



ORLAIT

OPTIMISER LE KILOMETRAGE MOYEN PARCOURU PAR LA BRIQUE DE LAIT « J'AIME LE LAIT D'ICI »



Objectifs :

- Etudier différents schémas logistiques suite au rapprochement de plusieurs coopératives laitières
- Garantir un nombre moyen de kilomètres parcourus par une brique de lait



Solution :

- Une étude de design du réseau logistique Orlait
- Une étude mathématique trimestrielle des flux logistiques
- Une méthode certifiée par un expert du pilotage des flux logistiques

Résultats :

- Un produit qui respecte bien la moyenne trimestrielle des 330 km affichée sur chaque brique « J'aime le Lait d'ici »
- Un succès commercial et un produit made in France reconnu par les consommateurs

« Le calcul réalisé par EURODECISION des kilomètres parcourus par les briques « J'aime le Lait d'ici » est l'un des piliers de ce produit : il s'agit de l'un de nos arguments phare en matière de marketing et nous devons être en mesure d'en prouver la véracité. » souligne Céline Houlgatte, Directrice des Opérations d'Orlait.

Fondée en 1994, Orlait, PME de 24 salariés, est le premier opérateur français sur le secteur du lait de consommation. Spécialisée dans la commercialisation de lait premier prix (PPX) et de marques de distributeur (MDD), la société a pour mission d'écouler les volumes de lait UHT produits par ses actionnaires, avec la meilleure valorisation possible sur le marché.

Depuis le rapprochement avec la coopérative laitière Sodiaal en 2007, les équipes commerciales d'Orlait sont chargées de l'intégralité du portefeuille client du Groupe pour l'activité PPX et MDD. En vue d'optimiser ses coûts de transport et tirer le meilleur parti des structures existantes suite à cette intégration, la société a lancé en 2008 une consultation afin d'étudier les différents schémas logistiques possibles. EURODECISION fut chargée de réaliser cette étude d'optimisation logistique intitulée « Optilait ». Ce projet d'une durée de 6 mois a permis d'identifier et d'obtenir des gains liés à la mutualisation des réseaux.

Par ailleurs, face à l'augmentation de la concurrence du lait d'importation sur le marché français et sous l'impulsion de son fondateur, Orlait a souhaité se positionner en tant que défenseur du lait français. C'est ainsi qu'est née l'idée d'un lait collecté et conditionné en France qui ne parcourrait qu'un nombre limité de kilomètres. Compte tenu de l'excellente collaboration des équipes lors de l'étude réalisée l'année précédente, Orlait a tout naturellement fait appel à EURODECISION pour l'aider dans cette nouvelle mission.

Le spécialiste des mathématiques décisionnelles a tout d'abord réalisé une analyse kilométrique poussée : celle-ci a mis en valeur qu'Orlait pouvait garantir que le lait parcourt, en moyenne chaque trimestre, une distance inférieure à 330 km entre les laiteries et les entrepôts de ses clients. La méthode d'analyse d'EURODECISION a été approuvée par un expert du pilotage des flux logistiques, le Professeur Philippe Vallin, enseignant et fondateur du Master Logistique et Economie des Réseaux de l'Université Paris-Dauphine. Ainsi, en septembre 2009, la brique d'1L « J'aime le Lait d'ici » a vu le jour.

Depuis le lancement du produit, EURODECISION réalise une étude kilométrique permettant à Orlait de valider qu'elle respecte bien la moyenne trimestrielle des 330 km fixée en 2009 et affichée sur chaque brique « J'aime le Lait d'ici » commercialisée. Le réseau logistique est composé de 8 laiteries et de 500 points de livraison. En 2012, l'étude a concerné 122 millions de litres de lait, soit 6,30 % de parts de marché en France.

Cette initiative a su séduire le consommateur car de nombreuses enseignes de la grande distribution commercialisent aujourd'hui ce produit premier prix dans leurs rayons Laitages. Fort du succès de cette démarche innovante, Orlait ne veut pas s'arrêter là. En effet, la PME s'est lancée un nouveau défi : parvenir à réduire encore plus le kilométrage mensuel moyen parcouru par « J'aime le Lait d'ici ». Et elle compte évidemment sur EURODECISION pour l'accompagner dans cette mission.



EURODECISION soutient la démarche d'Orlait :

- *Une démarche citoyenne : collecté et conditionné en France, « J'aime le Lait d'ici » encourage l'agriculture locale, soutient l'emploi dans nos régions et privilégie la consommation d'un produit de proximité*
- *Une démarche écologique : en limitant le nombre de kilomètres entre ses laiteries et ses clients, Orlait, minimise l'empreinte carbone de sa brique « J'aime le Lait d'ici »*
- *Une démarche économique : « J'aime le Lait d'ici » garantit une qualité française à petit prix.*