



Embargo aux médias au 28.11.07, 19.00 Uhr

Portrait des entreprises nominées Swiss Logistics Award et Public Award 2007

Victorinox: première place du Logistics Award

Victorinox est distingué pour un projet logistique innovant et futuriste permettant de simplifier considérablement les processus logistiques, d'améliorer la surveillance des canaux de distribution et, avant tout, de lutter efficacement contre le marché gris et le marché noir.

Dans le monde entier, la marque Victorinox est synonyme de haute qualité, d'innovation et de fonctionnalité. Pour son service logistique (Victorinox Swiss Army Fragrance), les solutions innovantes sont une priorité.

Toutes les catégories de produits du Groupe Victorinox sont depuis très longtemps touchées par les imitations et les contrefaçons. Des centaines de milliers de couteaux, montres et, dernièrement, de parfums contrefaits inondent le marché mondial. Essentiellement en provenance d'Asie, ces produits vendus à un prix nettement inférieur causent un préjudice financier énorme à la société et mettent en péril ses emplois. C'est aussi l'image de marque de Victorinox qui est touchée, car en général le consommateur ne fait pas la différence entre une contrefaçon et un produit original et est ensuite profondément déçu par la qualité de l'imitation.

De plus en plus souvent apparaissent des imitations de parfums et parfums Victorinox contrefaits. Plusieurs milliers d'unités ont été découvertes et confisquées sur de nombreux marchés internationaux au cours des derniers mois. Hélas, seul un faible pourcentage du volume total est découvert et détruit.

Pour remédier à cette situation insoutenable pour Victorinox et pour le consommateur, Victorinox a pris la décision d'employer la nouvelle technologie RFID (Radio Frequency Identification). Depuis août 2007, les deux grands succès de la ligne de parfumerie, soit un total de deux millions de flacons vendus par an, sont équipés d'une puce électronique RFID permettant la traçabilité sans failles (y compris contre le vol) de chaque produit dans son canal de distribution, autrement dit de son stock d'origine à son point de vente. En plus, ce TAG empêche l'importation et la vente de produits non authentiques.

Cette nomination au SLA est un stimulant et aussi une preuve que Victorinox n'est pas seulement synonyme de produits de qualité et innovants, mais que l'entreprise relève aussi des nouveaux défis



logistiques et futuristes pour protéger le consommateur des produits contrefaits de qualité inférieure.

Manor SA: deuxième place du Swiss Logistics Award

Gains de profitabilité via la simulation des phénomènes de cause à effet des variables clés de la chaîne d'approvisionnement de Manor

(jh) Dégageant un chiffre d'affaires de CHF 2,8 milliards et détenant env. 58% des parts de marché pour un effectif de 11'500 employés, Manor SA est le leader généraliste de la grande distribution en Suisse. Le marché est saturé, stagnant à long terme et marqué par une forte compétitivité. Ultramoderne, la chaîne d'approvisionnement de Manor est considérée par le management comme un facteur de compétitivité essentiel. Les objectifs stratégiques prévoient une augmentation de la profitabilité par rapport à la situation actuelle.

La chaîne d'approvisionnement de Manor sert 750'000 articles en perpétuel changement à 70 grands magasins avec une gamme provenant de plus de 6'500 fournisseurs du monde entier. Par le passé, l'organisation de la logistique obéissait à des règles éprouvées. Mais sa complexité croissante rend les optimisations de plus en plus difficiles. Le gain de profitabilité visé exige une meilleure connaissance de la problématique générale pour pouvoir prendre les décisions stratégiques adéquates et lancer les actions requises.

Pour transmettre au personnel les connaissances et la conviction nécessaires, un projet portant sur l'analyse, suivant la méthode de cause à effet, des variables clés de la chaîne d'approvisionnement de Manor a été lancé en collaboration avec des experts de la Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW). Les enseignements tirés de ce projet ont été représentés dans un système de simulation autorisant des examens quantitatifs de différentes configurations de la chaîne d'approvisionnement.

