

Nature & Découvertes force sa nature et met en place SAP Hana

« Comme les autres distributeurs, nous étions dans un modèle technique réactif, avec de nombreux traitements par lot. Ce mode de fonctionnement, qui crée un délai d'au moins une journée avant de réagir sur les prix, les offres, etc., fonctionne moins bien que par le passé. Le principe aujourd'hui consiste à capter le client dès qu'il entre en magasin : pour ce faire, on doit être en mesure de traiter la donnée à la volée, de changer notre comportement, voire notre offre, au cours d'une journée », commente **Josselin Ollier**, le DSI de Nature & Découvertes arrivé en 2012 en provenance des Galeries Lafayette.

Collant avec la stratégie à 5 ans de cette **grosse PME** (85 magasins, en France et dans quelques pays limitrophes), la DSI propose voici près de deux ans un modèle de transformation du système d'information. « Mais on a commencé par expliquer que ce modèle ne pouvait exister qu'une fois la transformation métier opérée », raconte le DSI. De facto, si Nature & Découvertes est bien en passe de remplacer ses outils maison vieux de 25 ans par un ERP SAP, tournant sur la technologie In-Memory Hana (sur base d'appliance Fujitsu, le projet étant intégré par Delaware), cette phase a été **précédée d'un bouleversement des processus**. De tous les processus : achats, approvisionnement, ventes, chaîne logistique. Première étape là aussi pilotée par la DSI. « Tant et si bien que le projet SI est déjà financé par les gains obtenus lors de la première phase », assure Josselin Ollier. Ces économies découlent notamment d'une gestion optimisée des stocks : désormais, c'est le siège qui poussera les articles en magasins, là où auparavant chaque directeur de magasins commandait ce qu'il souhaitait à l'entrepôt. C'est ainsi que **les stocks résiduels ont été réduits de façon drastique**, avant même l'implantation de SAP. « Nous avons pris le pari que la transformation métier paierait la partie système d'information. Le pari est en passe d'être tenu », dit le DSI.

In-Memory : les plus du temps réel

Sur la base d'un schéma directeur établi il y a un peu plus d'un an et demi, le distributeur a fait le choix de sa solution progicielle en décembre 2013. « Le premier choix que nous avons fait a été de nous tourner vers un ERP. La question du In-Memory n'est venue qu'ensuite, détaille le DSI. Un peu comme une cerise sur le gâteau. Car le In-Memory permet un fonctionnement en temps réel, riche de promesses pour le pilotage des clients ou la chaîne logistique, qui gagne un niveau de réactivité inconnu auparavant ». Exemple : lors des soldes, Nature & Découvertes pourra savoir en temps réel, **magasin par magasin, comment sa gamme soldée est accueillie**, afin d'optimiser finement le dispositif. L'outil offrira également une visibilité plus immédiate sur les ruptures de produits.

Le déploiement de SAP sur un périmètre large (incluant la finance, la logistique, le SAV, la qualité et les magasins), en mode **Big Bang**, doit avoir lieu **en mai prochain**, touchant 600 utilisateurs au total (dont 200 utilisateurs actifs, les autres travaillant en mode consultation). « La première étape consiste à mettre en place la gestion du cycle de vie du produit : construction de l'offre, les approvisionnements, le pricing, l'optimisation des stocks... Une fois cette chaîne marchandises en place, dès 2015, nous travaillerons sur la partie clients, pour propulser des promotions notamment ». Nature & Découvertes travaille notamment à des **promotions personnalisées et géolocalisées** arrivant sur

les smartphones des consommateurs. Au final, la société espère que 65 % des gains du projet viendront de l'optimisation de ses processus de back-office, contre 35 % pour l'amélioration du chiffre d'affaires venant du meilleur ciblage des clients.

Une DSI recentrée sur le métier

La DSI réfléchit également à de futurs usages possibles de l'outil, principalement autour la **réduction de la démarque en magasins**, via des analyses statistiques. « *Et je suis certain que d'autres sujets émergeront, remarque Josselin Ollier. On peut penser aux relevés de prix chez les concurrents, via des alertes permettant de changer instantanément notre tarification avec prise en compte immédiate sur les lignes de caisse. Ou encore le croisement d'opérations, entre le canal Internet et les magasins.* » Aujourd'hui, les bases de données clients sont séparées sur les deux canaux. « *Sans oublier **les perspectives qu'ouvre le Big Data** : je ne m'interdis pas d'incorporer des données externes à l'entreprise pour mieux cibler les clients* ». Ce qui signifie aussi que de nouveaux métiers, comme celui de prévisionnistes, sont en passe de voir le jour chez Nature & Découvertes.

En amont de ce déploiement d'un ERP, la DSI du commerçant (une douzaine de personnes) a largement repensé ses activités, refondu la bureautique, rénové le réseau et les architectures serveurs. Et **externalisé toutes ses infrastructures chez un infogérant**, Hardis. Une opération qui s'est accompagnée d'une réduction des coûts d'exploitation de 25 %. « *Cette étape de refondation du socle a duré un an et demi et s'est accompagné d'une transformation de la DSI vers un modèle de pilotage de partenaires* », conclut le DSI.

A lire aussi :

[Colgate-Palmolive va gérer ses points de vente avec SAP Hana](#)

[SAP Hana : les DSI n'ont toujours pas tout compris](#)

[ERP sur SAP Hana : les pionniers dressent un premier bilan](#)

[Comment les Cuisines Schmidt ont mis SAP Hana aux fourneaux](#)

En complément :

Josselin Ollier, DSI de Nature & Découvertes, détaille son projet (vidéo de 2 min)