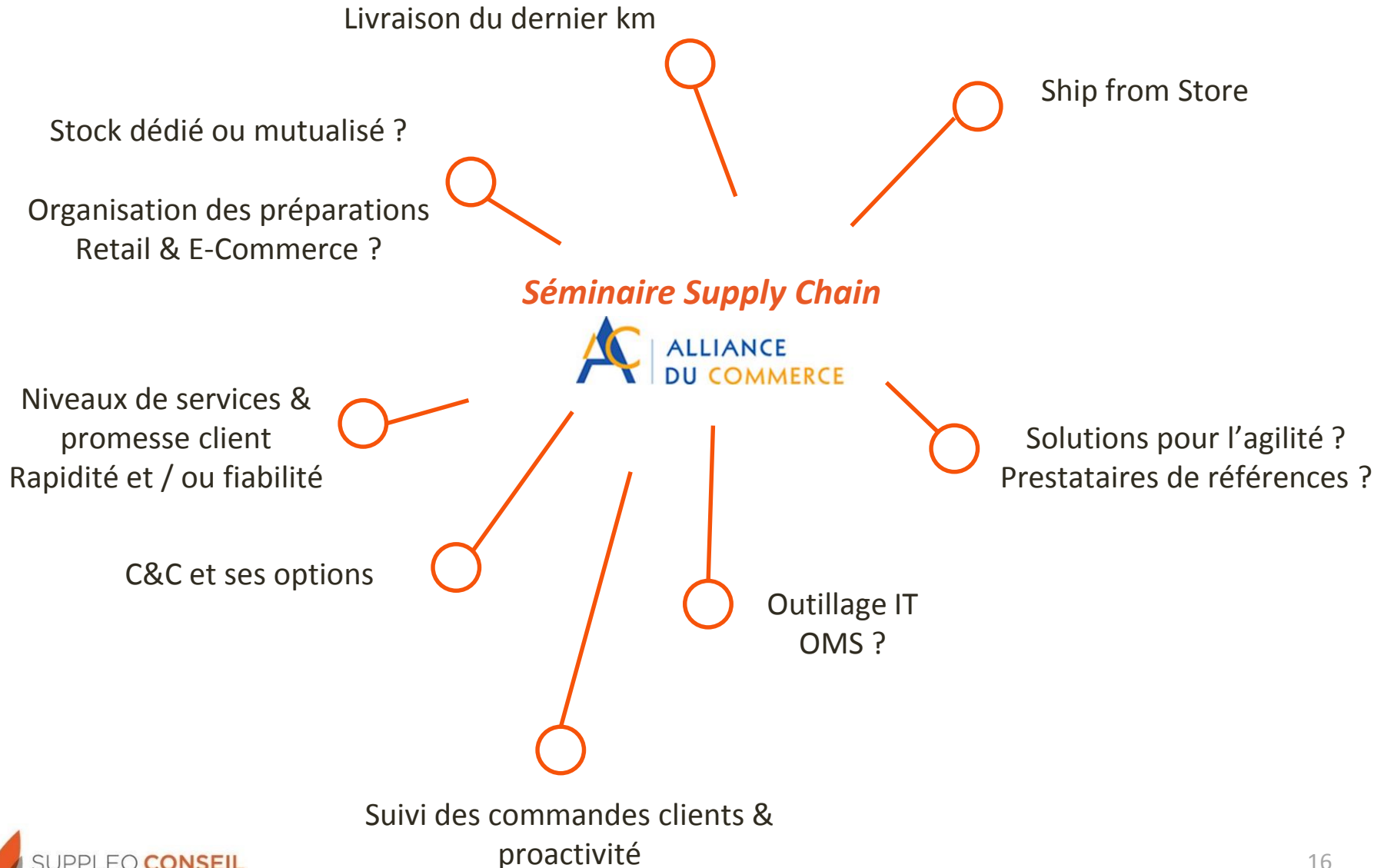
Nb de jours de stock (central + réseau)



Constat partagé

- Sujets omnicanaux dans les projets Supply Chain & IT incontournables
- Assortiment textile commun Web et Magasin
- Mise en place du C&C et de la e-réservation
- Délai de mise à disposition des articles acceptable de plus en plus courts
- Importance du respect de la promesse Client
- 3 à 5 jours proposés
 - délai conservateur
 - quelle attitude adopter?
- Photo des stocks cruciale
 - Actuellement pas visible des consommateurs
 - Réflexion / projets / actions à l'étude ou en cours
- Réflexion Web to Store
- OMS en étude

Sujets à débattre



Les points de discussions

Livraison du dernier km

Ship from Store

Stock dédié ou mutualisé ?

***Organisation des préparations
Retail & E-Commerce ?***

Séminaire Supply Chain



Niveaux de services &
promesse client
Rapidité et / ou fiabilité

Solutions pour l'agilité ?
Prestataires de références ?

C&C et ses options

Outillage IT
OMS ?

Suivi des commandes clients &
proactivité

Stock dédié ou mutualisé

- Différentes situations de stock
 - Stock dédié
 - Stock mutualisé
 - Allocation physique vs logique
- « Cœur du réacteur » pour l'organisation logistique
- Lien entre l'amont et l'aval

• Impact Omnicanal	★ ★ ★ ★ ★
• Niveau de maturité	★ ★ ★ ★ ☆
• Solution standard	★ ★ ☆ ☆ ☆



Stock dédié ou mutualisé

Input

Réseau
Logistique

Entrepôt Web dédié
Entrepôt Central commun
Entrepôt par catégories de
produit ou marque

Logique
d'affectation

Engagement du réseau de franchisés
Stock pour Web; Cohérence d'assortiment
Affectation figée ou régulièrement
« jouée » (quotidien, hebdo...)

Sourcing
Amont

Achat en colis assortis ou
en vrac

Stock Central Dédié ou Mutualisé

Output

Picking
mutualisé

Picking B2B et B2C dans les
mêmes emplacements ou logique
/ fréquence très séparées

Distribution

Options de livraisons
(services, délais, prix)

Les points de discussions

Livraison du dernier km

Ship from Store

Stock dédié ou mutualisé ?

Organisation des préparations
Retail & E-Commerce ?

Séminaire Supply Chain



**Niveaux de services &
promesse client
Rapidité et / ou fiabilité ?**

Solutions pour l'agilité ?
Prestataires de références ?

C&C et ses options

Outillage IT
OMS ?

**Suivi des commandes clients &
proactivité**

Niveaux de services & Promesse Client

- Délai de mise à disposition annoncé généralement entre 3 et 5 jours
- Meilleur délai dans la réalité
- Visibilité correcte pour le Client Web....mais delta avec l'information Magasin (ou l'inverse des fois en cas de C&C)
- Pas de pro-activité vers le Client en cas de retard

• Impact Omnicanal	★★★★☆
• Niveau de maturité	★★★☆☆
• Solution standard	★★★☆☆



Que se passe-t-il ailleurs en Europe ?

Vision E-Commerce



- Délai de livraison extrêmement courts (le Next Day est la règle avec un cut-off à 20h – 22h pour certaines enseignes)
- Livraison 7/7 (miroir du retail + optimisation des outils logistiques)
- Importance majeure du C&C qui rattrape les niveaux français
- En avance dans l'alimentaire



- Taux de retour de 45% dans le E-Commerce Textile
- Tendance vers le Next Day mais pas la norme aujourd'hui

Les points de discussions

Livraison du dernier km

Ship from Store

Stock dédié ou mutualisé ?

Organisation des préparations
Retail & E-Commerce ?

Séminaire Supply Chain



Niveaux de services &
promesse client
Rapidité et / ou fiabilité ?

Solutions pour l'agilité ?
Prestataires de références ?

C&C et ses options

Outillage IT
OMS ?

Suivi des commandes clients &
proactivité

C&C et ses options

- Taux de C&C soit très fort soit très faible
- Marché Français à 65% environ
- C&C en parallèle de la e-réservation
- Vente additionnelle possible mais process peu intégré (dépendante du magasin et non automatique)
- Organisation du magasin impactée

• Impact Omnicanal	★★★★★
• Niveau de maturité	★★★★☆
• Solution standard	★★★☆☆



Cohabitation C&C et e-réservation

e-réservation

Pouvoir mettre de côté de manière fiable un article (avec ou sans paiement)

Rôle logistique du magasin: préparation de commande de l'article et idéalement d'un article de cross-selling.

Egalement proposer un flux d'accueil rapide en caisse

Click & Collect

Processus déjà bien développé (France leader au niveau mondial)

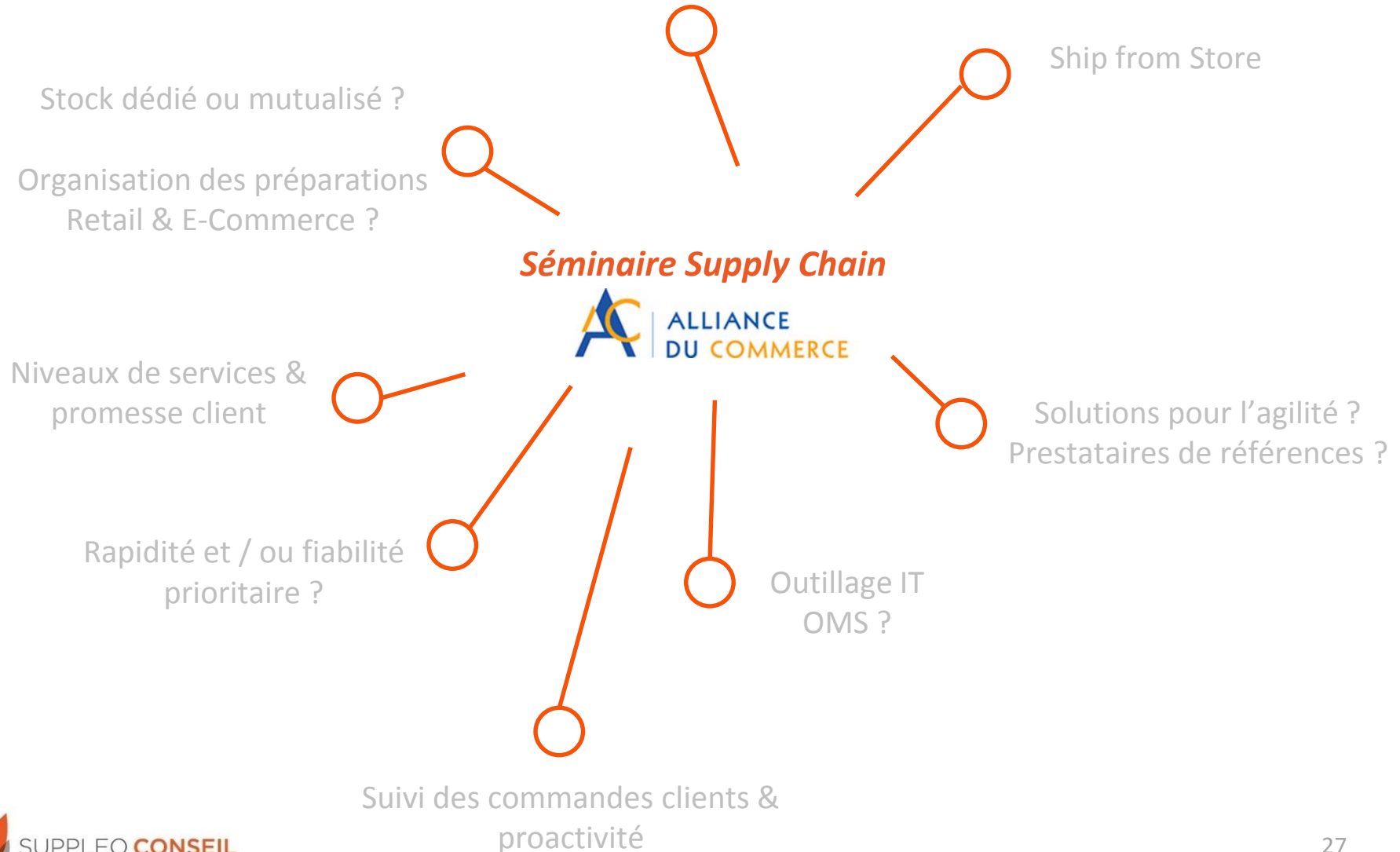
Rôle logistique du magasin: idem réservation

Boutique Nespresso



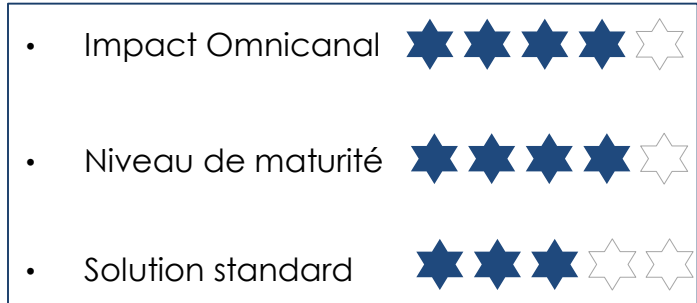
Les points de discussions

Livraison du dernier km



Livraison du dernier kilomètre

- Plusieurs options de livraison
- Intérêt pour ce sujet car impact clients + coûts logistiques
- Marché et solutions en évolution



drones

- Beaucoup de tests & buzz actuellement
- Tous les acteurs veulent être présents: Amazon, Google, DHL...
- Contrainte principale de la promesse rapide n'est pas le véhicule de livraison
- Problématique du nombre de lieu de stockage
- Drones terrestre peut-être sous-considéré actuellement ?



