

## Témoignage client SAP Distribution



Jean Leroux,  
DSI

En misant sur SAP for Retail en 1999, **Aelia**, société du groupe Lagardère, s'est construit un système d'information solide et performant. Aujourd'hui, le leader français du commerce des voyageurs souhaite aller plus loin en intégrant l'analyse multi-dimensionnelle à l'occasion de la migration vers la nouvelle version du progiciel. L'objectif est double : disposer d'un socle technologique autorisant un déploiement à l'international et obtenir un référentiel qualifié pour une meilleure compréhension des résultats.



## **AELIA**

### **LE LEADER FRANÇAIS DU DUTY FREE AMÉLIORE SA PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE**

Avec près de 430 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel et plus de 100 points de vente pour 1 300 collaborateurs, Aelia est l'un des leaders européens du commerce en Duty Free. Le groupe s'appuie principalement sur des enseignes spécialisées dans le monde du voyage (parfums, alcool, tabac, gastronomie, cadeaux, bagagerie, accessoires multimédia...) dans onze aéroports sur le territoire national. Par ailleurs, sa filiale AIR (Aero Inflight Retail) opère pour le compte des plus grandes compagnies aériennes internationales en commercialisant les produits à bord des avions.

Selon Jean Leroux, DSI du groupe Aelia, "Le commerce aux voyageurs (travel retail) diffère du commerce traditionnel. En effet, non seulement les comportements et attentes des clients sont spécifiques, mais nous devons prendre en compte la facturation en fonction de la destination du client, le calcul de la redevance aux aéroports, les contraintes douanières strictes, etc. Un métier où il faut sans cesse se tenir au courant des tendances et adapter son offre commerciale sur chacun des points de vente du réseau." Les objectifs sont clairs mais, sur le terrain, la mise en pratique s'avère complexe. En effet, le groupe Aelia est issu de rachats de sociétés, rachats qui ont eu pour conséquence de multiplier le nombre de systèmes d'information. En 1999, le groupe décide d'homogénéiser ses systèmes d'information avec SAP.

“Ce choix repose essentiellement sur la richesse fonctionnelle de SAP for Retail. Cette solution était la seule à savoir gérer correctement des politiques de prix différentes suivant les zones, les boutiques ou les canaux de distribution” précise le DSI. Pour atteindre son objectif et se faire accompagner sur son projet, le groupe fait appel à EDS pour sa double compétence d’intégrateur et d’infogérant.

“EDS dispose d’une forte expérience en ERP. En outre, la société de services connaît très bien notre problématique et notre activité, puisque la moitié des systèmes d’information était externalisée chez eux” explique Jean Leroux.

Partenaire préférentiel, EDS va accompagner Aelia de la manière la plus souple possible en déployant de nouveaux modules en fonction des attentes du groupe.

## **UNE STRATÉGIE RÉSOLUMENT ORIENTÉE VERS L’INTERNATIONAL**

L’ambition du groupe Aelia est aussi de se développer à l’international. Dans cette perspective, la direction lance en 2003 plusieurs projets pour consolider son système d’information. “Auparavant, notre système d’information était basé sur la gestion de multisociétés en monodevise. Nous devons désormais passer en multisociétés et multidevise. Cela passe par l’adaptation des différents plans comptables (un plan par devise et un plan pour le groupe) aux nouvelles normes IAS. Pour atteindre cet objectif, une migration de notre ERP s’imposait” souligne le DSI. Pour EDS, il s’agit de planifier le projet en douceur.

“Ce début d’année 2004 représentait une fenêtre idéale pour mettre à niveau le système d’information, sans impacter l’organisation de travail. La nouvelle version de SAP for Retail s’appuie sur un socle technologique plus ouvert et évolutif, et bénéficie

de processus optimisés. Un exemple ? Le calcul du réassortiment, réalisé automatiquement et dont la durée a été divisée par trois grâce au HPR. Il s’agit là d’une brique opérationnelle essentielle pour Aelia qui fonctionne en flux tendus”, explique Stéphane Raynaud, directeur chez EDS. En outre, pour anticiper le développement à l’international, il était impératif que la nouvelle version

soit prête à assumer la montée en charge sans risque. “En tant qu’infogérant, notre responsabilité était de dimensionner correctement le socle technologique sur la base de la nouvelle version de SAP for Retail afin de supporter les développements business

planifiés jusqu’en 2007” précise Stéphane Raynaud.

## **L’ANALYSE MULTIDIMENSIONNELLE POUR AMÉLIORER LA RÉACTIVITÉ**

Depuis quatre ans, la solution SAP avait capturé beaucoup de données mais leur restitution était restée faible et complexe. “Les processus mis en place ne permettaient pas alors de transmettre la bonne information à la personne concernée. Il fallait donc orienter le progiciel vers plus de création de valeur et le rendre plus accessible aux responsables marketing. L’objectif étant de permettre à Aelia d’être plus réactif pour augmenter son chiffre d’affaires, tout en pilotant sa marge” analyse Stéphane Raynaud. Une approche qui passe par un concept simple : apporter les bons produits au bon moment. “Cela implique une analyse plus fine de l’information. Les clientèles d’Aelia sont très différentes et segmentées selon les boutiques. On ne vend pas les mêmes produits à une clientèle scandinave et à une clientèle asiatique sur un même terminal aéroportuaire” précise Stéphane Raynaud.

