

## **Près de 75 % des entreprises de produits de consommation et de distribution se tournent vers l’approvisionnement régional dans un contexte d’instabilité mondiale**

***L’équilibre des coûts et la résilience seront essentiels pour les entreprises de produits de consommation et de distribution, alors que plus de 40 % s’attendent à des ruptures de stock et près de 40 % à des retards de livraison pendant les fêtes de fin d’année***

Paris, 15 novembre 2023 – Les entreprises du secteur des produits de consommation et de la distribution diversifient et localisent leurs chaînes d’approvisionnement pour faire face aux défis de la livraison du dernier kilomètre, réduire les délais de livraison et éviter les ruptures de stock pendant la période chargée des fêtes de fin d’année. D’après le dernier rapport du Capgemini Research Institute, [\*illuminating the path: Building resilient and efficient supply chains in the consumer products and retail industry\*](#) (« *Eclairer le chemin : construire des chaînes d’approvisionnement résilientes et efficaces dans les secteurs des produits de consommation et de la distribution* »), près de 8 entreprises sur 10 (79 %) diversifient aujourd’hui leur base de fournisseurs, et 71 % d’entre elles investissent activement dans la régionalisation et la localisation. Par exemple, 83 % des organisations investissent activement dans le « *friend-shoring* »<sup>1</sup>, une pratique commerciale croissante où les réseaux de la chaîne d’approvisionnement se concentrent sur des pays considérés comme des alliés politiques et économiques afin de réduire davantage l’exposition au risque. Le rapport examine la manière dont les organisations de ces secteurs transforment leur stratégie de chaîne d’approvisionnement afin d’insuffler résilience, efficacité et durabilité à leur activité.

D’après le rapport, les chaînes d’approvisionnement mondiales sont actuellement menacées par une multitude de facteurs, notamment l’inflation, les tensions géopolitiques, la dépendance excessive à l’égard de certains pays pour les composants, la fluctuation des taux de fret et la congestion des ports. Plus des trois quarts (77 %) des entreprises du secteur des produits de consommation et de la distribution ont déclaré que les questions géopolitiques ont un impact sur les coûts et l’efficacité des chaînes d’approvisionnement. Dans ce contexte, le rapport a constaté que le *nearshoring*<sup>2</sup> et l’approvisionnement local (au sein du même pays) gagnent en importance, car les organisations tentent de trouver un équilibre entre maîtrise des coûts et résilience.

À l’échelle mondiale, d’ici 2025, les achats *offshore*<sup>3</sup> devraient diminuer de 7 %, tandis que le *nearshoring* et l’approvisionnement local devraient augmenter de 4 % et 3 % respectivement. L’Amérique du Nord est à la

---

<sup>1</sup> Source: World Economic Forum, “What’s the difference between ‘friendshoring’ and other global trade buzzwords?” February 17, 2023.

<sup>2</sup> Le *nearshoring*, par différence à l’*offshoring*, est le fait de délocaliser une activité économique, mais dans une autre région du même pays ou dans un pays proche. Ici, le lieu d’approvisionnement est situé à proximité de la destination finale de la vente ou du consommateur (par exemple le Mexique pour les Etats-Unis et le Canada, l’Europe de l’Est pour l’Europe centrale et de l’Ouest).

<sup>3</sup> L’*offshoring* est le fait d’avoir une chaîne d’approvisionnement en partie délocalisée et lointaine par rapport au marché ou au consommateur final (par exemple la Chine, la Thaïlande ou l’Inde pour le marché américain ou européen).



pointe de cette tendance, puisque ces achats *nearshore* devraient augmenter de 9 % d'ici 2025 et les achats locaux de 4 %, tandis que les achats *offshore* devraient baisser de 15 %.

« Alors que les perturbations des chaînes d'approvisionnement continuent de poser de nouveaux défis aux entreprises de la distribution et des produits de consommation, celles-ci revoient leurs stratégies d'approvisionnement pour renforcer leur résilience. Pour créer des chaînes d'approvisionnement prêtes pour l'avenir et capables de générer une croissance rentable, il sera essentiel trouver un équilibre entre rentabilité et résilience tout en adoptant des pratiques durables et d'économie circulaire, a déclaré Lindsey Mazza, Responsable mondiale du secteur de la distribution pour le groupe Capgemini. Pour s'adapter et réussir, les entreprises de produits de consommation et de distribution doivent également se concentrer sur la préparation des fêtes de fin d'année, qui sont une période à la fois lucrative mais exigeante. L'optimisation des stocks, la localisation des réseaux de chaînes d'approvisionnement et la recherche de nouvelles possibilités d'exécution des commandes peuvent aider les entreprises à mieux se préparer pendant cette période pour satisfaire les attentes des consommateurs. La technologie et les données joueront un rôle clé à cet égard, qu'il s'agisse de détecter la demande, d'automatiser les entrepôts, d'améliorer l'expérience des clients ou de garantir l'efficacité de l'exécution des commandes. »