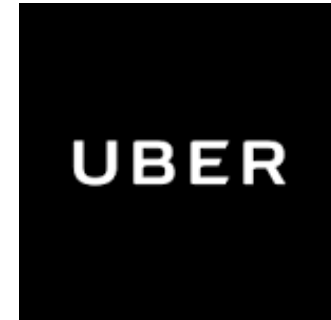
lockers

- **Les +**
 - Rapidité du retrait
 - Image de modernisme pour l'Enseigne
 - Retrait consommateur 24/24 heures et 7/7 jours
 - Retours faciles
- **Les –**
 - Capacité limitée donc gestion des pics difficiles => lockers à intégrer dans une gestion de points relais (attention aux informations clients)
 - Augmentation du taux de retour



Start-ups dernier km

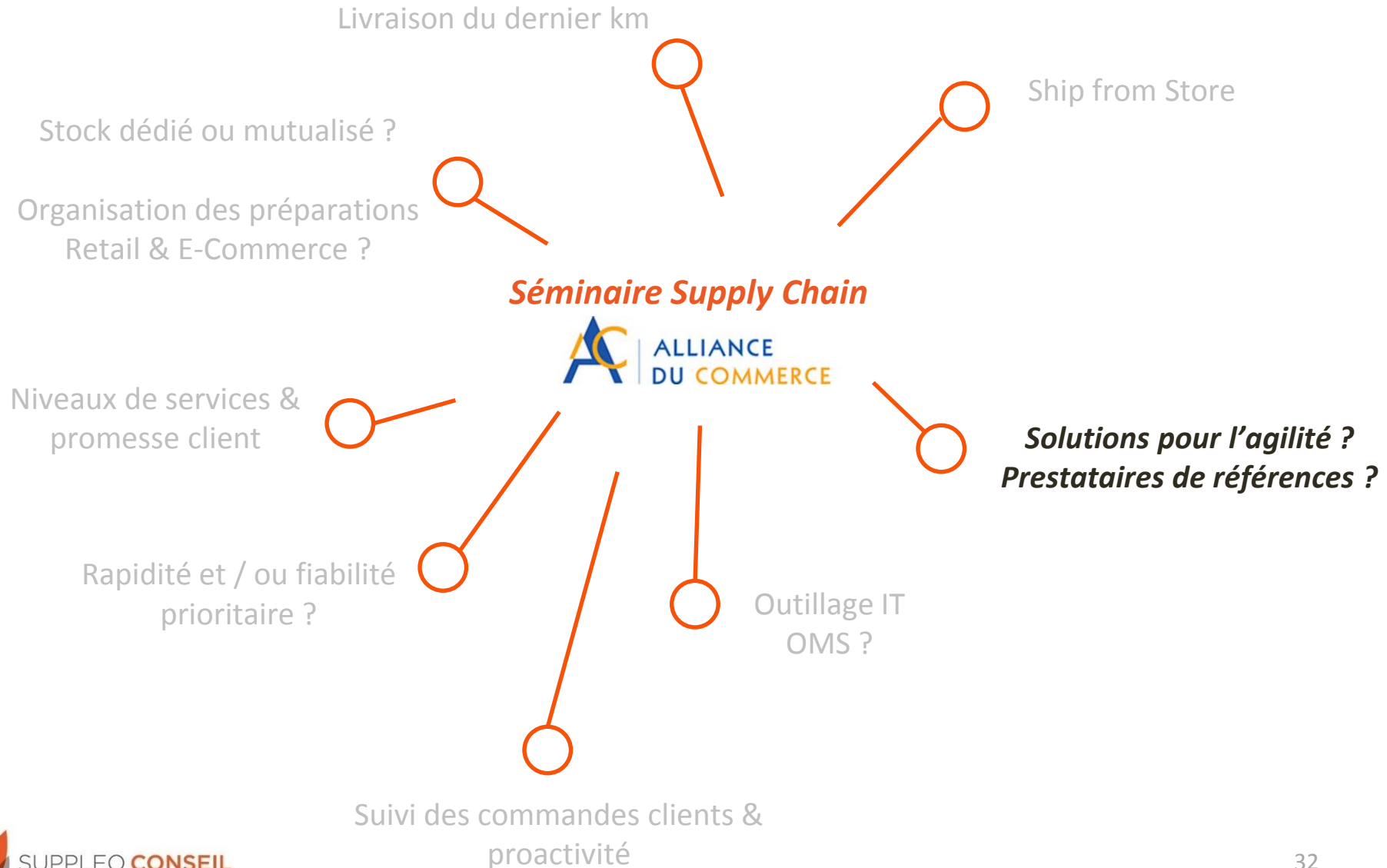
- Forte tendance actuelle et pas seulement dans le colis (i.e. taxi, repas...)
- Enlèvement en local et livraison rapide (ie Stuart dont La Poste a apporté 22 million € au capital puis vient cette semaine de prendre 100% des parts)
- Crowd sourcing possible (i.e. Cocolis, PiggyBee)
- Business de type 'Winner takes all'
- Ne pas oublier le premier kilomètre et le retour

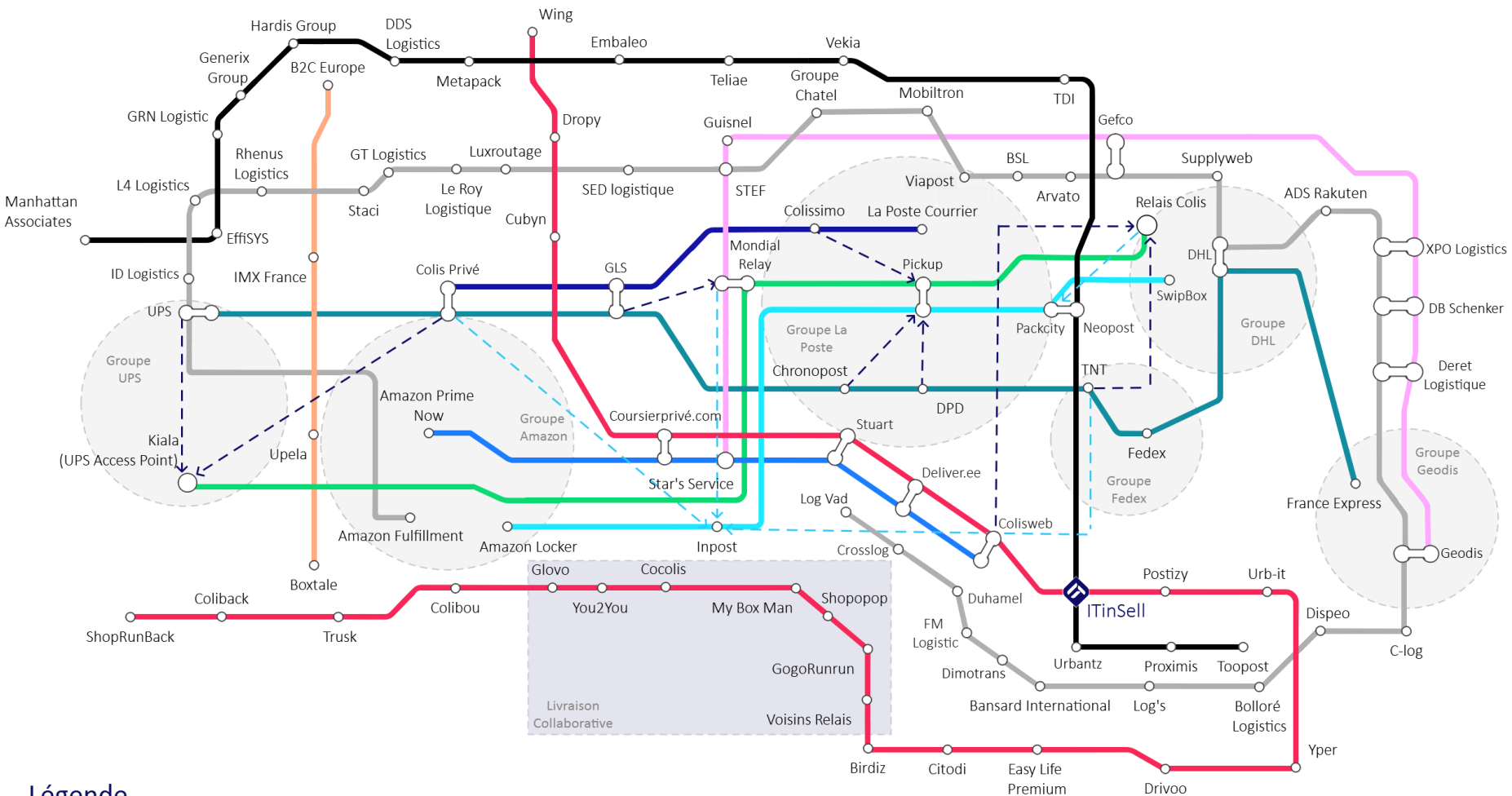


Modèle identique ?
Intermédiaire
Marchand ↔ Consommateur



Les points de discussions





Légende

Transporteurs Relais	Consignes	3 PL Spécialisés E-Commerce
Transporteurs Standards	Transporteurs Express	Partenariat Relais
Transporteurs Same Day	Transporteurs Spécialisés	Partenariat Consignes
Consolidateurs	Nouveaux modèles économiques	Editeurs / 4 PL

