

SLPA-Chrono Pneus : la distribution responsable

Le grossiste lyonnais, filiale du groupe PHE, est une référence dans le milieu du pneumatique pour son savoir-faire, bien entendu, mais également pour sa philosophie. SLPA-Chrono Pneus se distingue par sa capacité à innover pour croître ainsi que par ses multiples initiatives en faveur de pratiques sociétales et environnementales plus respectueuses.

Fondé en 1989 par Serge Quéré à quelques kilomètres de là, SLPA-Chrono Pneus s'est installé à Saint-Laurent-de-Mûre en 2012. Son entrepôt s'étend sur 5 000 m² et affiche une capacité de stockage d'environ 100 000 pneumatiques.



Le calme avant la tempête. En ce mois de juin 2021, la plateforme de Saint-Laurent-de-Mûre (Rhône) n'a pas encore entamé sa «mue saisonnière», mais elle s'y prépare activement. C'est la loi du genre. Si l'hiver débute en décembre pour le commun des mortels et si les automobilistes les plus vigilants s'y intéressent dès l'automne, dans le monde de la distribution, les premiers jalons de la saison sont posés en pleine période estivale. Curieux contraste. Fondé en 1989, le grossiste SLPA – devenu SLPA-Chrono Pneus en 2015 après s'être rapproché de son homologue breton – connaît bien son sujet. C'est à lui que revient le soin de stocker pour que les enseignes de distribution et les



pneumaticiens ne rencontrent aucun souci d'approvisionnement à l'heure du rush. L'enjeu de cet exercice 2021 est toutefois décuplé. La société, qui affiche un chiffre d'affaires d'environ 30 M€, s'est ainsi fixé pour objectif de faire aussi bien qu'en 2019

Depuis quelques mois, le travail des opérateurs est grandement facilité par la technologie. Leur pad est devenu un véritable guide dans la plateforme leur indiquant le chemin à prendre, les produits et les quantités à prélever, et éditant aussitôt l'étiquette de transport.

sur le premier semestre et aussi bien qu'en 2020 sur le second – lequel, l'an dernier, avait été marqué par le redémarrage boulimique du marché après le premier confinement.

Une année 2021 stratégique
Dans un contexte difficile à analyser, cette feuille de route ambitieuse oblige le grossiste à anticiper encore plus. «La loi Montagne [qui entre en vigueur le 1^{er} novembre 2021, ndlr] va forcé-

ment avoir un impact sur le commerce de pneumatiques», note Christian Bougeard, directeur général de SLPA-Chrono Pneus. À l'heure actuelle, on table sur un segment hiver stable et un segment toutes saisons qui pourrait atteindre 20 à 25 % des ventes. Des prévisions qui restent perfectibles, contraignant les grossistes à gonfler leurs stocks. «On ne sait pas réellement comment le marché va réagir, mais nous considérons que ce n'est pas aux distributeurs de prendre le risque de surstocker. Ça, c'est le rôle du grossiste», ajoute le dirigeant.

En cette veille d'été, la plateforme lyonnaise (l'une des cinq en France), près de laquelle l'histoire à commencer à s'écrire il y a une trentaine d'années, est prête à absorber les flux à venir. Ses 50 000 enveloppes en rayons représentent seulement 50 % de ses capacités totales. À vue d'œil, pourtant, le site semble bien plein. Il faut en réalité lever la tête pour comprendre le «manège» qui va bientôt s'y opérer. Chez SLPA-Chrono Pneus, la hauteur sous plafond permet de jongler entre les différences saisonnières. Les racks vont progressivement gagner en hauteur tandis que, en parallèle, les pneumatiques hiver vont «redescendre» à mesure que la demande augmentera. Tout ceci n'a finalement rien d'unique pour quiconque a déjà visité une plateforme de ce type. Le vrai atout du grossiste est ailleurs.

Le WMS s'occupe de tout!
Depuis un an et demi, celui-ci a pris un véritable virage technologique, qui portera ses fruits lors du prochain pic d'activité. En 2020, lorsque la crise sanitaire a éclaté, la société a

déployé un nouveau WMS, un logiciel de gestion logistique, qui a pu être testé et ajusté en mars et avril, quand le pays était à l'arrêt. Une chance, tant le chantier était titanesque. «Ça paraît fluide quand on le voit comme ça, et c'est le but, mais cet outil a complètement changé la manière de travailler de nos opérateurs», souligne le responsable d'exploitation, Nicolas Tarrault, au moment de nous montrer les atouts de cette technologie utilisée ces jours-ci par l'opérateur José. Ce dernier vante les mérites de son pad à tout faire. Grâce à ce WMS, les stocks sont plus finement gérés et les préparateurs n'ont plus à préparer eux-mêmes leurs trajets dans l'entrepôt de 5 000 m², qui sont désormais optimisés et regroupés. L'outil peut rassembler plusieurs commandes en pool et guider l'opérateur le plus précisément possible. Gage à ce dernier d'aller au bon emplacement, de scanner le rayon puis le pneumatique. De suite, l'étiquette de transport sort sur l'imprimante installée sur son chariot élévateur. Le système est également en mesure de surveiller l'antériorité des références stockées, évitant ainsi les enveloppes oubliées dans un coin.

