

# Supply Chain

## MAGAZINE

Le magazine professionnel des décideurs de la Supply Chain  
Juillet-Août 2017 - Numéro 116 - Exemple gratuit  
[www.SupplyChainMagazine.fr](http://www.SupplyChainMagazine.fr)

MADE IN FRANCE



**VERS UNE  
RELOCA-  
LISATION ?**

**DOSSIER : LE WMS AGILE AU SERVICE DU CLIENT**

# Le WMS agile au service du client



Le WMS (Warehouse Management System) accompagne les nouvelles méthodes de distribution. Poussé par le tsunami de l'omni-canal et la convergence des stratégies B2C et B2B, l'optimisation du traitement des commandes répond aujourd'hui plus aux contraintes clients qu'aux contraintes logistiques.

A ses côtés, l'Order Management System (OMS) devient incontournable en tant qu'orchestrateur de commandes, pour offrir une visibilité globale.

© NULPLUS-FOTOLIA

**D**ans un environnement omni-canal, le client, qui occupe une position centrale, doit pouvoir choisir par quel biais se procurer son produit. Un WMS (logiciel de gestion d'entrepôt) doit lui procurer de la visibilité sur la disponibilité des produits de chacun des vecteurs d'approvisionnement et savoir préparer tous types de commandes. Il faut tenir une « promesse client », de plus en plus ambitieuse en terme de variété, de délais et de coûts, qu'elle soit directe ou via des magasins.

Pour offrir une expérience client sans coutures, l'efficacité de processus Supply Chain, dont la complexité est croissante du fait des multiples contraintes auxquelles ils sont confrontés, en particulier au niveau de l'exécution, est primor-

diale. Sans compter la volatilité de la demande finale, influencée notamment par les réseaux sociaux. Dans un contexte omni-canal, les flux du WMS sont davantage tirés par la demande et les contraintes transport. Le WMS, pris entre la commande amont et la livraison en aval, doit répondre aux attentes de fluidité de réception, mise en stock ou pas si cross-dock, préparation, expédition, voire d'autres tâches périphériques à valeur ajoutée (asilage, pré-colisage, emballage...). Il doit gérer divers modes de préparation, en manuel, mécanisé ou automatisé, en fonction des volumes et des contraintes. Il doit également de plus en plus gérer efficacement les flux retours (cf l'évolution pratiquée sur son WMS par Acteos pour son client Monoprix qui développe la livraison alimentaire chez le particulier afin de simplifier le traitement des retours et la remise en stock).

#### **Visibilité et réactivité**

Côté distribution, la volonté est de réduire les stocks en magasin, de même que les surfaces de vente, de retour en centre-ville, tout en augmentant le stock disponible à la vente. Avoir une visibilité complète et détaillée de ses stocks en temps réel et prévisionnelle pour les ventes en ligne et en



**Nathalie Lopez,**  
Consultante  
EMEA  
SCE Solution  
chez Infor



**Patrick Rehel,**  
Directeur  
Commercial  
de Negsys.



**Giovanni  
Guzzardi,**  
Chef de Produit  
WMS  
chez Acteos



**Rémy  
Malchirand,**  
Directeur France  
de Manhattan  
Associates

magasins devient crucial afin de préparer les commandes au meilleur endroit de la chaîne, compte tenu des contraintes (géographiques, délais, coûts, volumétrie...). La disponibilité produit est un enjeu commercial prioritaire. Pour Hugues Doli-gez, Senior Manager, Diagma, « les clients B2C demandent un pilotage fin et un système d'order management en ordre de marche capable de diriger les commandes quel que soit le canal en temps réel au mieux vers le site logistique et le processus ad hoc. La réactivité du WMS est essentielle ». Un WMS ancien, avec son lot de développements spécifiques, long et coûteux à mettre à jour, aura du mal à s'adapter rapidement aux changements d'organisation dans le pilotage des stocks. La gestion de la distribution multi-canal requiert la mise en œuvre d'un orchestrateur de commande, offrant une visibilité totale et temps réel de tous les stocks (entrepôts multi-niveaux, magasins, stocks en transit, achats en cours, ..), afin d'être en mesure de prendre des engagements de livraison, de suivre et réaliser ces engagements. La multiplication des points de stockage génère de multiples possibilités de livraison que seul l'Order Management System (OMS) couplé aux WMS et aux TMS (Transportation Management Systems) permet de garantir. « Les entreprises souhaitent que leurs clients puissent suivre les étapes de préparation et de livraison. Le WMS doit collaborer pour communiquer les informations ad hoc », complète Isabelle Badoc, Directrice Marketing, Generix