LA CARTE DU PAYSAGE E-LOGISTIQUE FRANÇAIS

par  ITinSell

ÉDITION 2017

Lyon - Paris - Lille - London - Barcelona - Berlin - Milano

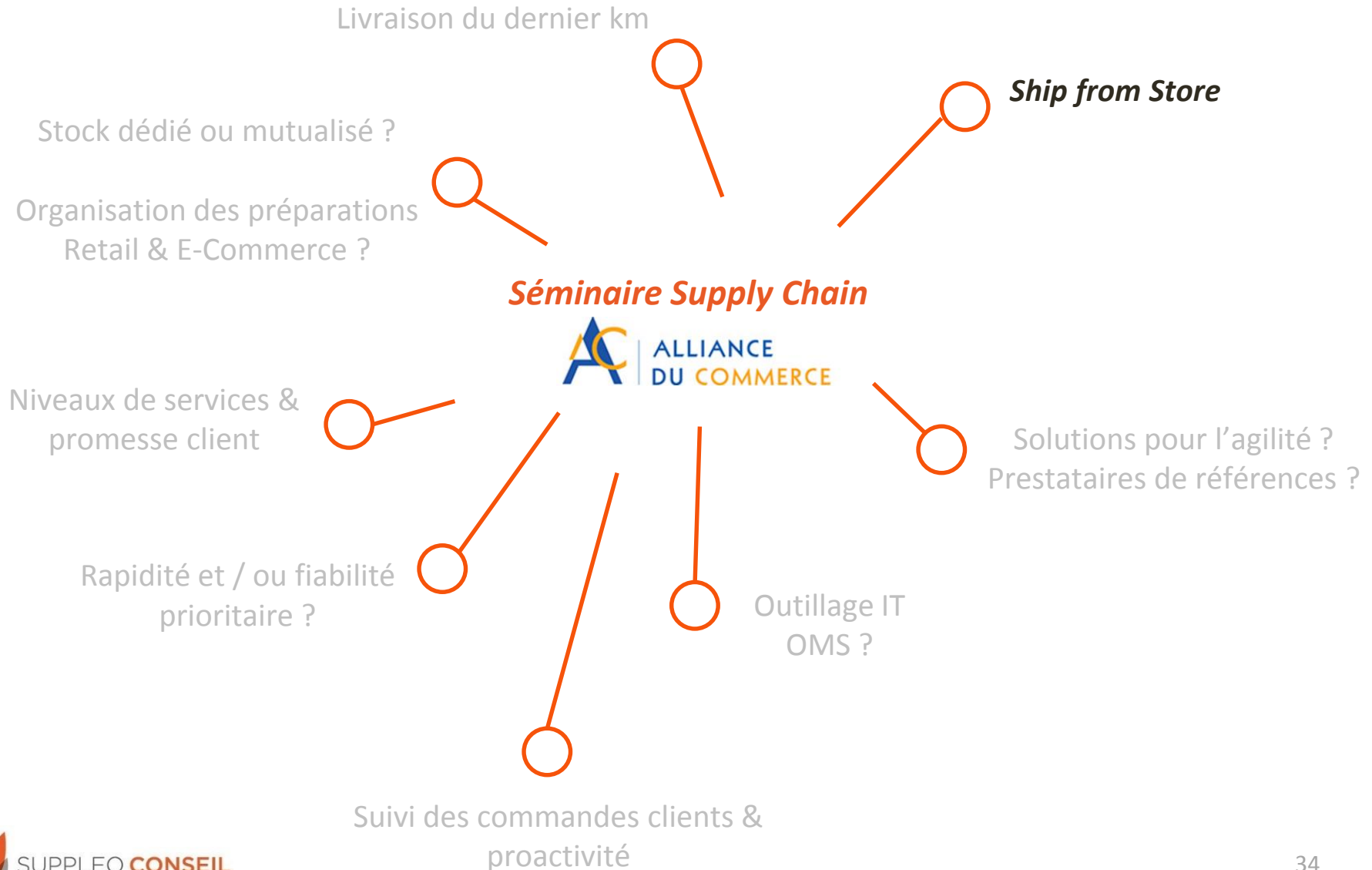
Contact France :

129 Rue Servient, Tour Part-Dieu.

69003 Lyon

ulyse.demurat@itinsell.com | +33 (0)4 30 65 04 10

Les points de discussions



Ship from Store

- Feedback Participants
- Importance de la photo de stock
 - Quelle qualité actuelle => plutôt bonne d'après les participants
- Rôle du magasins
 - Tout le réseau ?
 - Tout le temps ?
- Possible à l'international au lieu d'un entrepôt Web ?

• Impact Omnicanal	★ ★ ★ ★ ★
• Niveau de maturité	★ ★ ☆ ☆ ☆
• Solution standard	★ ★ ☆ ☆ ☆



Convictions Suppleo Conseil

Utile en cas d'équilibrage des stocks ou des collections. Peu d'intérêt à généraliser sur 100% du parc magasin.

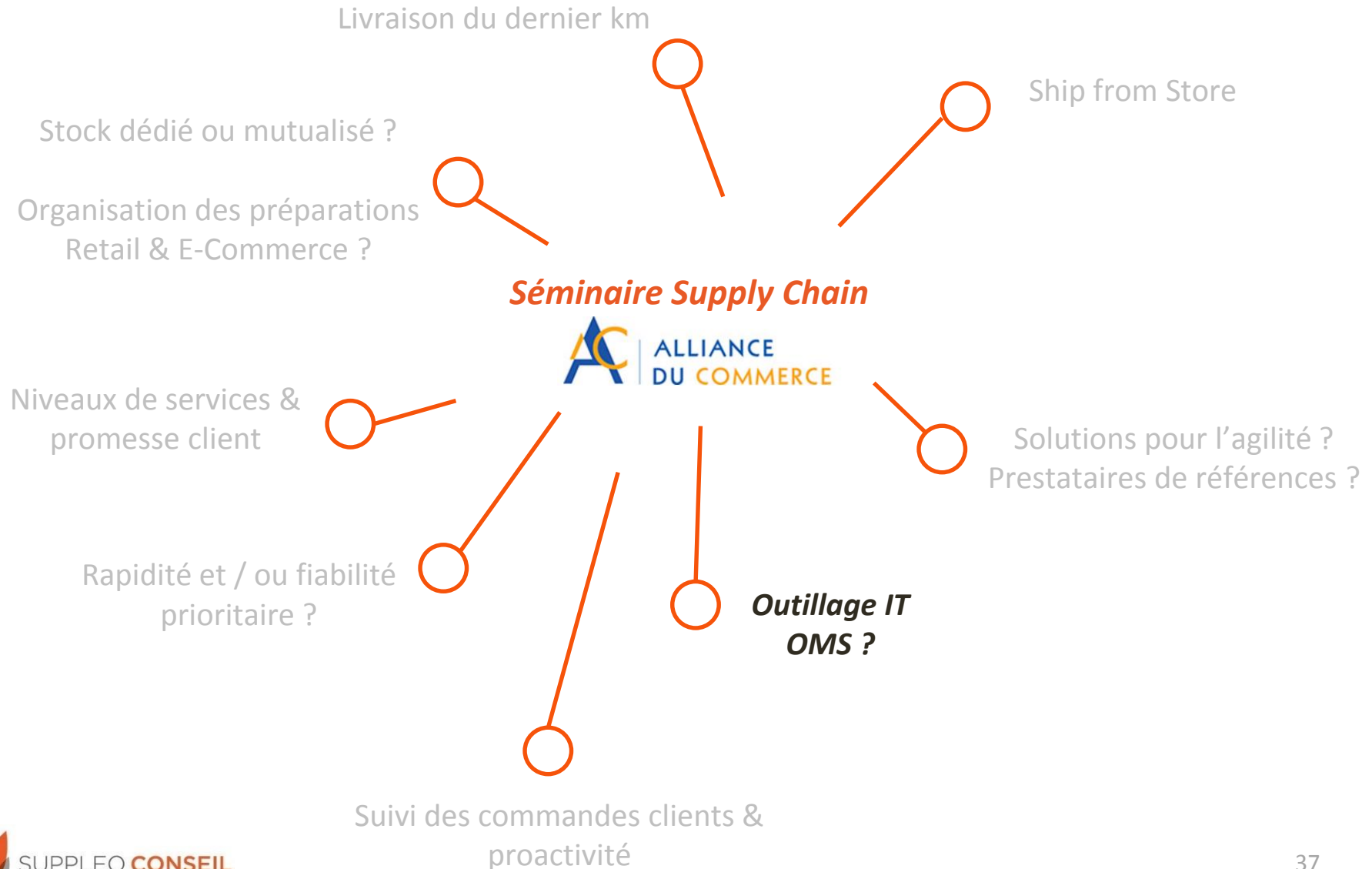
Rôle logistique du magasin: préparation d'une commande à expédier (packaging + étiquette colis), déclenchement d'un enlèvement transporteur et remise à celui-ci.

Egalement, prévoir une analyse du maillage logistique (i.e. mise en place de hub sur agglomération)

Préparation de commande en magasin



Les points de discussions



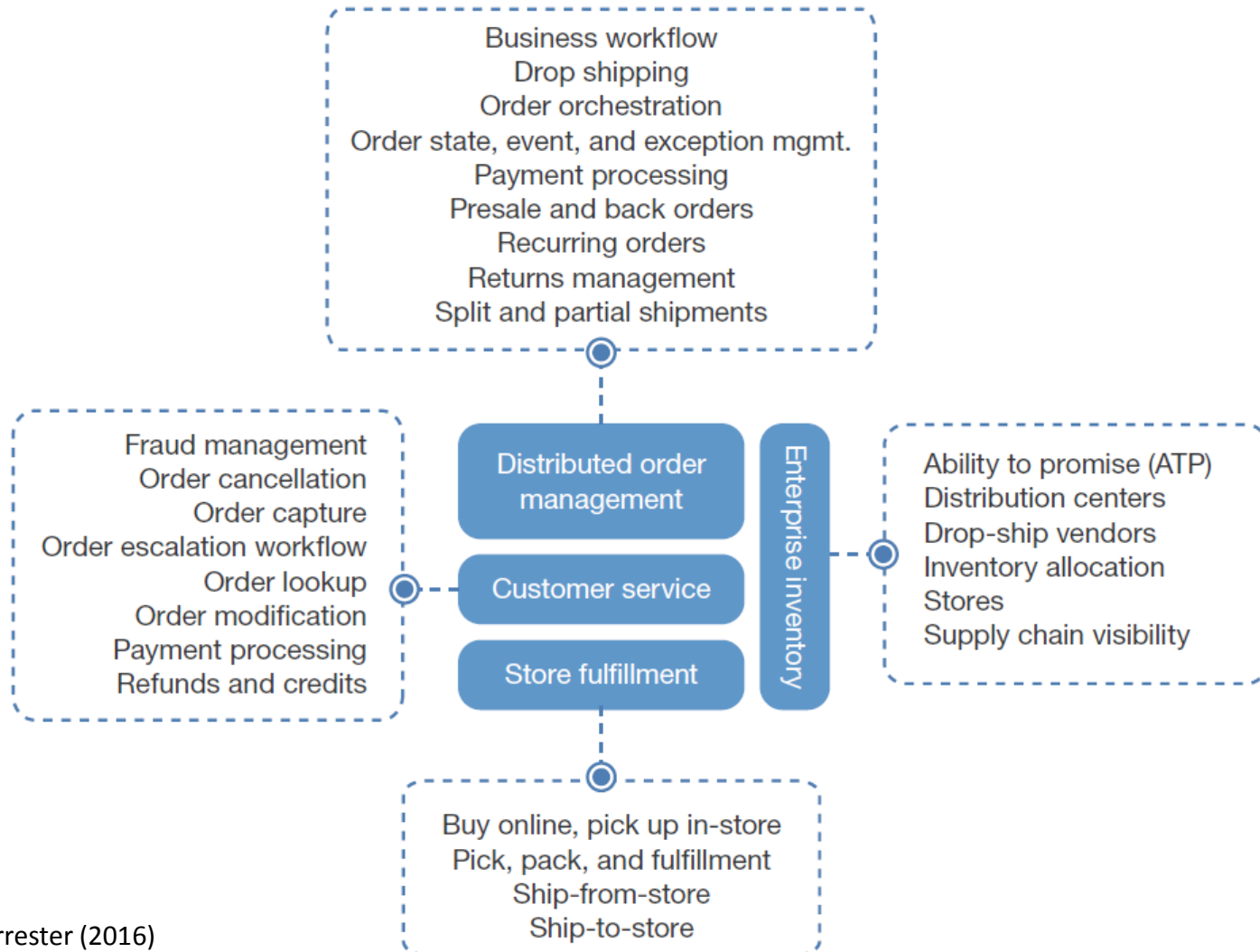
Outillage IT OMS ?

