



STRATÉGIE

Cupa Stone optimise sa logistique



Chaque année, c'est un demi-millier de containers qui est déchargé depuis le port de Montoir.

La filiale française de l'espagnol CupaGroup, leader mondial en ardoises et pierres naturelles, a revu son organisation logistique. Elle s'est dotée d'une plateforme de stockage de 14 000 m², dont 3 300 m² couverts, sur le port de Nantes Cheviré, la plus importante en France dans le secteur de la pierre naturelle.

Opérationnelle depuis janvier 2015, la plateforme stocke en moyenne 5 à 6 000 palettes, classées par familles de produits et pays de provenance, soit une valeur de stock d'environ 2 M€. Sur une année, 500 containers débarqués à Montoir et 300 camions amènent les matériaux sur la plateforme centralisée. « Nous avons un accès direct au port et espérons, à terme, une ligne feeder entre Montoir et Nantes », ajoute Aurélien Terrien, le responsable du site. Avant d'être étiquetées, les palettes font l'objet d'un contrôle visuel. Ce qui permet de sécuriser les approvisionnements des onze agences du fabricant, pour la majorité situées dans l'Ouest. « Auparavant, on ne connaissait pas toujours le niveau de qualité qui arrivait en agence », souligne Miguel Jiménez, directeur de Cupa Stone France. La pla-

teforme stocke plus de 400 références, qui représentent 80 à 85 % des ventes en agences. Les commandes des clients y sont préparées et livrées sur chantier, retirées par les clients ou acheminées vers nos antennes régionales ».

Des délais de livraison divisés par deux

Miguel Jiménez s'est fixé un objectif d'un taux de rotation de 60 %, tout en ayant un stock permettant de répondre tant aux commandes programmées qu'aux achats spontanés. Alors qu'auparavant, chaque agence gérait ses approvisionnements, le nouveau système centralisé a diminué par deux les délais de livraison et fait baisser les coûts de transport. Il a aussi permis d'optimiser le stock et de recentrer les équipes sur leurs missions de vente et de conseil. Cette réorganisation logistique a ainsi participé au développement de l'activité de Cupa Stone. « Le CA, qui était de 18,5 M€ en 2015, devrait dépasser les 20,5 M€ cette année », indique Miguel Jiménez. Qui annonce aussi une reprise de la création d'agences, d'abord en poursuivant le maillage du Grand-Ouest. ● T. G.



Aurélien Terrien (à gauche), aux côtés de Miguel Jiménez, directeur de Cupa Stone France.