### Montée en puissance de l'OMS

Plusieurs éditeurs mettent en avant la montée en puissance de l'OMS pour une allocation multi-site des commandes. Il donne une vision transverse des stocks et permet de les réserver et de les affecter au mieux. « Les entreprises B2B vendent de plus en plus de solutions complexes, clés en mains, qui sont une agrégation de produits initialement vendus séparément qu'il faut à présent livrer depuis plusieurs sites et souvent gérés dans différents ERP, explique Laurent Denuit, Responsable Développement des Ventes SCM d'Oracle. L'OMS permet d'éclater des commandes complexes



© Corbis-Fotolia

au niveau de la ligne et de synchroniser les services associés aux mouvements de produits. »

Certains éditeurs comme Manhattan Associates ou JDA, via un partenariat avec IBM, proposent un OMS. La fonction est souvent gérée au sein de l'ERP, comme dans S/4Hana de SAP. L'éditeur américain Infor cherche à acquérir un OMS. Rémy Malchirand, Directeur France de Manhattan Associates, prend l'exemple de la marque au crocodile : « Chez Lacoste, qui vend principalement aux grands magasins, devant son réseau de boutiques, lui-même devant les ventes e-commerce B2C, l'OMS est configuré pour pouvoir « voler » au besoin un produit dans le stock B2B, afin de servir efficacement le client, tout en minimisant le niveau de stocks ».

Dans ce cadre, « le WMS doit être en mesure de prendre en compte les stocks d'entrepôts physiques ou virtuels, les centres de distribution dédiés au Net ou au drive (« dark stores »), des stocks déportés », indique Nathalie Lopez, Consultante EMEA SCE Solution chez Infor. De plus, un même stock physique peut être divisé en stocks logiques, selon leur destination (boutique, grossiste, e-commerçant). Si le magasin est, dans un cadre omni-canal, un lieu de stockage et de picking, il utilise



rarement un WMS pour gérer les mouvements et les préparations de commande. Certes, Manhattan Associates cite Carrefour Espagne qui utilise son WMS pour préparer des commandes en magasin. Toutefois, en click and collect, les solutions point de vente restent privilégiées, d'une part parce que le collaborateur est appelé à y réaliser différentes missions, et d'autre part, parce que les clients qui prennent les produits en rayon rendent difficile l'optimisation du chemin de préparation.

### Order streaming

La frontière logistique entre les secteurs B2B et B2C devient de plus en plus poreuse. Aussi le WMS, conçu initialement pour affecter des commandes à un stock en entrepôt via des vagues de préparation, change de priorités avec la convergence des objectifs : les distributeurs, e-commerçants et fabricants souhaitent désormais toucher directement le client final. Le WMS doit être capable très rapidement de traiter un nombre élevé de commandes, souvent mono-produit en B2C. Il doit lancer des vagues de préparation en temps réel, en optimisant les commandes par contraintes clients plus que logistiques. Aujourd'hui, des spécialistes de la pièce détachée automobile prennent pour référence logistique et service client le site de vente en ligne Cdiscount. Rémy Malchirand prend quant à lui l'exemple de Saint Gobain Glass : « *Il produit en make to order des vitres automobiles. Tenir les délais est clef pour ne pas générer de frustration chez le client final. Les problématiques de juste à temps, la réduction des stocks et la promesse client sont cruciales dans tous les secteurs* ». Le respect des délais, la réactivité, la capacité à traiter une commande urgente sont essentiels, tout en optimisant les moyens et les ressources humaines. « *Nous avons travaillé en ce sens pour Nike depuis*

plus de 2 ans », explique Rémy Malchirand. L'enjeu essentiel est l'ordre streaming, ou fluidification du traitement des commandes en gérant plusieurs types de vagues de préparation – voire en s'en affranchissant – est de sortir de « l'effet tunnel » via aussi plusieurs modes de prélèvement. Le WMS doit pouvoir lancer des vagues de façon plus fine (préparation par zone, voire allée), avant d'éclater les quantités en commandes, de préparer en rafales...