- Aucun OMS du marché
- Réflexion en cours sur l'intérêt et la pertinence de ces outils
- Suite logique de la réflexion « Ship from Store »

• Impact Omnicanal	★★★★★
• Niveau de maturité	★★☆☆☆
• Solution standard	★☆☆☆☆

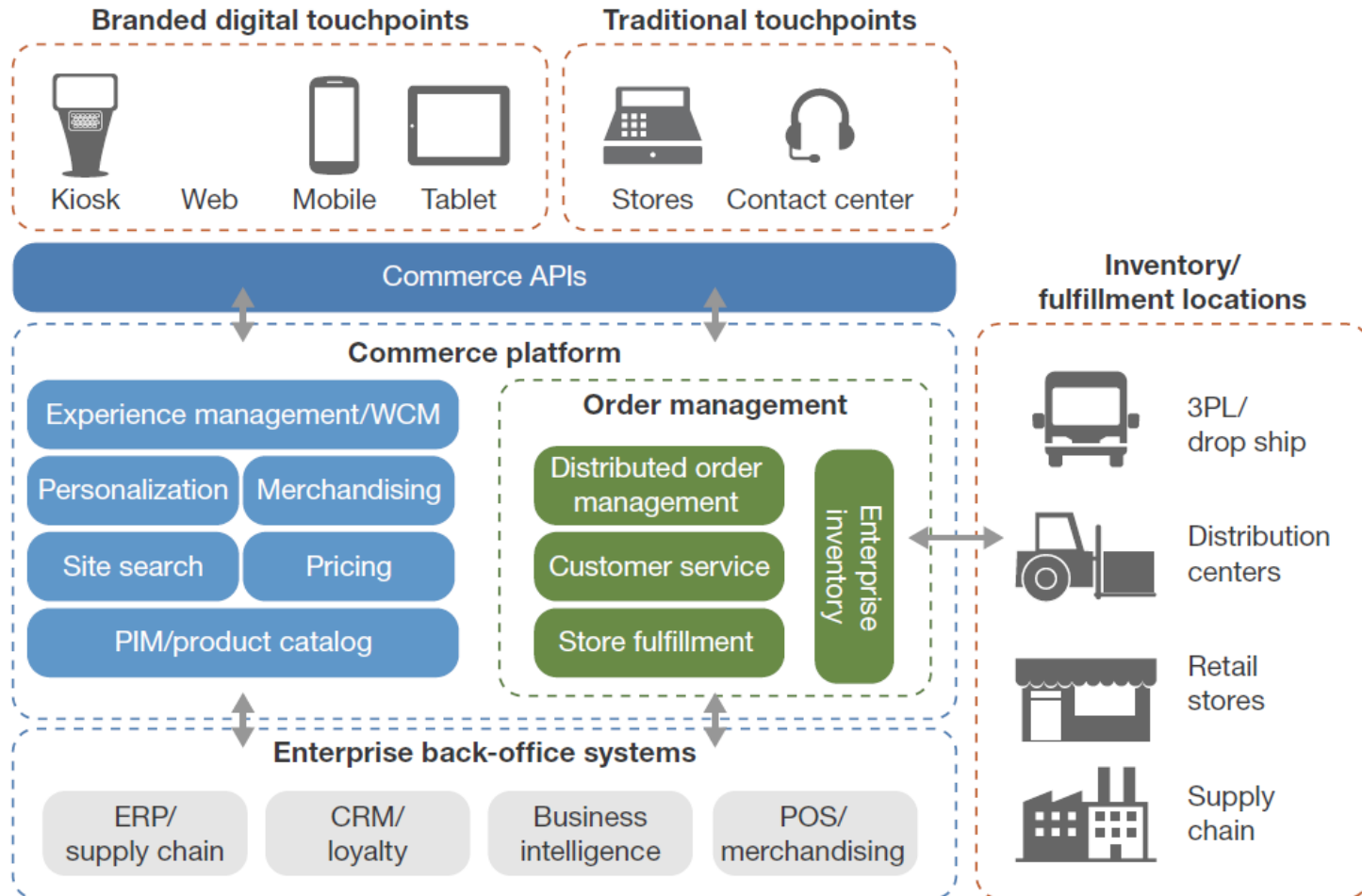


Couverture fonctionnelle OMS



Source: Forrester (2016)

Central dans l'architecture IT



Source: Forrester (2016)

Synthèse OMS



AVANT



PENDANT



APRES

❑ Disponibilité des stocks et visibilité sur les circuits, prix et délais d'appro (amont)

➔ **ACCEDER AUX DONNEES**

❑ Règles de gestion Métier (sur Offre), filières de vente + modes de vente (SP, domicile...)

➔ **PUIS LES ORGANISER**

❑ Etablir une promesse Client performante et avec alternatives

➔ **PROPOSER UNE (LA) PROMESSE CLIENT**

❑ Exécution des commandes (achat/vente), dans un respect de la promesse client + marge

➔ **ACTER LA PROMESSE**

❑ Suivi des commandes, monitoring et cycle de vie des commandes clients + relation fournisseur

➔ **PILOTER ET SUIVRE LA COMMANDE**

❑ Gestion des anomalies, exceptions et des retours : re-processing des commandes

➔ **RE-PROCESSING DES FLUX**

TDB & Pilotage Opérationnel



Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	

Benchmarking PwC : Application du modèle SCOR

Des indicateurs pour améliorer la
performance de la Supply Chain

Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	

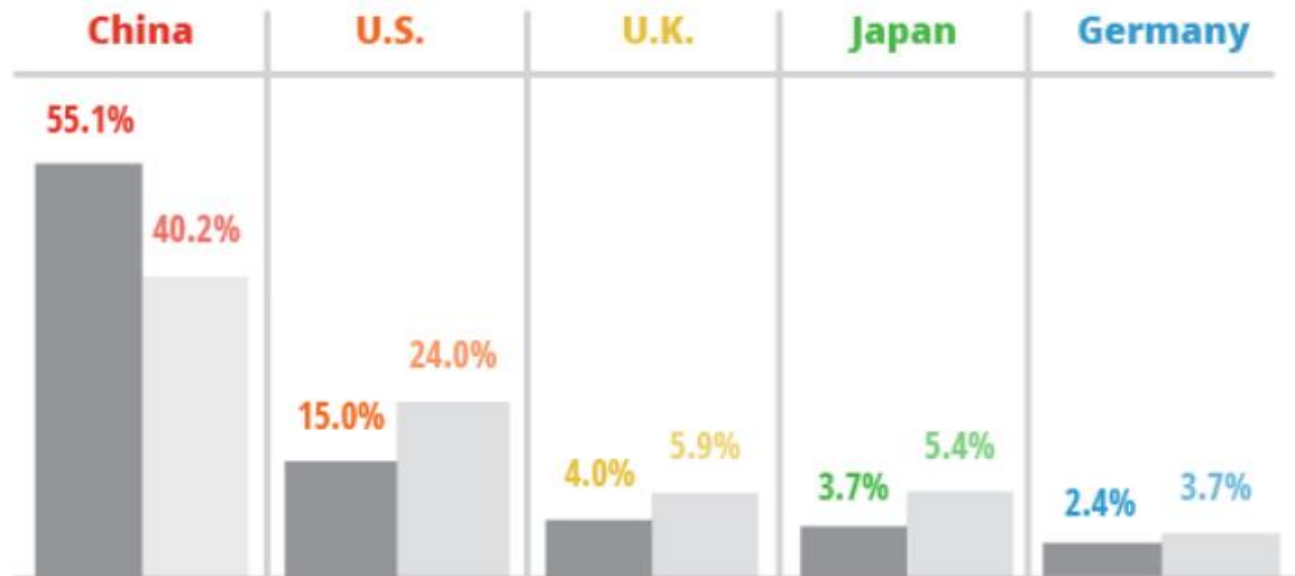
Rôle logistique du magasin

La part du
on-line va
continuer à
progresser

Countries with Largest Share of Global Retail E-commerce Sales

Ranked by 2019 Projections (% of Total)

■ 2019
■ 2015



Source: eMarketer, Dec 2015

Amazon

Les évolutions des consommateurs en matière de Digital sont largement dû au développement d'Amazon

Amazon est en quelque sorte le prescripteur des comportements ou standard du web

+ le meilleur programme de fidélité ?



+ de réactivité

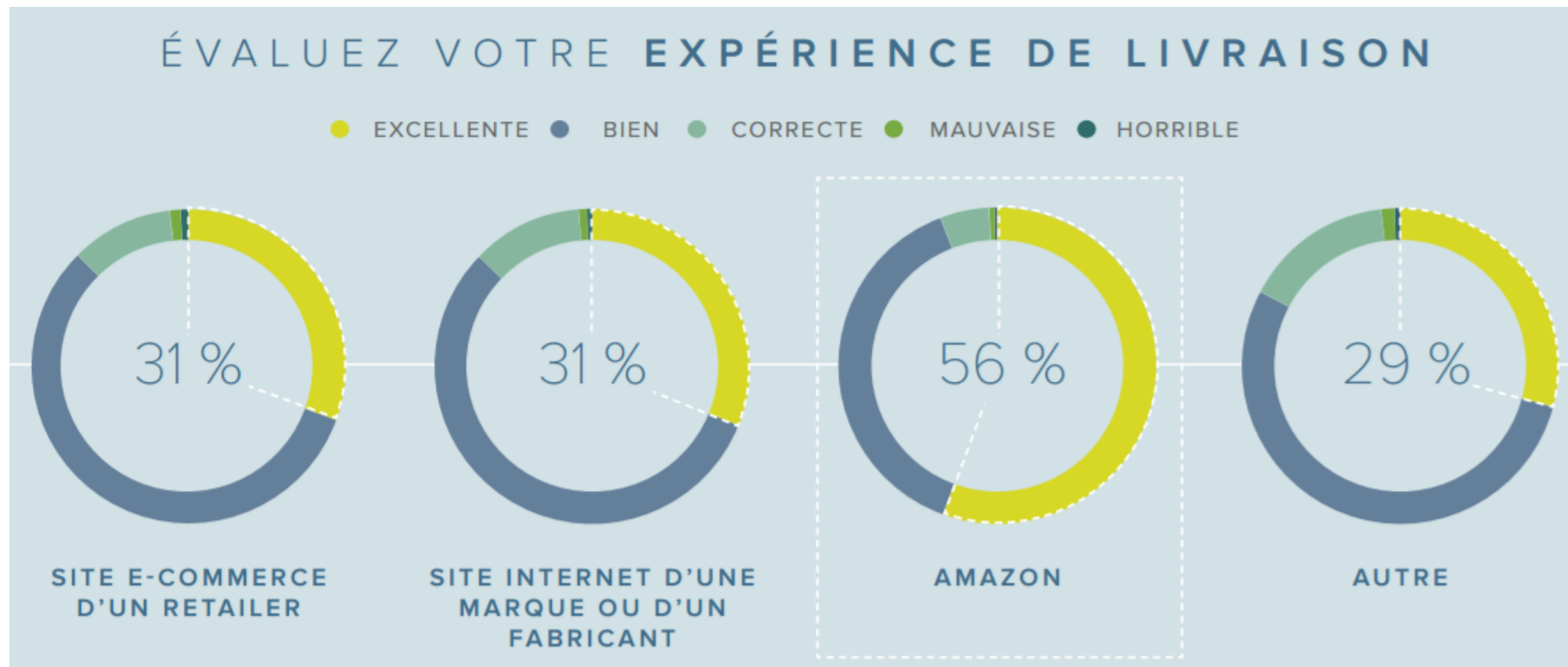
+ de choix (Offre)

+ de choix (Services)

+ de flexibilité

+ de transparence

L'excellence Logistique

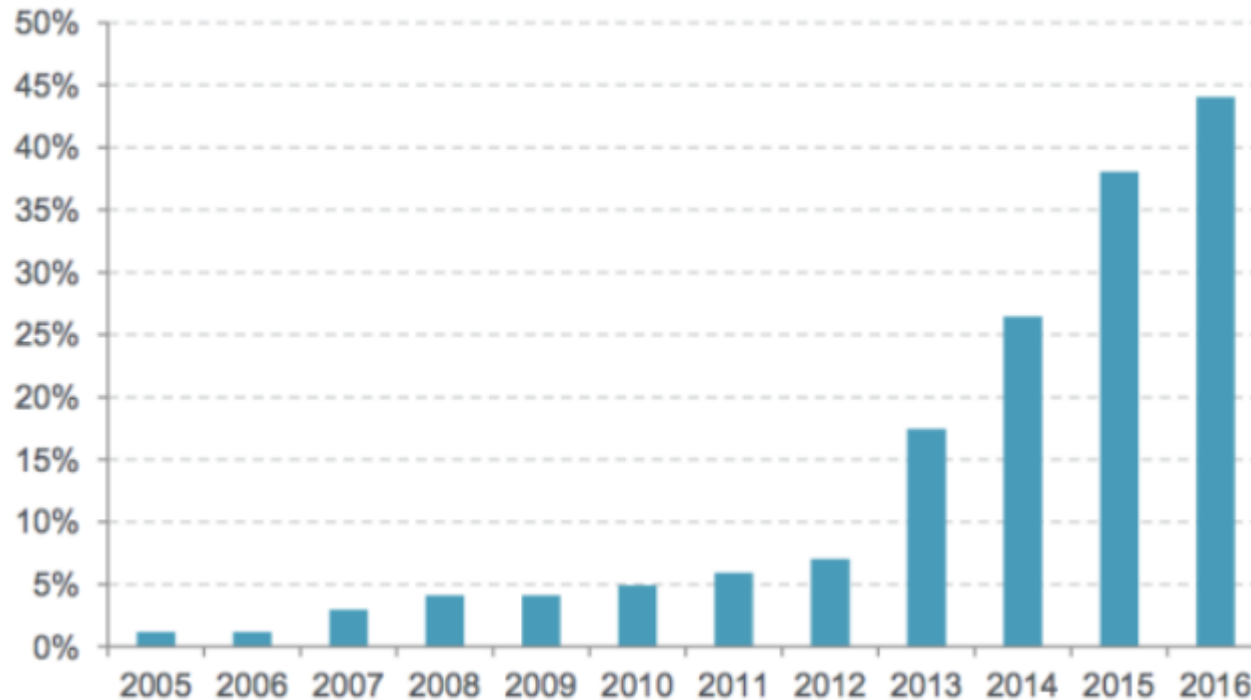


Source: enquête Metapack 2016

Une organisation basée sur la logistique

Le modèle logistique dominant chez les Pure-Players est un entrepôt central....sauf chez Amazon...

