

TEXTILE

La logistique haute couture

Le commerce du textile représente près de 10 % du commerce mondial. Fortement concurrencé par la Chine, le textile européen reste toutefois un secteur dynamique. Attire des consommateurs pour les produits de marque, accélération du renouvellement des collections, déclinaison des griffes pour les juniors et phénomènes de mode sont autant de facteurs qui rendent les acteurs du textile très présents dans l'économie. Et la logistique, stratégique.

Dans un secteur textile "mondialisé", la chaîne logistique de distribution reste encore localisée près des points de vente. "Les produits arrivent en containers maritimes d'Asie ou du Maghreb vers les entrepôts européens ou nationaux", précise François Bertreau, Président de Norbert Dentressangle Logistics. A partir de là, la logistique de distribution consiste à préparer les commandes pour les magasins et à les transporter jusqu'aux points de vente. Acteur majeur de la logistique du textile en Europe, le Groupe Norbert

Dentressangle traite 280 millions de pièces par an et consacre 420 000 m² d'entrepôt à ce secteur sur 18 sites européens. Pour ses vingt grands clients, le Groupe développe des solutions technologiques de plus en plus sophistiquées.

Une trieuse automatique pour Billabong

Ainsi, pour Billabong, groupe australien spécialisé dans l'univers de la glisse dont le siège européen est situé à Hossegor (Landes), le Groupe Norbert Dentressangle a su

**"La part
logistique
représente
6 à 10 %
du prix de revient
d'un vêtement."**





s'adapter à une logistique complexe, autour de 4 collections annuelles : *“Notre plate-forme européenne, située à Roissy-en-Brie en région parisienne, livre l'ensemble de nos points de vente européens, toutes catégories de produits*

dans le bon magasin et dans le bon pays requiert un système de distribution optimal. Choisi par H&M pour la distribution de ses 29 magasins parisiens et de ses 5 boutiques en région lyonnaise au départ de l'entrepôt de Garonor, le Groupe Norbert Dentressangle joue la proximité. Proximité dans le flux logistique du client, avec des livraisons 6 jours sur 7, à raison de 13 véhicules par jour. Et proximité dans la relation entre conducteur et magasin. Pour ce client, les délais de livraison sont particulièrement courts et le plan global de livraison a été revu en cours de contrat, entraînant une réduction considérable du budget logistique. Enfin, pour H&M, le Groupe réalise la distribution de vêtements suspendus, service nécessitant un savoir-faire et des équipements particuliers.

confondues (vêtements, accessoires, chaussures...), explique Franco Fogliato, Directeur Général de Billabong. Géré depuis mai 2006 par le Groupe Norbert Dentressangle, cet entrepôt de 20 000 m² développés assure le stockage des produits en provenance des usines de fabrication partout dans le monde. Ces produits sont conditionnés, puis distribués aux magasins et aux distributeurs dans 27 pays européens. Avec notre partenaire logistique, nous avons mis en place une trieuse automatique qui identifie les pièces et les distribue dans les cartons d'expédition en fonction des commandes clients. Cette trieuse nous permet d'accroître nos capacités de livraison quotidiennes et nous donne un sérieux avantage concurrentiel.”

Des vêtements suspendus pour H&M

Pour H&M, l'enseigne de prêt-à-porter suédoise, au-delà des deux saisons principales (printemps/été ; automne/hiver), les achats évoluent constamment en fonction des meilleures ventes, du pays et du climat. La logistique joue donc un rôle central pour la marque : livrer le bon article, en quantité adéquate,

Une préparation de colis express pour Replay

“Depuis le début de l'année 2005, la logistique et la distribution de Replay & Sons sont confiées à Norbert Dentressangle Italie, qui a traité 1,8 million de vêtements en un an, de l'emballage à l'expédition aux clients dans le monde entier, relate Giuseppe Mattarollo, Directeur Général de Fashion Toy, Groupe Replay. Norbert Dentressangle nous aide par sa qualité de service et sa rapidité dans la préparation des colis pour les clients. Les vêtements sont reçus dans des cartons ou des paniers et à partir de là, les colis sont préparés et répartis en fonction des délais... Norbert Dentressangle a été choisi pour son expérience dans le secteur et son rapport qualité prix. Le Groupe fournit une bonne prestation : rapidité, emballages, séparations entre différents clients, priorité.” Le groupe italien est en plein essor et de nouveaux projets de collaboration avec Norbert Dentressangle Italie sont à l'étude.



H&M Photographe : John Scarisbrick

Billabong

Créé en 1973 en Australie autour du surf, Billabong a connu un essor rapide. La filiale européenne a ouvert ses portes à Hossegor (Landes) en 1992, enregistrant une croissance de 0 à 120 millions d'euros en 2006. Entré en Bourse en 2001, Billabong propose aujourd'hui 7 marques à un cœur de cible d'adolescents, couvrant tous les sports de glisse : neige, skate et surf.

H&M

Né en Suède en 1947, H&M compte aujourd'hui 1 200 magasins dans 22 pays et 22 bureaux de production dans le monde entier. En 2005, les 50 000 collaborateurs de H&M ont généré un chiffre d'affaires de 7 800 millions d'euros (71 886 millions de SEK).

Replay

Spécialisé dans l'habillement et l'accessoire de sport, le groupe italien Fashion Box appuie son développement sur la recherche de matériaux et de finition ainsi que sur la recherche stylistique. En 2005, le groupe a fabriqué 9 millions d'articles et a généré un chiffre d'affaires de 326 millions d'euros, dont 65 % hors d'Italie.

Andy Irons / T.Jones/ Billabong



Billabong