### Volonté d'autonomie

Par ailleurs, les entreprises veulent pouvoir installer mais aussi faire évoluer rapidement et aisément leur outil. Hugues Doligez avance : « Dans le choix de l'éditeur, la capacité de son équipe à répondre rapidement pour intégrer une spécificité, une évolution de l'activité pourra être un critère important. Cela va de pair avec la possibilité de paramétrer et personnaliser soi-même pour être plus autonome ». « Les entreprises veulent un outil profond simple à utiliser, pour que le métier puisse prendre la main dessus sans faire appel à des experts IT. Les utilisateurs d'anciens WMS souffrent d'une certaine rigidité », ajoute Julien Masion, Consultant Supply Chain chez SAP, qui met en avant la solution de déploiement rapide de solutions de l'éditeur allemand, utilisable dans divers entrepôts et points de stockage, grâce à la pré-configuration des processus. Selon Patrick Rehel, Directeur Commercial de Negsys qui propose depuis 2007 un WMS 100 % cloud, représentant 95 % de sa base installée (avec une migration des derniers pour octobre 2017), les attentes du client sont d'abord les fonctionnalités puis le coût de l'interfaçage et l'ergonomie de l'outil. Thomas Tschinschang, Directeur Commercial de KLS Logistic Systems met en avant quant à lui une attitude quasi-paradoxe : « Nombreux sont ceux qui souhaitent un outil standard facile à mettre en place, mais qui peut gérer leurs spécificités. Ils veulent accéder à l'application quel que soit le support (PC, terminaux portables, mobile, web), qu'il soit multi-site et multipropriétaire (stocks détenus par différentes entités). En outre, nos clients sont rassurés par nos chefs de projet sectorisés par métier. En tant qu'intégrateur, nous formons les super-utilisateurs et les équipes SI pour dupliquer des sites, les aidons à changer de processus opératoires ».

### Essor du Labor Management

Les WMS, qui offrent tous un même socle fonctionnel, voient leurs fonctionnalités s'élargir. Certains proposent des fonctionnalités que l'on retrouve dans des TMS, comme Spidy de Negsys qui intègre une fonction d'impression des étiquettes transport. Le module de Labor Management pour gérer les ressources humaines de l'en-



trepôt en fixe ou en intérim a le vent en poupe. JDA Software indique aller jusqu'à la planification des ressources en fonction des portefeuilles de commandes. « Notre WMS utilise le moteur de prévisions pour anticiper les besoins en termes de ressources, lisser la charge et réaliser des arbitrages, met en avant Giovanni Guzzardi, Chef de produit WMS d'Acteos. De plus, il fournit des informations de BI (alerte, avance, retard...). Il pilote automatiquement des actions récurrentes. Les managers peuvent effectuer une gestion par exception ».

### Mobilité et gamification

Les entreprises sont friandes d'applications mobiles fonctionnant sur différents appareils, avec des interfaces utilisateurs intuitives, à destination de managers qui peuvent accéder aux tableaux de bord, tout en restant au contact de leurs équipes. Julien Masion remarque que « la gamification touche aussi les opérateurs en entrepôt, qui préfèrent utiliser smartphones et tablettes plutôt que des terminaux traditionnels ». Les éditeurs de WMS prennent donc aussi en compte les attentes des différents acteurs de l'entrepôt. Ceux qui aimeraient avoir le même confort d'utilisation qu'avec leur smartphone, qui a cependant quelques générations d'avance sur les outils professionnels. En France, le terminal radiofréquence s'avère plus difficilement détronable que dans d'autres pays, mais les éditeurs affirment faire des efforts sur l'ergonomie.

### Le WMS au sein d'un écosystème interopérable

La transmission de données via l'EDI laisse progressivement la place aux réseaux sécurisés et aux portails collaboratifs. « La connectivité est, avec la visibilité, le grand enjeu des systèmes d'informations logistiques », souligne Didier Santurette,



Directeur du Développement d'Acsep, éditeur du WMS IzyPro et intégrateur. Les API sont indispensables à la facilité d'échanges à travers l'écosystème logiciel. Pour Thomas Tschinschang, « le WMS doit être interopérable avec l'ERP, l'OMS et le TMS, avec une exigence de plus en plus forte de rapidité de communication. Le transport influe sur le choix du site de préparation de la commande.