Amazon's Footprint Increasingly Closing in on Population
% of Population within 20 Miles of an Amazon Fulfillment Network Node



Source: Piper Jaffray, company filings, MWPL, Facebook, Twitter, various news sources, US Census Bureau

Axes de développement d'Amazon à suivre

- Last mile en propre dans les grandes agglomérations.
- Développements de flux récurrents vers le Client grâce à l'alimentaire et aux abonnements.
- Amazon Fashion sur le modèle Asos
- Focus sur les devices « à la maison » (Echo notamment)

Convictions



La saison Printemps/été 2017 est là!

Soyez prêtes à bousculer votre style

› DÉCOUVRIR



Nouvelle saison :
VÊTEMENTS



Nouvelle saison :
CHAUSSURES



Nouvelle saison :
BIJOUX



Nouvelle saison :
BASKETS



Nouvelle saison :
MONTRES



À nous
les pièces VIP
printemps/été 2017
(Les incontournables)



Développement Amazon Fashion

Amazon Fashion en 3 dates clés

2002 : début de la commercialisation de vêtements.

2015 : sponsor de la première Fashion Week homme à New York. Ouverture d'un studio photo de 4 200 m² à Londres.

2016 : lancement de 7 lignes d'habillement (homme, femme, enfant, chaussures) : Lark & Ro, Franklin & Freeman, Franklin Tailored, James & Erin, North Eleven, Scout + Ro, Society New York.

amazon

CA Fashion

2015: 16 milliards \$

2020: 50 milliards \$

Estimation par L2 Conseil

★ macy's

800 points de vente aux US

28 milliards \$ en 2015

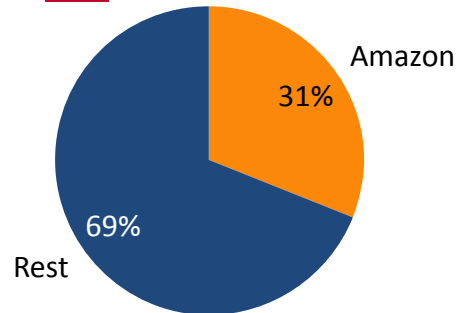


Suki Waterhouse for Amazon Fashion
Source: Amazon

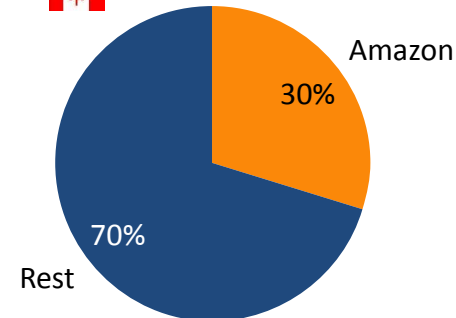
Vers un monopole du E-Commerce ?

Catégorie
PEM

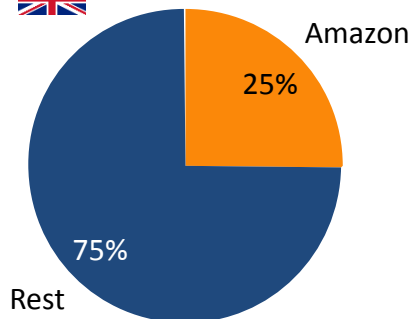
USA

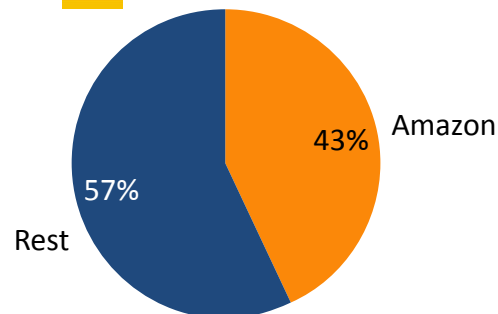
Canada

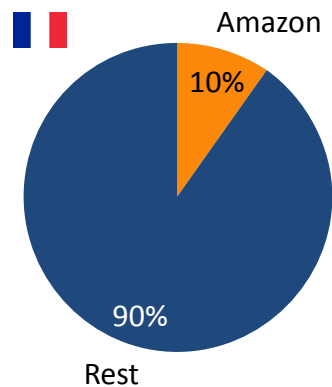
UK

Germany

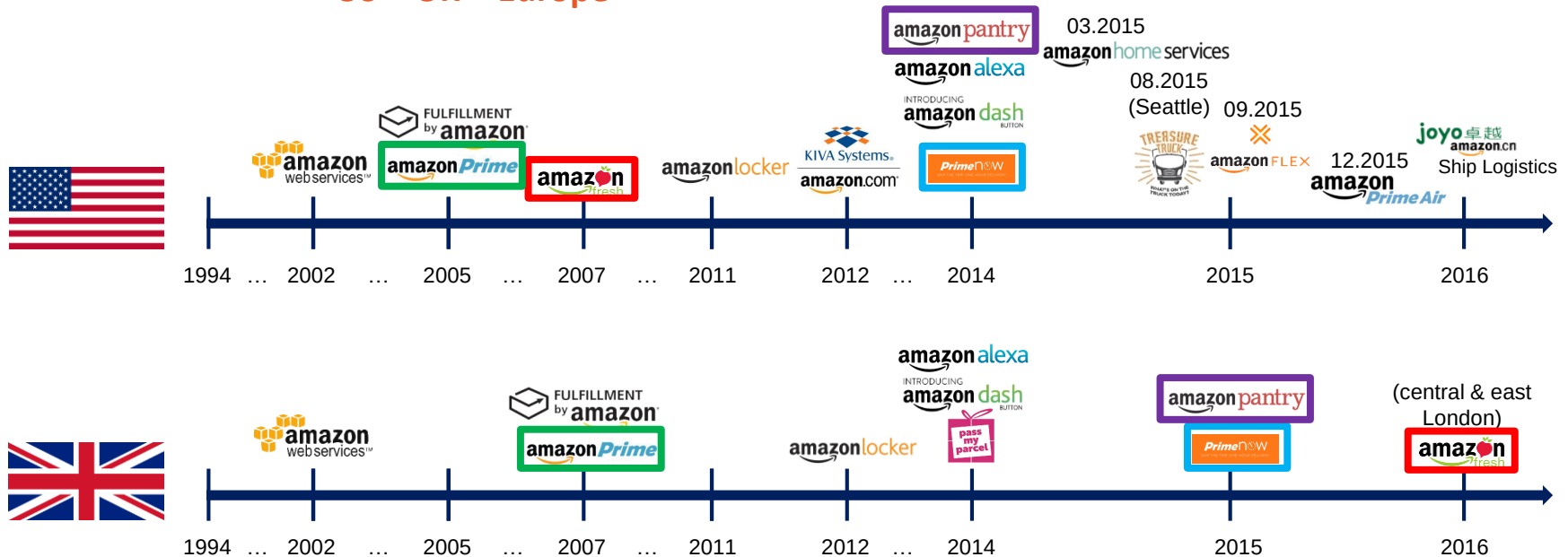
France

Sources: Frenchweb (2015)

