

And1 et Endurance Logistique : un duo gagnant

■ Depuis six ans, la marque de chaussures de sport And1 et le prestataire Endurance Logistique travaillent dans une relation "gagnant-gagnant" fondée sur la confiance réciproque et la proximité.

Nouvelle venue sur le marché très concurrentiel de la chaussure de sport, la griffe "made in USA" And1 fait figure de naine comparée aux Reebok, Nike et autres Adidas qui vendent plusieurs millions de paires de baskets par an. Lancée sur l'Hexagone en 1999, la marque ne distribue alors que 5000 paires de chaussures à une trentaine de points de vente... "On a démarré tout petit, tout petit", se souvient, Patrick Pabot, responsable du développement d'And1 en France et gérant de la société. Pas compléxé néanmoins par la taille de son entreprise, le dirigeant décide dès le départ de sous-traiter la partie logistique de son activité.



"On se situe davantage dans une relation de partenariat que dans un rapport clients-fournisseurs",

SYLVAIN LONGO, ENDURANCE LOGISTIQUE

Aux "process compliqués" des gros logisticiens généralistes, il privilégie la "flexibilité" d'un petit prestataire spécialisé et trouve chaussure à son pied chez Endurance Logistique, une société de prestations de services fondée en 2001 par Sylvain Longo, ancien directeur logistique de Reebok France.

Avec son entrepôt de 1 500 mètres carrés de Combs-la Ville,

en Seine-et-Marne, et son unique préparateur de commandes, Endurance est, comme And1, une minuscule structure qui ne demande qu'à se développer.

Contrat de confiance

C'est donc en s'appuyant l'une sur l'autre que ces deux start-up vont grandir. En 2006, And1 a ainsi réalisé 5 millions d'euros de chiffre d'affaires et vendu 80 000

paires de baskets, soit 16 fois plus qu'au démarrage de l'affaire, il y a six ans. Endurance, de son côté, a déménagé à Buc (Yvelines), dans un entrepôt deux fois plus grand, où il gère désormais l'activité logistique d'une bonne dizaine de clients. Face à leur croissance respective, les deux sociétés continuent à entretenir des relations fondées sur la confiance. "On se situe davantage dans un partenariat que dans un rapport clients-fournisseurs", commente Sylvain Longo. Et Patrick Pabot, chez And1, d'ajouter: "nous n'avons pas mis en place de système de bonus-malus. Cela pourrait détériorer le climat de confiance dans lequel nous avons toujours travaillé". Au plan juridique, les deux

Aux "process compliqués" des gros logisticiens généralistes, la marque de sports-wear And1 a privilégié la "flexibilité" d'un petit prestataire spécialisé comme Endurance Logistique.



sociétés sont certes liées par un contrat logistique qu'elles reconduisent chaque année. Mais il s'agit d'un document simple de 6 ou 8 pages - *"et non pas de plusieurs dizaines de pages, comme cela se pratique parfois"*, note Patrick Pabot. Y sont formalisés les engagements réciproques de chacun des deux partis. Livraison dans les délais et dans des conditions de qualité optimales pour Endurance et engagement sur les volumes pour And1.

Servir tous les clients sans exception

La souplesse juridique qui encadre les relations d'And1 et d'Endurance Logistique a des répercussions positives au niveau opérationnel. Plutôt que de passer leur temps à gérer des différends, les deux partenaires se concentrent ainsi sur la satisfaction des clients et travaillent dans l'objectif com-

Le "second souffle" d'Endurance Logistique

Spira, Lugz, Cloggens... Ces marques de chaussures récemment lancées sur le marché français ont confié le stockage de leurs marchandises et la préparation de leurs commandes à Endurance Logistique, société de prestations fondée en 2001 par Sylvain Longo, ancien directeur logistique de Reebok France. Ces nouveaux contrats sont le résultat de la nouvelle stratégie commerciale initiée par le dirigeant depuis qu'il a racheté 100% des parts du capital de la société, en novembre 2006. "Depuis que j'ai pris les rênes de la société, l'objectif pour 2007 est de trouver une dizaine de nouveaux clients", affirme Sylvain Longo. Le prestataire, qui compte déjà parmi ses clients plusieurs marques de chaussure, dont Repetto (voir autre encadré), ainsi que des spécialistes de l'informatique, comme Techtools, Nerim et Comtrend, cible sa prospection sur des sociétés en démarrage, dans le e-commerce notamment, et mise sur l'équipement l'informatisation de son entrepôt (WMS et EDI) pour accroître son volume d'activité et concrétiser son ambition d'ouvrir un second entrepôt d'ici à 2008.

- Endurance Logistique en quelques chiffres :
 - chiffre d'affaires 2006 : 1,88 million d'euros
 - effectif : 8 salariés.

mun d'offrir une qualité de services optimale à tous les clients, sans exception, qu'ils s'agissent de la petite boutique du fin fond de la Creuse qui a commandé un tee-shirt ou de la plate-forme logistique internationale de Décathlon qui attend la livraison d'une quinzaine de palettes de marchandises. Pour répondre au mieux aux exigences des enseignes, And1 et Endurance ont choisi de travailler main dans la main. And1 a ainsi délégué un poste de responsable logistique sur le site d'Endurance à Buc. Un rapprochement salvateur qui permet à Endurance de réagir au quart de tour. *"En cas de retard d'approvisionnement ou de réclamation clients, Endurance en réfère directement au responsable logistique d'And1 qui n'hésite pas à se déplacer sur la « dalle » pour évaluer le problème et mettre en place, en partenariat avec les équipes d'En-*

Repetto fait confiance à Endurance

Jean-Marc Gaucher, PDG de Repetto, la marque de chaussons de danse préférée des petits rats de l'Opéra, n'a pas hésité longtemps avant de confier une partie de la gestion des flux logistiques de son entreprise à la société Endurance Logistique. Plus qu'au prestataire en lui-même, c'est à Sylvain Longo, le directeur associé d'Endurance que Jean-Marc Gaucher s'est adressé. Ces deux entrepreneurs dans l'âme se sont connus chez Reebok, où ils ont travaillé ensemble durant plus de dix ans. C'était entre 1987 et 1999. A l'époque, Sylvain Longo était le directeur logistique de Reebok France, alors sous la houlette de... Jean-Marc Gaucher !