*Nous avons un EAI [NDLR : Enterprise Application Intégration] dans notre application, nous laissons ouvertes nos interfaces à nos clients pour qu'ils puissent faire évoluer leur SI sans difficultés ». Negsys mise sur son système d'interfaçage Easy Connect pour fluidifier les échanges. Sébastien Vittecoq, Consultant Senior Solutions de JDA, fait remarquer : « Notre R&D travaille sur 2 axes : l'ergonomie, ainsi que l'intégration du WMS avec l'OMS, le TMS et le planning pour qu'il soit plus agile ».*

Ainsi, le WMS s'inscrit de plus en plus dans un écosystème ouvert ; il s'interface avec les systèmes d'e-commerce, l'OMS, les logiciels de gestion de points de vente, l'ERP, le TMS, les solutions de planification et de prévision des ventes, les outils de mécanisation/automatisation gérés par le WCS (Warehouse Control System), les systèmes de pilotage de l'Internet des Objets. D'après Hugues Doligez, « dans un proche avenir, les WMS se distingueront selon leur capacité à intégrer de façon automatisée au plus fin les prévisions d'activités issues de l'APS [NDLR : Advanced Planning System] et à adapter leur réponse au mieux en termes de ressources, permettant d'anticiper les pics ». Les frontières logicielles deviennent de plus en

plus floues. Chez plusieurs éditeurs, comme Acteos, la suite de Supply Chain Management s'éclate en plusieurs briques dans lesquelles chaque entreprise peut piocher en fonction de ses besoins. Pour Nathalie Lopez, « une solution Supply Chain intégrée favorise le mode collaboratif entre les acteurs de la chaîne et la convergence des processus B2B et B2C ».

### Des concurrents petits et grands

Le principal concurrent du WMS « stand alone » est le module de gestion d'entrepôt intégré à l'ERP. Sont également cités par certains interlocuteurs ses cousins dans l'entrepôt, le Warehouse Control System (WCS) qui gère les automatismes et prend de plus en plus de place du fait de l'essor de l'automatisation en entrepôt, et le Warehouse Execution System (WES), dont les fonctionnalités recoupent celles des 2 précédents systèmes. Certains éditeurs, comme KLS Logistic, intègrent un moteur WCS. Le WMS EWM de SAP inclut une couche de pilotage de tous types de mécanisation. Infor est en recherche de partenaire côté WCS.



Indicateurs du WMS Spidy sur smartphone.

### Pas d'envol dans les nuages

Les promesses du cloud, dans ses différentes variantes en termes d'hébergement et de tarification, sont d'en finir avec les montées de versions coûteuses et lourdes. Place au déploiement rapide et aux mises à jour régulières, qui viennent progressivement renforcer les fonctionnalités. « Seuls les WMS Cloud possèdent dans leur ADN la nécessaire adaptabilité à un marché toujours plus changeant par la mise à disposition très régulière des dernières innovations et bonnes pratiques, affirme Laurent Denuit. La quasi-totalité des ventes d'Oracle depuis 2 ans est réalisée en cloud, ce qui a conduit à acquérir en 2017 une solution partenaire, Logfire, concepteur dès 2008 d'un WMS natif en mode SaaS. Oracle propose désormais l'ERP et la Supply Chain nativement intégrés dans le Cloud, garantissant une convergence native et temps réel entre tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement : OMS - WMS - production - S&OP - approvisionnements - IoT ... »

Le cloud permet de variabiliser les coûts. Le mode locatif séduit les prestataires logistiques qui ont signé des contrats de 3 ans avec leurs clients. Le mode SaaS démocratise l'accès au WMS, car l'entreprise n'a plus à maintenir une infrastructure sécurisée et redondée.

L'enjeu de disponibilité 24h/24, 7j/7 et celui de résilience du SI sont majeurs. Les principaux freins au passage au cloud sont la disponibilité et la crainte de temps de réponse trop longs. « Le challenge est le temps de réponse et la bande passante du pays si l'entrepôt est par exemple au

Brésil tandis que les serveurs sont en Europe », avance Sébastien Vittecoq. Un WMS cloud exige un réseau 100 % fiable. Pour Infor, qui a opté pour une stratégie cloud, le temps de réponse pourra également dépendre de la complexité du système et des automatismes à intégrer. D'autres évoquent comme frein la réticence à mettre leurs données critiques dans le nuage.