Manor SA est ainsi parvenu à créer un système de simulation intégrant plus de 100 grandeurs et 200 rapports quantitatifs pour identifier le potentiel d'optimisation de la chaîne d'approvisionnement. Ce système de simulation aide ainsi le management à prendre ses décisions. Des projets générant des économies d'1 million de CHF ont déjà été bouclés et des projets couvrant plusieurs divisions et promettant des économies de plusieurs dizaines de millions de CHF ont été lancés.



Swisscom Fixnet: troisième place du Swiss Logistics Award

Workforce Management – Introduction d'un "real-time adaptive logistics engine" améliorant le service in situ de Swisscom Fixnet.

Les technologies de l'information ont une influence croissante sur l'économie et la société. Le cycle de création de nouveaux produits et services est de plus en plus court. Les exigences des clients en matière de qualité, flexibilité et disponibilité des produits et services augmentent. Une tendance qui s'observe en particulier dans le secteur des télécommunications.

Grâce au projet "Workforce Management" (WFM), Swisscom Fixnet améliore nettement la vitesse, la qualité et la ponctualité de ses prestations de services. Moyennant un planning et une maîtrise de la production dynamiques, l'entreprise est parvenue à axer ses activités rigoureusement sur les exigences du marché et du client. L'objectif visé était de servir la personne adéquate, au bon moment, au bon endroit et en lui fournissant le matériel adéquat à moindre coût.

Le système est basé sur cinq composants innovants, le principal étant formé par un "real-time adaptive logistics engine". Les techniciens S.A.V. sont reliés à une plate-forme de travail mobile intégrale en ligne. Ce qui permet de détecter immédiatement les décalages entre le planning et l'exécution des missions. Le système WFM tient compte immédiatement des décalages observés et réorganise en continu les ordres d'intervention, les techniciens S.A.V. et le matériel nécessaire.

Le terminal mobile du technicien S.A.V. a été transformé en plate-forme de travail intégrale et est devenu aujourd'hui son outil de travail centralisé. Pour la mise à disposition du personnel, une place de marché électronique a été créée où le personnel interne et les partenaires externes se rencontrent. Pour compenser les fluctuations et garantir la tenue des délais, un service Appointment Reservation a été mis en place. Le call center peut alors communiquer au client, dès le premier contact, une date valant engagement pour la prestation demandée.



Lauréat du Public Award

Paléo Festival, Nyon: organisation du plus grand festival openair de l'année

Fondé en 1976, le Paléo Festival est aujourd'hui l'événement musical openair le plus important de Suisse. Il est organisé chaque année en juillet avec l'aide de plus de 3'900 bénévoles et suivi par plus de 226'000 spectateurs pendant 6 jours sur six scènes différentes où se déroulent plus de 120 concerts.

Le programme de cet événement fait la part belle aux grandes vedettes, mais aussi aux découvertes du rock, de la chanson française, de la world music (reggae, hiphop), de la musique classique ou du théâtre de rue. Au Paléo Festival, chaque année les visiteurs peuvent se restaurer dans plus de 100 stands et 5 restaurants.

Le Paléo Festival est organisé chaque année par le Comité d'Organisation du Festival. Le comité d'organisation se compose de 97 personnes, pour la plupart des membres de l'association, chargées de chaque secteur (finances, techniques, administration et publicité). Le comité coordonne chaque année les plus de 3'900 bénévoles. Seule l'intervention de ces bénévoles permet, chaque année, de signer cette performance logistique exceptionnelle.

Aussi conscient de son rôle en matière d'environnement et de développement durable, le Paléo Festival met en œuvre avec succès des solutions réduisant les émissions polluantes. Par exemple, le pourcentage du tri des déchets est augmenté chaque année. En 2007, 40% des déchets étaient triés, soit une augmentation de 7% par rapport à l'année précédente. Depuis 2006, le Paléo s'engage à consommer de l'énergie verte à 100%. En 2007, près de la moitié des visiteurs du festival a utilisé les transports publics.

L'aventure Paléo Festival n'est possible que grâce au talent et aux émotions des artistes, à l'enthousiasme et à la coopération des bénévoles, à la constance des partenaires, fournisseurs, techniciens, entreprises et institutions et, surtout, à la fidélité du public se rendant chaque année au festival.