Le choix se portera sur l’outil d’analyse multidimensionnelle SAP BW (Business Warehouse). “Il fallait d’abord vendre la solution

**“La solution SAP for Retail était la seule à savoir gérer correctement des politiques de prix différentes suivant les zones, les boutiques ou les canaux de distribution”.**

Jean Leroux, DSI du groupe Aelia.

au comité de direction car elle disposait déjà d'un outil de reporting financier. Mais avec SAP BW nous bénéficions d'une solution préconfigurée et évolutive pour un reporting élargi à l'achat, à la vente et à l'analyse marketing" remarque Jean Leroux.

### **DU TRANSACTIONNEL AU DÉCISIONNEL**

Pour convaincre, l'idée est alors de faire la preuve par l'exemple. Les deux ans d'historique sont intégrés dans SAP BW, soit quelque 14 000 produits actifs et plus de 6 millions de tickets.

"Nous avons accompagné Aelia étape par étape dans ce projet. Nous avons récupéré les reporting sous Excel et extrait les données pour construire les premiers cubes décisionnels. Ensuite seulement, nous avons démontré au comité exécutif en temps réel la capacité d'analyse de SAP BW. Il ne restait plus qu'à réaliser d'autres cubes et continuer dans cette même logique" explique Stéphane Raynaud. Un exercice qui prouvera son efficacité, la qualification des données et la performance de l'outil ayant séduit le comité exécutif.

"Cette solution apporte de nombreux bénéfices" résume Jean Leroux. "Auparavant, les utilisateurs réalisaient leur reporting manuellement sous Excel, avec des rapports différents pour le tabac, la parfumerie, etc. Aujourd'hui les reporting sont homogènes et bénéficient de données cohérentes en limitant les risques d'erreurs. Par ailleurs, l'automatisation des tableaux de bord permet à chacun de se consacrer plutôt à l'action qu'à la production de chiffres. En outre, nous disposons d'une analyse plus fine des résultats opérationnels par boutique, selon le site, sa surface... Cela nous permet d'être plus réactif et d'ajuster notre offre." A l'heure actuelle Aelia déploie SAP BW auprès des responsables

de points de vente et des responsables marketing. "Toutes les informations sont désormais accessibles via notre portail Intranet. Notre seul souci est de canaliser le potentiel de la solution et de limiter les possibilités d'analyses et de reporting en fonction des populations (responsable de vente, marketing, etc.)" note le DSI.

### **UN SOCLE TECHNOLOGIQUE ROBUSTE POUR SUPPORTER DE NOUVEAUX SERVICES**

2004 sera sans aucun doute une année clé pour le système d'information d'Aelia : migration vers la nouvelle version, mise à jour de l'ensemble du matériel de formation SAP (Intranet AeliaCampus), déploiement de l'outil d'analyse multidimensionnelle et intégration de nouvelles fonctionnalités dans des délais record. "A partir de notre base transactionnelle, nous avons pu ajouter des services tels que la carte de fidélité et les pré-commandes. Dans le premier cas, SAP for Retail nous permet de stocker le numéro de carte de fidélité dans la base pour dialoguer plus facilement avec des partenaires comme ADP (Aéroport de Paris) ou Euro-tunnel. Le service de pré-commande avait quant à lui été développé initialement pour Eurotunnel" note Jean Leroux.

Ce service permet de commander ses achats à l'avance via un canal (télécopie, kiosque, etc.) à Londres avant de prendre le "shuttle" Eurotunnel pour Calais.

Ce type de service est aussi disponible sur le site Internet ADP (Aéroports de Paris). "Effectuer une pré-commande via Internet est une compétence que nous devons proposer à nos clients, les aéroports" remarque le DSI. Pour le moyen terme, Aelia mène en parallèle une réflexion pour rénover le back-office des caisses enregistreuses et l'interfacer avec SAP for Retail et SAP BW.

**"La mise en place progressive de SAP BW a permis à AELIA d'orienter le progiciel vers plus de création de valeur en le rendant accessible aux responsables marketing".**

Stéphane Raynaud, Directeur, EDS France.

“Il s’agit d’un projet de rénovation complet de l’encaissement. Vaste chantier, il devrait nous permettre de mieux gérer des promotions et de les intégrer directement dans le back-office du constructeur des caisses (Pie Electronic)” souligne Jean Leroux.

Face à tous ses projets, Jean Leroux reste serein. “SAP fait clairement partie de notre stratégie pour atteindre l’excellence opérationnelle, domaine dans lequel nous disposons d’une avance évidente par rapport à nos concurrents. Nous bénéficions d’une plateforme performante et évolutive qui nous permet d’intégrer de nouveaux modules en fonction de nos orientations stratégiques comme l’outil décisionnel de SAP. Mais le groupe vise un développement important à l’international pour lequel toutes les énergies sont mobilisées.”

## ARCHITECTURE TECHNIQUE

Solution :	SAP for Retail 4.7 : Retail, Finance et Contrôle de Gestion ; SAP BW 3.3
Base de données :	Oracle 9.2
Nombre d'utilisateurs :	180 utilisateurs déclarés
Serveurs (en infogérance chez EDS) :	- 2 serveurs HP (RP7410) sous Unix HP-UX 11.i pour la production - 6 CPU cadencés à 750 MHz - Baie EVA5000 (5 Tera-octets)