Aussi l'engouement pour le cloud n'est pas aussi prégnant côté WMS que TMS. Le mode sous licence hébergé par le client a la peau dure. KLS indique que l'acquisition de licence reste le mode le plus courant, avec une moitié hébergée chez eux, l'autre chez un hébergeur tiers. De même, la majorité des clients d'Acteos ne sont pas en SaaS et hébergent les données sur leur réseau interne ou chez un hébergeur. Mais, pour Remy Malchirand, « au fur et à mesure que la DSI perdra en compétences d'hébergement, les entreprises iront naturellement dans le cloud aussi pour le WMS ».

### Intégration des nouvelles technologies

L'entrepôt est depuis longtemps un lieu d'innovation : automatisation, AGV [NDLR : Automated Guided Vehicules], picking assisté... « Les éditeurs se distinguent par la capacité à développer des apps en entrepôt pour intégrer les nouvelles technologies : IoT, RFID... », est convaincu Julien Masion. Oracle IoT Asset Monitoring Cloud permet de suivre précisément les stocks et de réapprovisionner automatiquement des entrepôts ou stocks magasins. KLS est en phase de recettes d'un projet de lunettes de réalité augmentée avec un partenaire avant de le tester chez un client : des informations s'affichent sur les lunettes, laissant les mains libres pour préparer les commandes. Le WMS de JDA est utilisé pour gérer un entrepôt DHL qui utilise des lunettes intelligentes et par un autre qui utilise un drone d'inventaire. Le JDA Labs à Montréal travaille par ailleurs sur un nouvel algorithme de distribution des tâches en entrepôt. Infor, qui a défini une feuille de route avec ses clients, réalise un Poc sur un drone d'inventaire. « Il s'agit d'intégrer de la RFID et de la photo grâce à des API », commente Nathalie Lopez.

Au final, la gestion de stocks multi-dépôt ou multi-client, l'intégration dans un SI complexe composé d'applications diverses pour avoir la visibilité globale sur les stocks en temps réel, l'échange d'informations de traçabilité des flux sont autant de challenges que doivent relever les WMS de dernière génération. Le système de gestion d'entrepôt devient intelligent, et l'information disponible en temps réel, sa nourriture intellectuelle. Les prochaines étapes devraient logiquement être l'intégration des prévisions puis de l'intelligence artificielle. ■

CHRISTINE CALAIS



## Efilog a opté pour le SaaS



© Efilog

**Sylvain Mignot**

Efilog est un prestataire logistique e-commerce créé en 2009 et sa société sœur est Cosphalog, spécialisée dans la cosmétique et la parapharmacie, créée en 2012. Sylvain Mignot, Dirigeant d'Efilog a porté son choix sur Spidy, WMS de Negsys, en 2010 pour gérer les entrepôts des 2 sociétés : « Le WMS est loué et hébergé sur les serveurs de Negsys, c'est plus simple. Nous avons pu le personnaliser à souhait pour répondre aux besoins des différents donneurs d'ordre ; Negsys a été très réactif vis-à-vis de nos demandes de développement. Dans nos 3 entrepôts, son principal atout est la traçabilité. Nos clients peuvent se connecter et télécharger différentes infor-

mations : situation de stocks, historique des mouvements de stocks... Et il est connecté aux principales plates-formes de e-commerce comme Magento. Nous attendons aujourd'hui une ergonomie plus attrayante ». ■ **CC**



© Efilog

Site d'Efilog



© Efilog

## Julbo a augmenté la réactivité de son processus logistique



Emmanuel Arousseau

Chariot de préparation multi-commande (processus avec calcul de pré-colisage) sur le site de Julbo.

Le fabricant jurassien Julbo, fondé en 1888, vend ses lunettes de soleil, masques et casques de ski dans 90 pays, via des distributeurs ou plus rarement, des filiales. En 2013, il envisage d'évoluer vers un système goods to man pour absorber la croissance de l'entreprise et améliorer la productivité sans changer d'entrepôt, un site historique de 1.000 m<sup>2</sup> de stockage et de 1.000 m<sup>2</sup> de picking. Les coûts de maintenance élevés réorientent le projet vers un WMS destiné à remplacer un module de gestion basique dans l'ERP Sage X3, associé à des terminaux radio Hub One. Il fallait pouvoir gérer une activité saisonnière : préparation d'octobre à décembre pour les masques et casques de ski, au printemps et à l'été pour les lunettes de soleil.