Testé aux USA puis déployé en Europe

US > UK > Europe

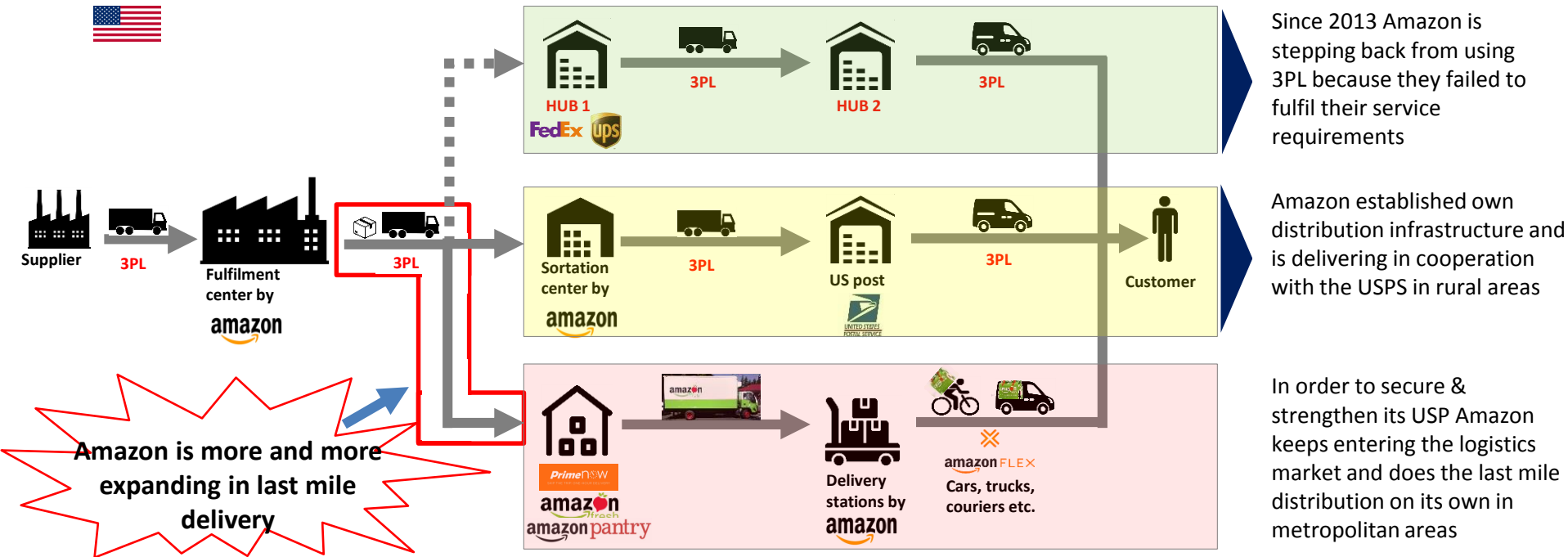


Ecosystème amazon



Last mile

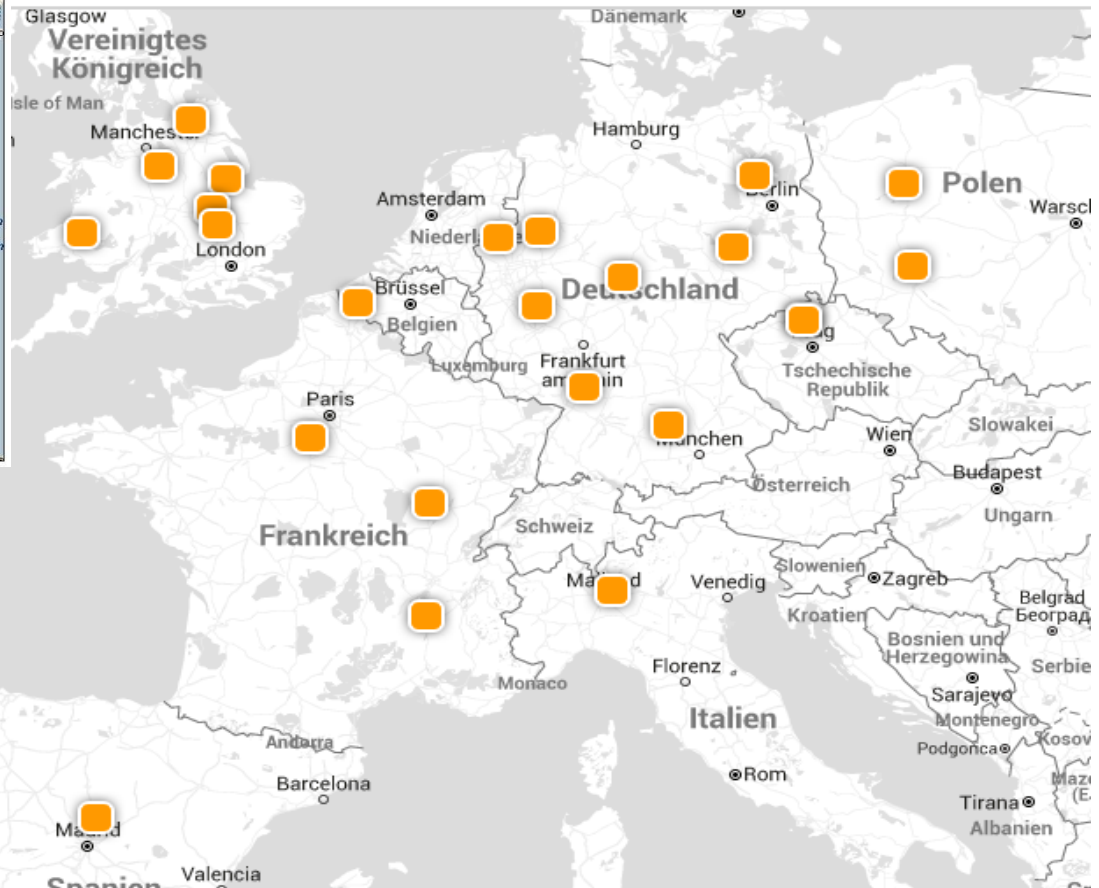
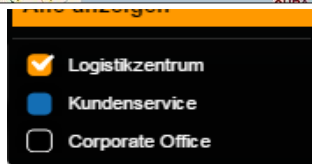
Stratégie à l'encontre des 3PL traditionnels



En Europe la tête de pont est l'Allemagne où Amazon livre ses colis à Berlin et Munich...et cherche à acheter un aéroport (Frankfurt-Hahn Airport)

Infrastructures

Cartes US et Europe des réseaux logistiques
31 sites en Europe + 8 nouveaux en 2017



Prime now

2014



Since 12/2014

- 14 metro areas selected
- Available from 8 a.m. to 10 p.m., 7 days per week, per app
- Prime members: Free 2-hour delivery or 1-hour for \$7,99
- Minimum order value of \$20

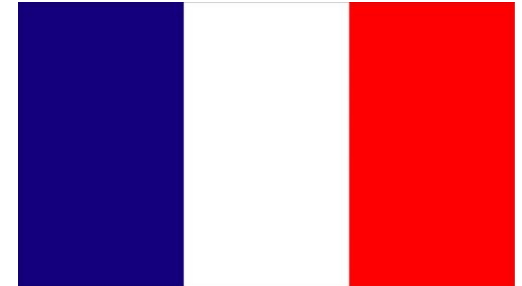
2015



Since 06/2015

- 6 metro areas selected
- Available from 8 am to 12 pm, 7 days per week, per app
- Prime members: Free 2-hour delivery or 1-hour for £6,99
- Minimum order value of £20
- Over 10.000 items available

2016



Début 06/2016

- Paris Intramuros + 1ère couronne
- Livraison en 2 heures gratuitement ou 1 avec 5,99€ pour les clients Premium par commande > 20€
- 18 000 références

Logistic challenge of last-mile delivery encountered by external couriers or other solutions like amazon flex

amazon FLEX

Amazon Flex

Amazon uses crowd logistics (private people as couriers) in order to handle its express delivery Prime Now (within 1-2 hours)

Amazon Flex



Private people deliver by car/bike/feet in 21 states of US
→ Transfer of the Uber principle in the Amazon cosmos

- \$18-\$25/hour for the couriers
- Couriers deliver only the Prime now packages (e.g. electronics, household essentials, a wide variety of food items, alcohol)
- Probably expanding in other Prime markets (Europe) to save their just-in-time delivery

- **Pool of drivers** that use their own vehicles to deliver PrimeNow (express delivery for Prime members)
- **Increases control** over the supply chain and potentially **decreases cost of last mile**
- Dense **sortation centre network** allowing seamless pick-up from couriers

WHY AMAZON FLEX?



FLEXIBLE HOURS

Schedule ahead or pick up any available block of time



GREAT PAY

Make \$18-\$25/hr



CONSISTENT WORK

Deliver when you want with delivery opportunities available 7 days a week

How it works for couriers?

- Choosing the time you want to work: 2, 4, 8 or 12 hours
- Via an app you get to know the nearest pickup Amazon location to grab the packages
- Delivering the packages to people in your local area

Launch: 09/2015 in Seattle

Now in Arlington (VA), Atlanta, Austin, Baltimore, Cincinnati, Columbus, Dallas/Fort Worth, Houston, Indianapolis, Las Vegas, Miami, Milwaukee, Minneapolis/St. Paul, Nashville, New York, Orlando, Philadelphia, Phoenix, Pittsburgh, Portland, Raleigh, Richmond, Rockville (MD), San Antonio, Seattle, Springfield (VA), Tampa Bay, and Virginia Beach

Amazon fresh

Amazon Fresh is an in-house fleet delivery service of Amazon offering 2-hour delivery to its customers

Amazon Fresh



- Online **grocery service incl. fresh products** from local suppliers
- Delivery with **in-house fleet** and available around existing fulfilment/ sortation centers in selected cities
- **Logistics partnerships** for last mile delivery of small and refrigerated orders

Next-day and early morning delivery of:

- Grocery 
- Amazon.com Items 
- Neighborhood shops & restaurants 

Costs

- US: \$299 p.a. (includes prime \$99), free shipping on orders over \$50
- UK: £79 p.a. for prime-members and £2,99 per first 20kg package, further 99p

2007 Start in US (San Francisco)

2016 start in UK (London) with Morrisons as partner the pre-stage: Amazon pantry

2013 slowly expanding to 5 cities in US (Los Angeles, San Francisco, San Diego, New York City, Philadelphia)

2016/2017 start in Germany? ¹⁾



➡ Possibility to skim the grocery market and enlarge the demand for fast delivery solutions

Amazon Dragonboat

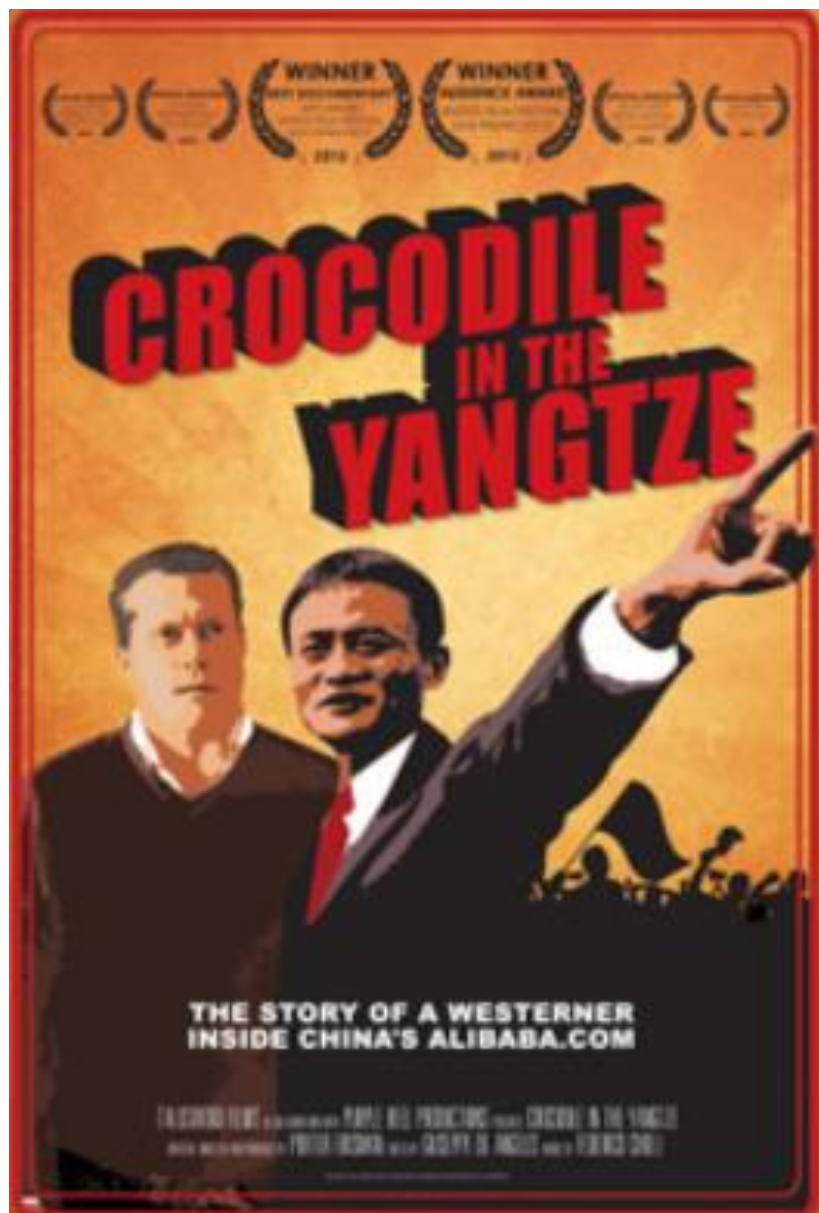
Objectif ALIBABA

joyo 卓越
amazon.cn

Amazon plans to launch a global shipping and logistics operation:

- Amazon.com Inc's China registered an ocean freight booking business (02/2016)
 - Amazon leased 40 freighter aircraft to ensure capacity to provide its one and two-day deliveries in the United States (03/2016, 05/2016)
 - Amazon buys thousands of its own, Amazon-branded truck trailers utilized to transport items from one warehouse to another (12/2015)
- **Implement a logistic chain between Asia on one side and Europe and US on the other**
- **Will compete with UPS and FedEx and get more independent**
- **Target to create an international and worldwide accessible marketplace**
- **Compete with Alibaba about the rapidly growing e-commerce cross-border market**





Early vision

My dream was to set up my own e-commerce company. In 1999 I gathered 18 people in my apartment and spoke to them for two hours about my vision. Everyone put their money on the table, and that got us \$60,000 to start Alibaba. I wanted to have a global company, so I chose a global name.

