

Le savoir-faire de la VPC au service du Web

Forte de son expérience dans la vente par correspondance de produits gastronomiques, Comtesse du Barry a tout naturellement développé une offre marchande sur Internet.

Entreprise centenaire, Comtesse du Barry a toujours innové dans ses modes de distribution de ses produits gastronomiques. Ainsi, dès 1936, les grands-parents de l'actuel dirigeant, Luc Bramel, ont bien compris l'intérêt de la vente par correspondance et ont fait partie des précurseurs en la matière, tels que les 3 Suisses ou La Redoute. Et c'est tout naturellement que Comtesse du Barry a très tôt, dès 1997, fait le pari de l'e-commerce. « Nous avons une bonne logistique qui est rompue à la livraison à domicile de produits aux particuliers », insiste Luc Bramel. Une organisation d'autant plus importante que l'entreprise gersoise réalise 50 % de son chiffre d'affaires (soit près de 15 millions d'euros) au dernier trimestre, voire sur les deux derniers mois de l'année. « Nos produits, foies gras, caviar et saumons fumés,



ont essentiellement consommés pour Noël et le jour de l'An. De plus, nous avons acquis une vraie légitimité sur les coffrets cadeaux, particulièrement appréciés en fin d'année », se réjouit Luc Bramel.

COMPRENDRE LES CLIENTS

Pour faire face à ce surcroît d'activité, Comtesse du Barry

met en place une véritable organisation spécifique puisque l'entreprise embauche jusqu'à 50 intérimaires (sur un effectif de 200 salariés permanents) sur cette période pour la logistique et en renfort dans les magasins.

« En tant qu'acteur historique de la VPC, nous savons parfaitement livrer, mais nous

croions beaucoup au multicanal. Un client qui commande sur Internet peut très bien préférer retirer son colis dans une boutique. Les réseaux ne sont pas du tout concurrents, estime Luc Bramel. D'ailleurs, sur notre site, les boutiques sont en première ligne. L'important, c'est de comprendre les attentes des consommateurs. » B. D.

Des flux sous haute contrainte

ID Logistics, prestataire spécialisé dans la logistique du froid, voit ses volumes de colis tripler au moment des fêtes de fin d'année. Cela exige une organisation « quasi militaire »...

Avec un millier de collaborateurs spécialisés dans la logistique sous température dirigée (entre + 2 °C et + 8 °C), ID Logistics aborde cette fin d'année avec sérénité, même si cette période est particulière dans la gestion des commandes. « Les problématiques logistiques sont différentes selon que l'on parle de la grande distribution ou des industriels », reconnaît Eric Hémar, président d'ID Logistics. Seul point commun : une organisation « quasi militaire » est nécessaire pour absorber les pics d'activité. « Sur un entrepôt, nous préparons en moyenne 80.000 colis par jour pour un grand distributeur. Les deux ou trois jours qui précèdent les fêtes, on passe à 200.000 colis », précise Eric Hémar. Idem pour les

« L'une des spécificités des produits frais : les clients les achètent à la dernière minute. La logistique doit s'adapter à ce cycle d'achat », insiste le président d'ID Logistics. Et donc s'assurer de la qualité et du respect de la chaîne du froid.

industriels, mais avec un délai supplémentaire, le temps d'alimenter les plates-formes d'éclatement des références.

À LA DERNIÈRE MINUTE

« Autre spécificité des produits frais : les clients les achètent à la dernière minute. La logistique doit s'adapter à ce cycle d'achat », insiste le président d'ID Logistics. Et donc s'assurer de la qualité et du respect de la chaîne du froid. Même si ce surcroît d'activité est très prévisible, il est néanmoins complexe et demande une très bonne



anticipation. Certains distributeurs n'hésitent d'ailleurs pas à déléguer des salariés sur les plates-formes d'éclatement pour contrôler la qualité des produits.

En cas de doute ou de problème, les produits en cause

sont alors automatiquement éjectés du circuit. Cette traçabilité indispensable demande une grande réactivité. Mais, pour les professionnels elle est le gage pour garantir à tout le monde des produits frais et de qualité. B. D.

« Les deux ou trois jours précédant les fêtes, nous passons de 80.000 à 200.000 colis par jour. »