### **Les entreprises de produits de consommation et de distribution prévoient des ruptures de stock pendant les fêtes de fin d'année**

La saisonnalité est un paramètre important pour ces entreprises. Parmi les principaux problèmes qu'elles anticipent pour les fêtes de fin d'année 2023, 42 % d'entre elles prévoient des ruptures de stock ou des pénuries de produits, 38 % envisagent des retards de livraison à leurs clients en raison de délais d'importation et 35 % prévoient des pénuries de main-d'œuvre.

### **Des chaînes d'approvisionnement plus rentables : une priorité pour les 12 à 18 prochains mois**

Les entreprises restent relativement optimistes en 2023. Les entreprises de produits de consommation et de distribution se concentrent sur l'amélioration de la rentabilité des chaînes d'approvisionnement grâce à une meilleure planification et à l'amélioration des processus et à l'automatisation – ce dernier point étant la priorité des 12 à 18 prochains mois pour 42 % d'entre elles.

Toutefois, pour y parvenir, la grande majorité (82 %) d'entre elles estiment que leur chaîne d'approvisionnement devra être considérablement transformée, et près de neuf sur dix (86 %) déclarent que les données et la technologie doivent jouer un rôle clé dans cette transformation. Parmi les technologies adoptées, déployées et mises à l'échelle, la gestion des données (56 %), le cloud computing (55 %) et l'automatisation (52 %) arrivent en tête des priorités pour réaliser des économies et augmenter les revenus.

### **Si la durabilité est essentielle, son adoption à grande échelle se fait encore attendre**

Les trois quarts (75 %) des entreprises de produits de consommation et de distribution interrogées ont indiqué qu'elles s'efforcent constamment de devenir plus durables. De même, près de neuf sur dix (86 %) reconnaissent que l'approvisionnement, le transport et la fabrication éthiques et responsables sont essentiels pour bénéficier d'un avantage concurrentiel. Ce chiffre n'était que de 69 % [dans le rapport 2020](#).<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Capgemini Research Institute, "Fast forward: Rethinking supply chain resilience for a post-pandemic world," novembre 2020.



Cependant, moins de la moitié des entreprises ont déjà pris des mesures en matière de durabilité, dont seulement 49 % pour un approvisionnement responsable, 45 % pour une approche circulaire de la production et 45 % pour un emballage recyclable. Bien que la situation se soit améliorée depuis 2020, le rapport montre que la part moyenne du chiffre d'affaires consacrée aux investissements en faveur de la durabilité a légèrement baissé par rapport à 2020.

### **Des chaînes d'approvisionnement résilientes, durables et efficaces grâce à l'analyse de données**

Gérer la volatilité de la demande des consommateurs tout étant efficaces sur les coûts est aujourd'hui une priorité essentielle pour les entreprises de produits de consommation et de distribution. Outre les stratégies d'approvisionnement, le rapport souligne que l'analyse de données contribuera à améliorer la prévision de la demande, l'exécution des commandes et l'expérience client. Cela permettra également d'optimiser et d'automatiser les produits et les portefeuilles, en particulier dans les domaines de la production et de l'entreposage, pour augmenter les revenus et les marges. L'adoption de pratiques d'économie circulaire et une plus grande transparence dans la chaîne d'approvisionnement peut les aider à atteindre leurs objectifs en matière de développement durable.

### **Méthodologie**

Le *Capgemini Research Institute* a interrogé 300 entreprises du secteur des produits de consommation et de la distribution au cours des mois d'août et de septembre 2023 afin de comprendre comment ils envisagent des défis liés à la chaîne d'approvisionnement. L'équipe a également mené des entretiens approfondis avec des cadres supérieurs du secteur.

### **A propos de Capgemini**

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant près de 350 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 22 milliards d'euros en 2022.

Get The Future You Want\* | [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

*\*Capgemini, le futur que vous voulez*

### **À propos du Capgemini Research Institute**

Le *Capgemini Research Institute* est le groupe de réflexion interne de Capgemini sur tout ce qui touche au numérique. L'Institut publie des recherches sur l'impact des technologies numériques sur les grandes entreprises traditionnelles. L'équipe s'appuie sur le réseau mondial d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec des partenaires universitaires et technologiques. L'Institut dispose de centres de recherche dédiés à Paris, en Inde, au Royaume-Uni, à Singapour et aux États-Unis. Il a récemment été classé n°1 au monde pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Pour plus d'informations : <http://www.capgemini.com/researchinstitute>