

Les Ailes de la Supply Chain (en partenariat avec Fapics)

Adeline Roche, Responsable du service après-vente international, Chaumet **« La Supply Chain, squelette de l'entreprise, a un rôle de facilitateur et d'éducateur »**

Adeline Roche a une vision à la fois terrain et transverse de la SC, grâce à un parcours diversifié, de l'alimentation au luxe.

Supply Chain Magazine : Comment êtes-vous tombée dans le bain de la SC ?

Adeline Roche : Après un Master 2 Marketing & Logistique à Paris I Panthéon - Sorbonne effectué en alternance au service client du groupe Barilla, j'ai débuté en 2005 chez Philips à la division Eclairage comme Chef de projet achats transport. J'ai mené à bien un projet de réorganisation sur le transport italien, et réalisé d'importantes économies pour le réseau distribution Philips Europe. Deux ans plus tard, j'étais promue Responsable grands comptes et opérations pour l'Italie. Basée au centre de distribution de Villeneuve-Saint-Georges (+ de 56.000 m²), j'ai appris la réalité du terrain : le travail en 3x8, la gestion des flux du trieur au transport, les chargements en m³...

SCMag : Comment arrivez-vous ensuite au groupe LVMH ?

A.R. : J'ai eu un premier contact par Viadeo avec le Directeur SC du distributeur de parfums et cosmétiques Sephora, qui m'a recrutée. J'ai été séduite par l'entreprise, le secteur de la beauté, par la rencontre avec l'équipe et le challenge de créer un support client international, dans le cadre d'une stratégie d'homogénéisation des processus et des indicateurs clés de performance dans les filiales de 27 pays. Une fois cette mission accomplie, mon Manager et moi avons déclenché une mobilité LVMH : j'ai repris la responsabilité du service après-vente de la maison Chaumet, joailler et horloger. La mobilité est un moyen de grandir au sein du groupe. Aujourd'hui, je gère l'ensemble des prestations et les flux de composants pour le SAV à travers le monde ; la chaîne unitaire des métiers de la joaillerie et de l'horlogerie est complexe et nécessite une logistique de qualité.

SCMag : Quel impact a eu votre parcours sur votre approche de la chaîne d'approvisionnement ?

A.R. : J'ai travaillé dans différents secteurs : alimentaire, technologique, cosmétique et joailler, qui recèlent des spécificités passionnantes. La complexité est loin d'être en lien avec le volume traité. Toutefois, avoir une expérience retail

et distribution en SC est un apprentissage essentiel. Sephora, c'est plus de 15.000 références et 250 marques : la gestion du stock doit être extrêmement dynamique et saisonnière, nécessitant une forte flexibilité.

SCMag : Que vous a apporté le SCM dans votre façon de travailler ?

A.R. : Le SCM est une excellente école de gestion, notamment par ses processus et systèmes. Le Sales & Operations Planning apprend à être efficace et pragmatique. J'adore travailler avec les ERP. Ils sont le reflet de l'entreprise : être à l'aise avec SAP, avec lequel j'ai le plus travaillé, c'est comprendre le fonctionnement de tous les flux de l'entreprise (financiers, produits...).

« Etre à l'aise avec SAP, c'est comprendre le fonctionnement de tous les flux de l'entreprise »



SCMag : Quelle est votre vision de la SC ?

A.R. : Elle est le squelette de l'entreprise, une structure transversale qui doit avoir un rôle de facilitateur, mais parfois aussi d'éducateur. La fidélisation des clients finaux passe à présent essentiellement par la capacité à avoir un taux de service performant.

SCMag : En tant que femme, quel regard portez-vous sur le monde professionnel ?

A.R. : Le leadership est une valeur mixte : j'ai pu rencontrer au cours de ma carrière des femmes aussi brillantes, visionnaires et puissantes que des hommes. En tant que femme, il faut savoir profiter de nos complémentarités dans l'entreprise pour obtenir les meilleurs résultats. En tant que mère, mon regard a changé. Il faut redoubler d'efficacité lorsque nous avons des enfants car une mère doit gérer aussi sa logistique familiale ! Avec pour objectif de trouver l'équilibre dont ont besoin les femmes d'aujourd'hui pour alimenter vie professionnelle et vie personnelle.

SCMag : Quelle est votre approche des réseaux ?

A.R. : Le groupe LVMH est en lui-même un réseau qui permet de réaliser de nombreux benchmarks et de travailler en synergie entre les branches. Je fais aussi partie du réseau d'anciens de mon Master, rebaptisé Master 2 Pro Logistique (Ecole de management de la Sorbonne) où j'interviens sur la gestion du service client. Un réseau féminin autour d'intérêts communs m'intéresserait également. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR CHRISTINE CALAIS