Connaissant parfaitement les compétences et le travail accomplis par son ancien collègue, c'est donc tout naturellement que le nouveau maître de Repetto fait appel, en 2002, trois ans après avoir repris la marque de ballerines, aux services d'Endurance Logistique. Depuis, la collaboration entre les deux entreprises se renforce, au rythme de l'augmentation du chiffre d'affaires de Repetto. "On produit 3 000 à 3 500 paires de chaussons par jour, auxquels il faut ajouter le

textile et la maroquinerie. C'est trois fois plus qu'il y a trois ans !", précise Jean-Marc Gaucher. Dans le même temps, la marque, très offensive sur le plan marketing, a développé des opérations de PLV (Publicité sur le Lieu de Vente) et des campagnes de promotion, ce qui génère un accroissement des flux physiques et une activité logistique supplémentaire pour les équipes d'Endurance Logistique basées à Buc (Yvelines).

Si 60 % de la distribution quotidienne des marchandises sont encore assurés par les équipes de Repetto, sur son entrepôt historique de Saint-Médard-d'Excideuil en Dordogne, tout le reste de l'activité ainsi que la logistique de promotion sont désormais sous-traitées à Endurance Logistique. Par exemple, en janvier 2007, Repetto a confié à son prestataire la préparation et la distribution de près de 1 000 objets de PLV (présentoirs photos, visuels, etc.) vers plus de 500 points de vente répartis dans une vingtaine de pays d'Europe, d'Amérique et d'Asie. Très satisfait de la qualité du service de son prestataire, Jean-Marc Gaucher pourrait bien confier à Endurance Logistique la

gestion logistique de la future activité de e-commerce de sa marque. Repetto prévoit en effet de vendre ses ballerines sur Internet d'ici au second semestre prochain. De son côté, Sylvain Longo se dit prêt à relever le défi.

La marque de chaussons de danse Repetto a confié sa logistique de promotion au prestataire Endurance.



durance les solutions appropriées", explique Patrick Pabot. "Cela évite de passer des fax ou des coups de téléphone au siège et d'attendre une décision qui sera peut-être moins pertinente, compte tenu de la distance qui sépare les bureaux commerciaux de l'entrepôt", poursuit-il.

Fiabilisation des commandes

Si And1 donne donc les moyens à son prestataire de travailler dans de bonnes conditions, le prestataire, de son côté, ne lésine pas non plus sur les moyens pour offrir un service logistique optimal aux clients de son donneur d'ordres. Il y a quelques mois, Sylvain Longo a ainsi recruté un informaticien chargé de créer un système d'Échanges de Données Informatisés (EDI) entre Endurance et And1 ainsi qu'un WMS permettant d'enregistrer les mouvements d'entrée et de sortie des

marchandises dans l'entrepôt. Avec ces outils, And1 est informé en temps réel de l'état de ses approvisionnements et de ses stocks et n'a qu'à se connecter sur une interface extranet pour envoyer ses ordres de préparation de commandes à l'entrepôt. Dans le même temps, cette informatisation a eu des effets bénéfiques sur la qualité de la préparation de commandes. "Le système reçoit les commandes en temps réel et les consolide trois fois par jour, matin, après-midi et soir. Les bons de commandes sont ensuite imprimés et distribués aux opé-

rateurs qui n'ont plus qu'à flasher le code à barres inscrit sur le bordereau pour savoir où prélever la référence-produit correspondante", explique Sylvain Longo. Grâce à ce système, la préparation des commandes a été fiabilisée. Le prestataire affiche ainsi un taux d'erreur de 0,2 % contre 4 % en moyenne auparavant. Autre avantage du système : sa capacité à s'adapter très vite aux pics d'activité saisonniers du client. "On est aujourd'hui capable de préparer du jour au lendemain une commande de 3 000 paires de chaussures. Avant, la montée en puissance

n'était pas aussi rapide. Passer de la préparation de 100 à 3 000 paires demandait de recruter et de former du personnel intérimaire à la lecture à l'œil nu des étiquettes. Ce qui pouvait prendre plusieurs jours", observe Sylvain Longo. Endurance a donc désormais tous les outils nécessaires pour accompagner la croissance d'And1 annoncée pour juillet 2007. Pour autant, le prestataire ne compte pas en rester là. Après avoir informatisé le process de préparation des commandes, Sylvain Longo réfléchit maintenant à la prochaine étape, à savoir l'équipement de l'entrepôt en radiofréquence. Bénéficier de solutions technologiques à la pointe n'est pas pour déplaire à Patrick Pabot qui, six ans après le début de sa collaboration avec Endurance ne voit toujours que des avantages à travailler avec un "petit" logisticien.



"On produit 3 000 à 3 500 paires de chaussons par jour ; c'est trois fois plus qu'il y a trois ans",

JEAN-MARC GAUCHER, PDG DE REPETTO

Marie-Noëlle Frison