Il choisit en novembre 2014 le WMS de KLS dont il acquiert la licence, et souscrit au service de maintenance. Il s'équipe de nouveaux terminaux radio. Pour les 2 modes de préparation – pré-colisage pour préparer plusieurs petites commandes d'opticiens et préparation classique en palettes pour des distributeurs à l'international – la PME créée en 1888 a conçu ses propres chariots de préparation. Le WMS est interfacé avec l'ERP, qui lui transmet les commandes, ainsi qu'avec le logiciel en web-service Exlabel de TDI d'édition d'étiquettes de transport. C'est l'ensemble du processus logistique qui est revu : refonte des zones logistiques, adressage plus fin, standardisation des cartons de suremballage, spécialisation des tâches, réduction du nombre de préparateurs. Avec un taux de renouvellement annuel de 30 % des références, la gestion du paramétrage article a été optimisée pendant la phase d'analyse fonctionnelle. Emmanuel Arousseau, Directeur Supply Chain, est satisfait : « Le WMS crée automatiquement des vagues de préparation. Il a augmenté la réactivité du processus logistique. Le délai moyen de première livraison au client (produits en stock) a été presque divisé par deux. La qualité de préparation s'est améliorée ». Le nouveau système a démarré le 1<sup>er</sup> octobre 2015, pour pouvoir gérer le pic d'activité de fin d'année. Début 2016, après la mise en place de correctifs et d'améliorations post-démarrage, Julbo retire les premiers bénéfices. Aujourd'hui, il a obtenu des gains de productivité de 30 % sur ses deux modes de préparation. ■ CC



## La sérialisation des médicaments pousse le laboratoire Aguettant à migrer

Le laboratoire pharmaceutique Aguettant a installé en 2007 pour la première fois un WMS, WM4000 d'Infor, dans son unique entrepôt de 11.000 m<sup>2</sup> à Saint-Fons, près de Lyon. Au bout de 10 ans, un nouvel outil s'avérait nécessaire, notamment pour prendre en compte la sérialisation des médicaments à destination de l'Europe, qui va devenir obligatoire le 9 février 2019. Après avoir regardé une autre offre du marché, le laboratoire français a choisi de monter en version en passant à Infor SCE version 10, qu'il va installer sur ses serveurs. 75 utilisateurs y auront accès. Frédéric Coulon, Responsable

du site logistique, explique : « Il couvre tous nos besoins en standard. Il a pour avantages d'être ergonomique, totalement compatible avec notre ERP Microsoft Dynamics, de gérer nos nouveaux modes de préparation de commandes ainsi que la réception, jusqu'ici gérée dans l'ERP. Il a une couverture fonctionnelle large, avec un module de TMS et un autre de gestion des ressources. Nous sommes en phase de recettes. Les utilisateurs retrouvent leurs marques sans difficultés, connaissant la logique d'Infor, ce qui raccourcit le temps de formation et d'intégration ». ■ CC

## Europe de l'Ouest, un marché mature de renouvellement

Le marché du WMS reste globalement très dynamique, avec la transformation du modèle B2B de plus en plus inspiré par le modèle B2C. Au niveau mondial, Infor estime que de 2017 à 2023, le taux de croissance annuel moyen devrait être de 14,1 % sur le marché du WMS Tier 1, destiné aux grandes entreprises. L'éditeur américain note que la Chine, la Malaisie, la Thaïlande et l'Inde connaissent une forte croissance. L'implantation de nouveaux hubs logistiques en Amérique du Nord et en Europe devrait doper ces marchés. Plus précisément, si l'Europe du Sud, de l'Est et le Moyen-Orient présentent des opportunités d'équipement, l'Europe de l'Ouest est un marché mature et saturé, donc de renouvellement. En Europe selon KLS Logistic, les éditeurs français sont bien placés sur les appels d'offre de renouvellement de grands sites. Le marché français

est plutôt en faible croissance, bien qu'il devrait repartir du fait de systèmes onéreux et obsolètes en place dans de grandes entreprises. KLS remarque sur son segment des entreprises de taille moyenne une reprise en France depuis 2 ans, avec plus de renouvellements et de nouveaux projets. Pour Negsys, la France est essentiellement un marché de renouvellement, avec encore des entrepôts où le WMS vient remplacer un développement maison arrivé à saturation. ■ CC



**Gilbert Garcia,**  
PDG  
de KLS Logistic