La RSE au centre de la stratégie
Cette technologie présente de nombreux avantages. D'abord en minimisant les erreurs, les contrôles au scan étant multiples tout au long du processus de préparation. Ensuite, et peut-être même surtout, en simplifiant le quotidien des équipes. «À première vue, on pourrait penser que nous avons gagné en productivité, mais ce n'est pas le plus significatif. Là où nous y gagnons énormément, c'est dans l'affectation des tâches. Tout est mieux anticipé, donc chacun sait à l'avance ce qu'il va faire et il peut se concentrer sur sa mission», développe Christian Bougeard. Cela a aussi l'avantage de rendre les nouveaux arrivants, notamment les intérimaires en périodes denses, opérationnels en très peu de temps. Ce changement chez SLPA-Chrono Pneus

entre naturellement dans une stratégie de croissance avec la volonté d'être toujours plus performant, mais il souligne aussi l'importance donnée par la direction aux conditions de travail. Le volet RSE est ainsi central dans la société. «C'est une question de convictions», confirme le directeur général. Adopter ce nouveau WMS, c'est l'assurance de faire mieux, mais c'est aussi l'occasion d'aider les équipes à se sentir bien avec des outils confortables. Et la démarche ne s'arrête pas à cet outil. Dans les bureaux, les salariés profitent de conditions de travail optimisées. La question du télétravail a fait l'objet d'une vraie réflexion. Celle de la pénibilité a déjà abouti, avec l'utilisation de convoyeurs se déployant dans les remorques des camions et grâce auxquels il est possible de mettre l'opérateur à la bonne hauteur et aussi de mécaniser la sortie des enveloppes.

Bientôt des exosquelettes?
Cette question de la pénibilité pourrait connaître une vraie révolution dans un futur proche. En concertation avec l'Assurance maladie et la médecine du travail, le grossiste expérimente le déploiement d'exosquelettes. Dans quel but? Rendre les charges moins lourdes et préserver le capital santé des équipes. Cette technologie est connue dans le monde du BTP pour soulever des sacs de ciment, par exemple. Un prototype est à l'étude. Pesant lui-même 6 kilos, il s'installe au niveau de la taille et permet de diviser par 10 le poids d'un pneumatique. Principale problématique à résoudre : cette technologie permet de réaliser un mouvement vertical et rotatif, mais pas les deux successivement. Autrement dit, l'exosquelette permet de soulever des pneus, mais pas de tourner pour les déposer sur un tapis roulant. Les recherches se poursuivent et une solution sera sans doute trouvée à court terme. En parallèle, la démarche RSE de l'entreprise s'intéresse aussi aux clients, avec de multiples volets. Très fort en marketing, SLPA-Chrono Pneus se pose en



Christian Bougeard, directeur général de la société, et Nicolas Tarrault, responsable d'exploitation, aux côtés d'un des opérateurs du site.

partenaire de ses clients. Au gré de campagnes et de messages savamment travaillés, elle les aide à aller capter les clients en leur posant les bonnes questions pour leur offrir le service le plus approprié.

Changer les habitudes des professionnels
La société entend aussi se montrer plus responsable en valorisant des productions plus locales. Parmi les 16 marques référencées, figurent quelques-unes d'entrée de gamme, dont certaines issues d'Asie. Le grossiste en commercialise depuis longtemps, sans jamais toutefois s'être montré réellement proactif sur le sujet. Aujourd'hui, entre des coûts de transport maritime qui s'envolent, rendant cette offre bien moins compétitive, et d'autres européennes qui le sont davantage, telles que la marque Kormoran (groupe Michelin), le choix est vite fait. «L'idée de consommer plus local, de réduire l'impact carbone est un argument qui sonne de plus en plus auprès des consommateurs», juge Christian Bougeard. Il aimerait également que le secteur soit plus performant sur la partie logistique, où de gros efforts sont encore à faire. «Il faut sensibiliser les professionnels sur cet enjeu», ajoute-t-il. Commander

au dernier moment, souhaiter avoir le produit dans l'instant suivant, le renvoyer sans contrepartie en cas d'erreur, tout ceci n'est plus acceptable, générant des flux de transport inutiles qui pourraient être facilement évités avec davantage d'anticipation. Forte de ses atouts et de ses convictions, SLPA-Chrono Pneus est une entreprise bien dans son temps. Pour se challenger et s'améliorer, elle propose depuis quelques mois à ses clients de noter leur expérience selon différents critères. Les résultats s'avèrent probants (la note moyenne est de 18,7/20) avec des items plébiscités comme la disponibilité, la gestion des litiges ou la facilité d'utilisation du site internet. Plus récemment, une expérience similaire a débuté en interne. Les salariés peuvent noter leur épanouissement, leur charge de travail ou leurs relations de bureau. Alors que sa société est adossée depuis 2016 à Parts Holding Europe, Christian Bougeard est fier de voir que SLPA-Chrono Pneus a désormais la puissance d'un grand groupe pour concrétiser ses projets tout en ayant conservé un circuit décisionnel court, simple et proche des équipes. Le meilleur des deux mondes, en somme.

ROMAIN BALY