Jack Ma



Marché chinois

Retail E-commerce Sales Worldwide

Ranked by 2019 Projections (*Billions*)

2019 Rank		2019	2015
 1	China	\$1,973.04	\$672.01
 2	U.S.	\$534.95	\$340.61
 3	U.K.	\$143.19	\$99.39
 4	Japan	\$134.10	\$89.55
 5	Germany	\$87.54	\$61.84

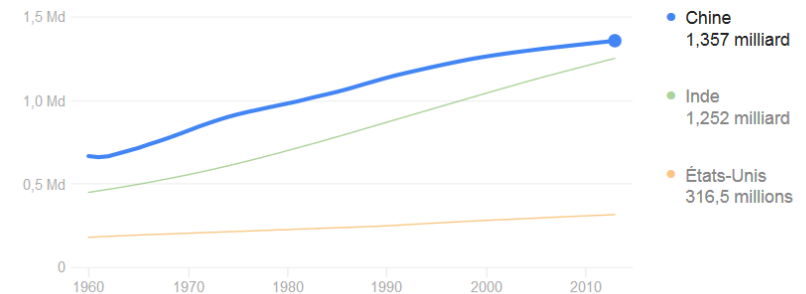
Source: eMarketer, Dec 2015

Marché tirés par l'accès

- Croissance tirée par l'accession à Internet
- D'abord social puis convertis en acheteur
- Notamment dans les campagnes (d'où le réservoir de croissance)
- Classe moyenne Chinoise bientôt 500 millions
- Les moins de 35 ans consomment 2 fois plus que les plus de 35 ans

Chine / Population

1,357 milliard (2013)

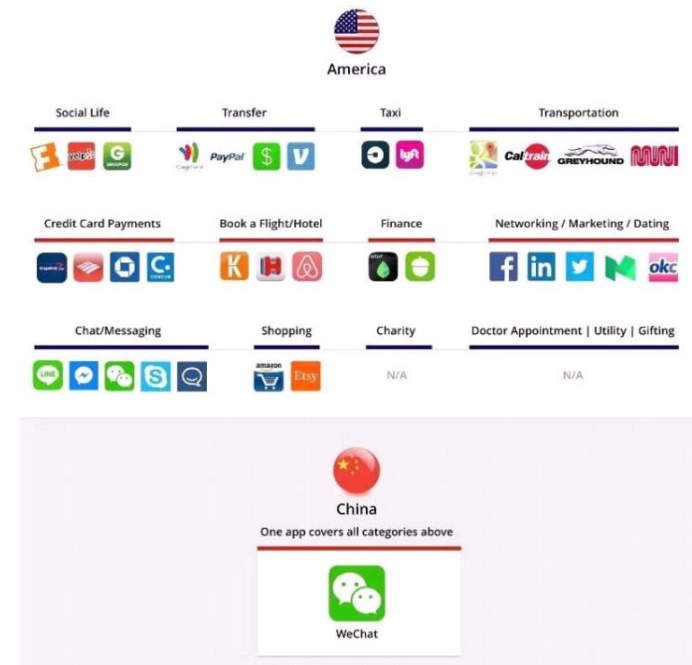


❑ *Le e-commerce est un hobby (on cherche à y passer du temps)*

Note: chiffres sur les slides de cette section sont de Sébastien Badault DG Alibaba France (mai 2016)

Truly mobile first

11 novembre 2016 ⇔ 82% des achats ont été effectués sur mobile



Source: forbes.com

Une logistique efficace

Same Day delivery dans les principales agglomérations
Next Day and 48h fréquents



Axes de développement d'Alibaba à suivre

- Le développement du Cross-Border (défensif)
- Le business modèle de Tmall Global pour ses Clients Européens et US
- L'impact commercial du 11.11
- Les disruptions liées au mobile (WeChat)



Double 11

双11全球狂欢节

2016 11.11 GLOBAL SHOPPING FESTIVAL

17:00:39

¥95,608,793,389

\$14,083,935,094

Total GMV in USD^①

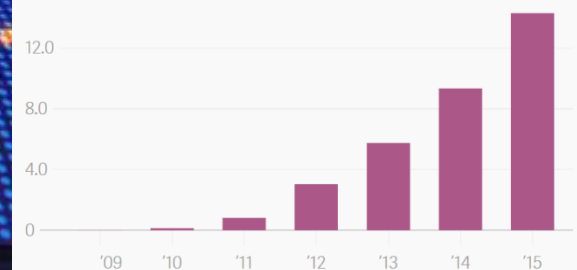
初步数据，未经审计。All data on the screen are preliminary and unaudited.

无线成交占比 83%
Mobile GMV Ratio

\$17,7 Billiards en 2016
\$14,3 Billiards en 2015

Alibaba Singles' Day sales, 2009 to 2015

\$16.0 billion



ATLAS Data: IDC, SunTrust *estimated

Source Reuters

Alibaba businesses



ALIBABA GROUP'S MISSION IS TO MAKE IT
EASY TO DO BUSINESS ANYWHERE.

Annual report

Fiscal Year 2015 Highlights



US\$394Bn

Annual GMV ⁽¹⁾



350MM

Annual
Active Buyers



289MM

Mobile MAUs ⁽²⁾



US\$12.3Bn

Total Revenue ⁽¹⁾



45%

YoY Revenue
Growth



US\$7.8Bn

Non-GAAP
Free Cash Flow ⁽¹⁾

Note: Unless otherwise indicated, all figures above are for the twelve months ended March 31, 2015

(1) Assumes 1 US\$ = 6.1990RMB

(2) For the month ended March 31, 2015; based on the aggregate mobile MAUs of apps that contribute GMV on our China retail marketplaces

- **Taobao**

- Launched in 2003
- Originally a market place for C2C then now also for small merchants (Tmall)
- €140 billion sales through (together with Tmall)



- **Alipay**

- Launched in 2004
- Process 75% of Alibaba marketplaces in China
- 50% China online payment market



- **Juhuasuan**

- Launched in 2010, Flash Sales site

- **AliExpress**

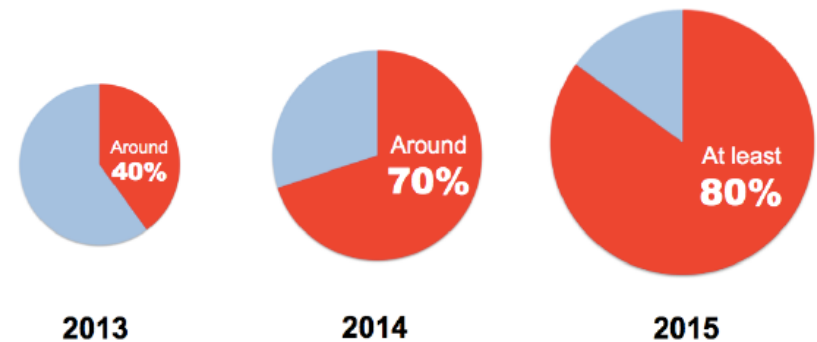
- Launched in 2010, Market place for small Chinese business to sell outside of China



Cross-Border A surveiller en Europe

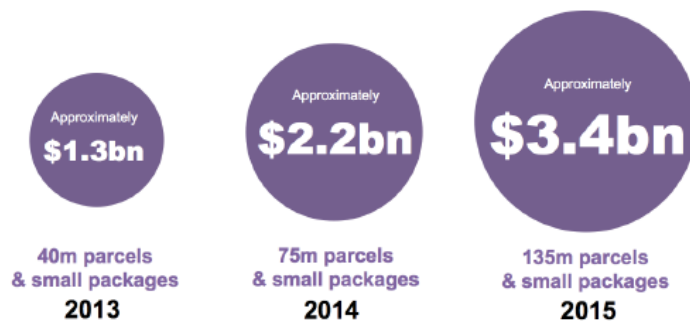
Marché Russe en Cross Border trusté
à 80% par Aliexpress

Estimated share of fulfilled orders from China



Source: NAMO and EWDN

Cross-border sales volumes (physical goods)



Source: NAMO

Logistics as a strategic assets



What is it ?

Launched in 2013

Alliances with several key partners like Fosun, SF Express, China Yintai

IT platform that centralise information

90 Chinese & International companies partner

48% owned by Alibaba



Which results ?

- ✓ **8 billions parcels delivered in 2015**
(UPS = 4,7 billion parcels & documents)
- ✓ **467 million parcels for 11.11**
- ✓ **Service**
 - Same day delivery in 20 cities
 - Next Day service in 150 cities
- ✓ **128 warehouses in China**
- ✓ **70% of Chinese parcels**

Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	

Expédiez autrement

Nous collectons, emballons et expédions vos produits partout dans le monde

COMMENCEZ

Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	

Internet of things (iot)

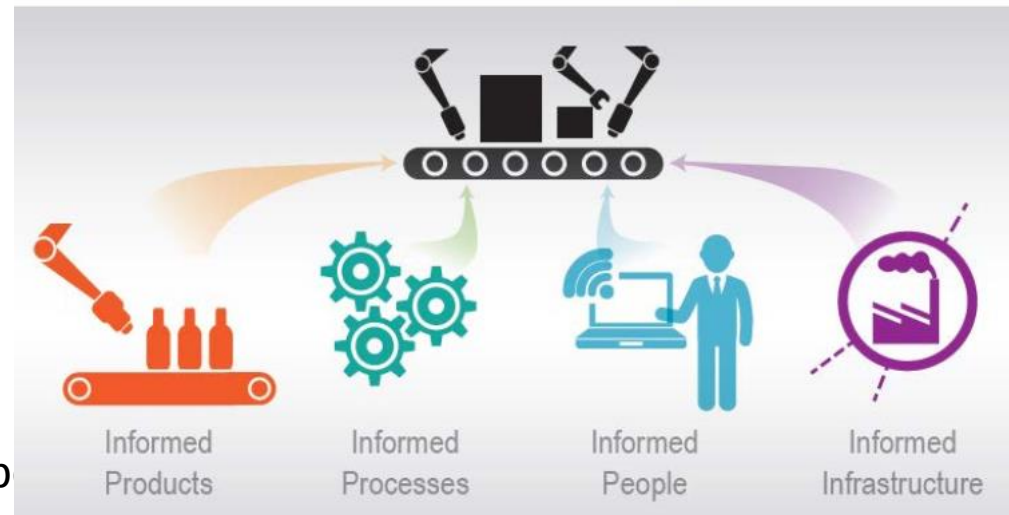
- « Network of networks » basés sur des capteurs avec ID unique (caméra, radars, puce RFID, thermomètre, capteur d'ouverture...) et sur une communication 'cloud'



- Objets connectés par individu (Cisco)
 - 2003: 0,10 => 2010: 1,84 => 2015: 3,47
=> 2020: 6,58

Designing for Manufacturing "Internet of Things", Cognizant

- 50 milliards d'objets en 2020
- Impacts Supply Chain
 - Transparence & temps réel
 - Complexité des scénarii à anticiper
 - Fiabilité des systèmes



Industrial iot market analysis



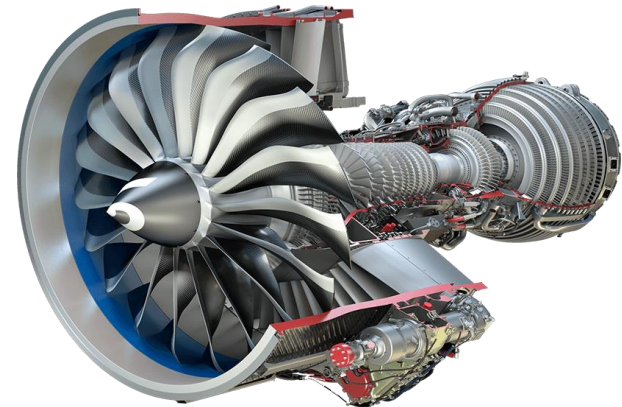
Source: CB Insights, September 2016

Impression 3d

- Révolution majeure
- Matières: plastiques, métal et nourriture (cellules comestibles)
- Potentiel de 'disruption' sur les business et Supply Chain actuellement limités aux pièces de rechanges ou sur mesure pour des raisons économiques...
-mais demain ?



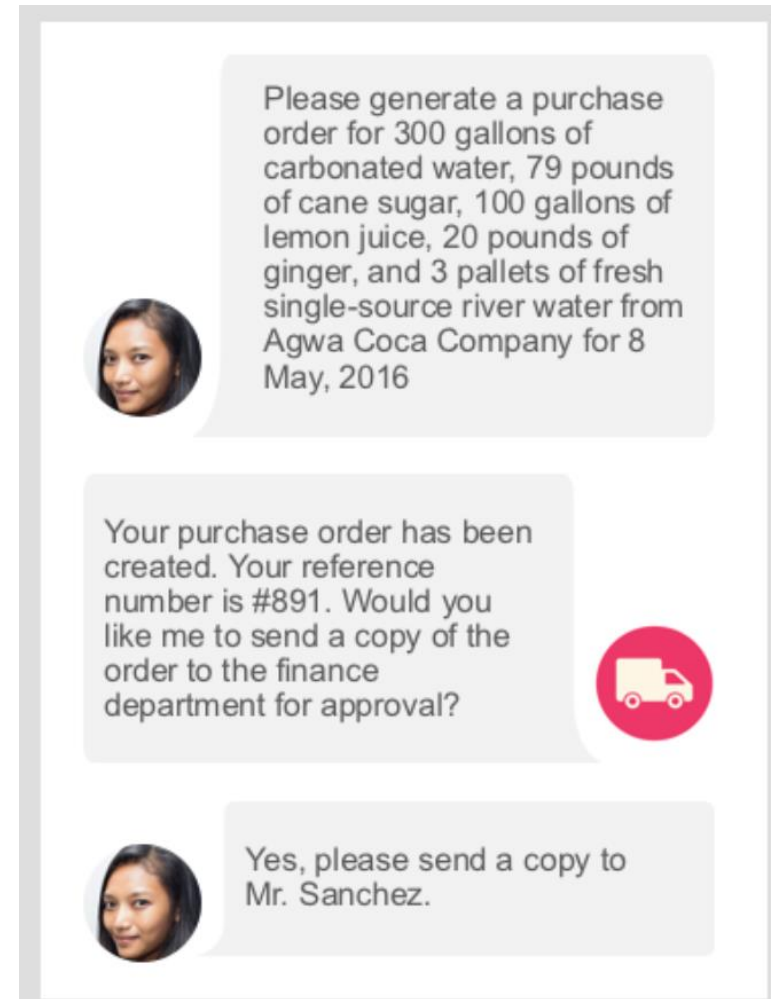
General Electric



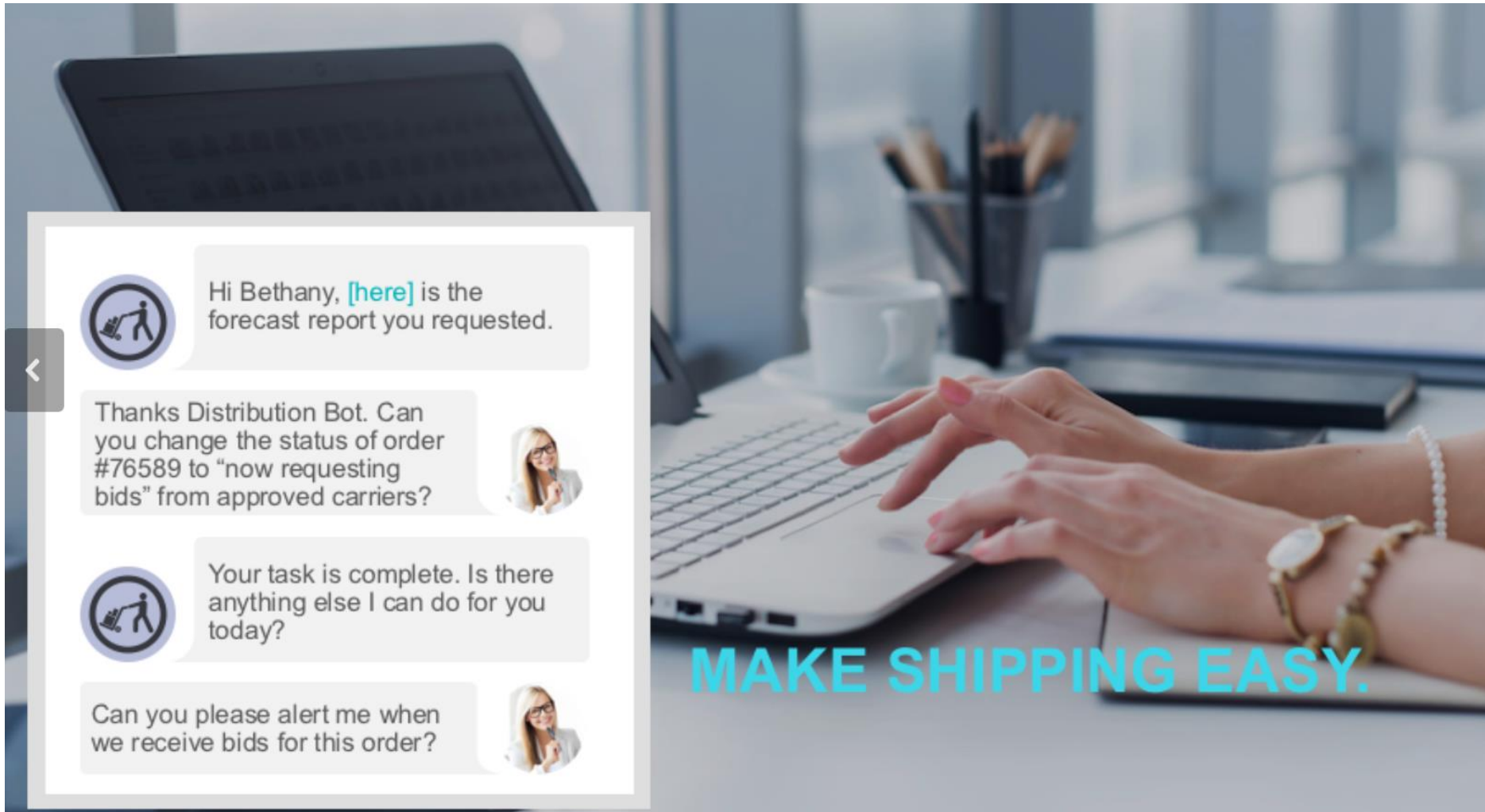
19 éléments du moteur CFM LEAP
produits en impression 3D

Chat bots

- Interactions avec les systèmes IT de manière fluide et sur un mode conversationnel (i.e. online assistant)
- Fonctionnement équivalent à une API (question – réponse dans le Cloud)
- Impacts Supply Chain
 - **Transparence** – tous les acteurs ont accès aux (même) informations
 - Rapidité
 - Fonctionnement en work-flow avec alerte possible
 - **Collaboratif** demain entre chat-bots



Chat bots



Hi Bethany, [\[here\]](#) is the forecast report you requested.

Thanks Distribution Bot. Can you change the status of order #76589 to "now requesting bids" from approved carriers?

Your task is complete. Is there anything else I can do for you today?

Can you please alert me when we receive bids for this order?

MAKE SHIPPING EASY.

Chat bots

Scénario plus complexe

Hi Return Bot. I noticed a problem on 5 of the orange soda cases we received from Tag Enterprises. Please give me my return goods authorization number.



Hello Jordan. Your return goods authorization number for your refund is #7829372. Please include this number with any shipping papers.



Please add this note to my return paperwork: I noticed that the soda labels on just these cases are faded and hard to read.



Note added to return shipping paperwork



Name: Jordan Sanskrit
Reason: Product Defect
RGA: #7829372
Return to: Fizzmore Inc., 1770
Grand Ave., San Diego, C
Date: 31 May, 2016
Details: rp.com/fksdfk23



Back at Fizzmore Inc.

You have received a new return of merchandise to manufacturer refund request from:

Name: Jordan Sanskrit
Reason: Product Defect
RGA: #7829372



Thanks Return Bot. Let's start the process of issuing a refund and replacement for these cases.



**DRIVE BRAND LOYALTY WITH
SUPERIOR SUPPORT FOR
WHOLESALE, RETAILERS, AND
CUSTOMERS.**

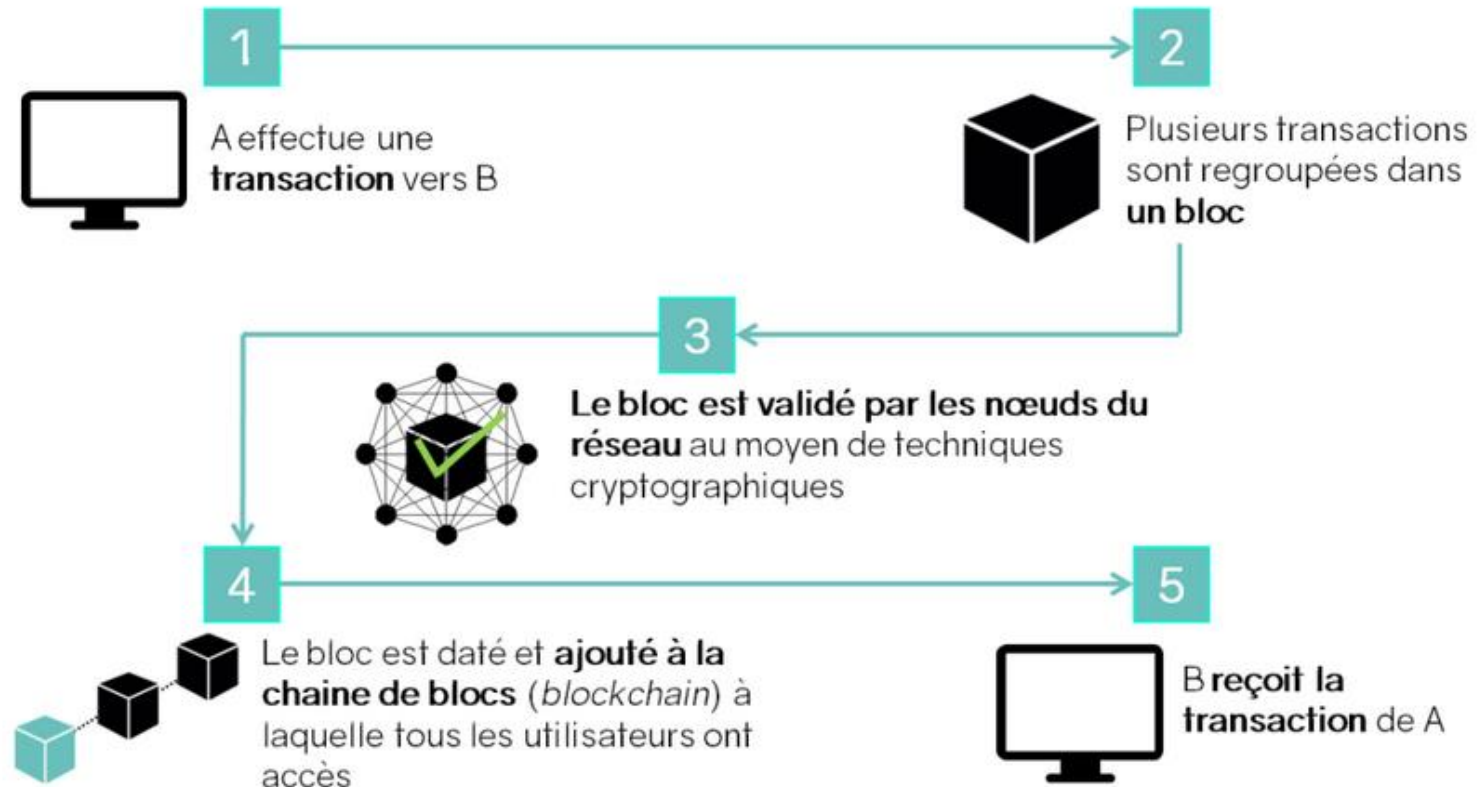
Block-chain



- Substitution du tiers de confiance
- Impacts Supply Chain sur les secteurs d'activités nécessitant une garantie et traçabilité des produits comme:
 - Le transport international
 - Le luxe
 - L'industrie pharmaceutique
 - Les pièces d'origines (OEM)

Block chain

- Plus de détails => blockchainfrance.net



© Blockchain France 2016



- « Next Big Thing in Retail » depuis 10 ans
- Décathlon et les autres
- Où en êtes-vous sur ce sujet ?
- Tag actif / tag passif



Programme

Jour	Horaires	Thème	
Mercredi 08 mars	Après-midi	Visite d'un site opérant pour Vente Privée & Rue du Commerce	
	Soirée	Diner	
Jeudi 09 mars	09h00 – 9h30	Présentation des participants et des objectifs de la journée	
	09h30 – 12h00	Restitutions Entretiens & Ateliers	
	12h00 – 13h00	Déjeuner	
	13h00 – 14h00	Les ratios logistiques dans le retail (Cabinet PwC)	
	14h00 – 15h00	Que préparent Amazon et Alibaba ?	
	15h00 – 16h00	Solution pour le 1 ^{er} kilomètre Idéal pour le « ship from store » ?	
	16h00 – 17h00	Les technologies à regarder	
	17h00 – 17h30	Conclusion des échanges et Q&A	



**THANK
YOU!**