

Good Food, Good Life



**Grenoble 09-02-06**

*Marc Geffrault*

- 1) *Quelques mots d'introduction sur Nestlé*
- 2) *Les achats transports chez Nestlé*
  - 1) *Regard sur la passé*
  - 2) *Le constat*
  - 3) *Comment créer de la valeur ajoutée*

## Nestlé en chiffres 2004

- Ventes mondiales: CHF 86'769 mio
- EBITA: CHF 10'970 mio
- Bénéfice net: CHF 6'717 mio
- Sites de production: 500
- Collaborateurs: environ 247'000
- Croissance organique: 4,5 %

# Ventes par groupe de produits 2004

6,1%

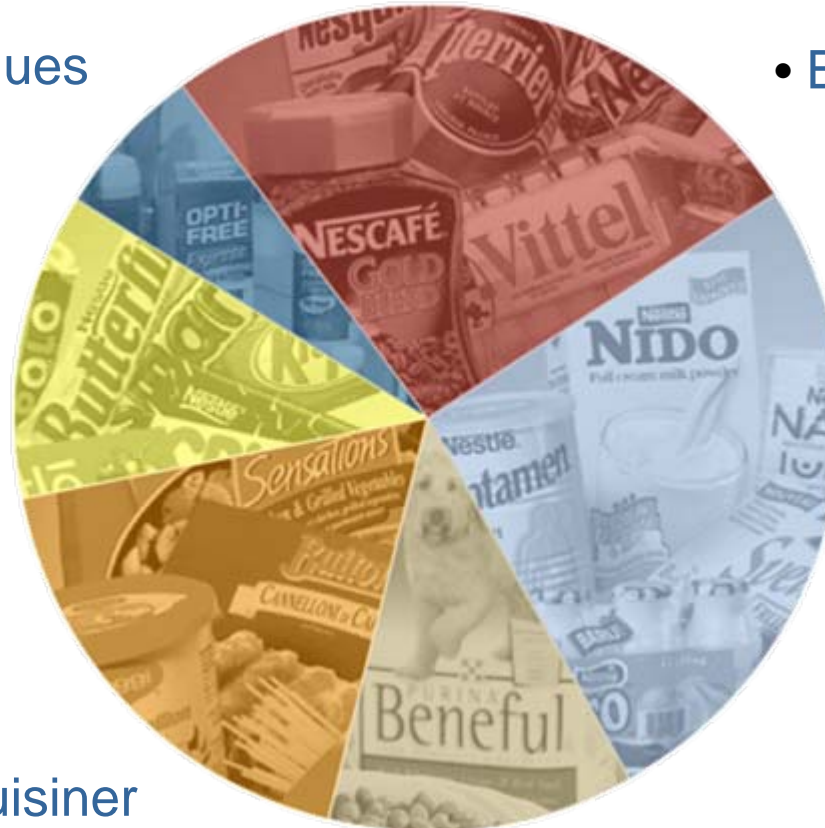
- Pharmaceutiques

11,8%

- Chocolat
- Confiserie
- Biscuits

18,3%

- Produits pour cuisiner
- Plats préparés



25,1%

- Boissons

27,2%

- Produits laitiers
- Nutrition
- Glaces

11,5%

- Produits pour animaux  
de compagnie

# Chiffre d'Affaires Nestlé en France 2004 (en mios €) (Alcon France exclu)

<b>Nestlé France</b>	<b>2 756</b>
Nestlé Waters France	<b>982</b>
Nestlé Purina Petcare France	<b>668</b>
Nestlé Produits Laitiers Frais	<b>650</b>
Herta France	<b>565</b>
Cérééal Partners France	<b>345</b>
Nestlé Grand Froid - Surgelés	<b>203</b>
Nespresso	<b>112</b>
<b>Total Nestlé en France</b>	<b>6 281</b>

## **2) Les achats transports chez Nestlé**

### **2-1) Regard sur la passé**

- *1986 : libéralisation des transports*
- *1993 : ouverture du grand marché*
- *1998 : libéralisation du cabotage*
- *2000 : avènement des places de marché*
- *2001 : Livre Blanc*
- *2004 : ouverture à 10 nouveaux pays*

## ***2) Les achats transports chez Nestlé***

### ***2-2) Le constat***

- Un marché toujours plus tiré vers le bas***
- Une organisation des transports toujours plus optimisée***
- Une concurrence de plus en plus vive***
- Une concentration des industries, des distributeurs, des prestataires***

## ***2) Les achats transports chez Nestlé***

### ***2-2) Le constat chez Nestlé***

- Une organisation fragmentée dans chaque pays
- Une nécessité sans cesse accrue de réduction des coûts
- Une évolution accélérée de la grande distribution
- Une absence d'approche Européenne

## *2) Les achats transports chez Nestlé*

### *2-3) Une nouvelle approche*

- Le cycle de réduction des tarifs est achevé*
- L'approche par le coût complet est une nécessité*
- Le concept Supply chain prend toute son évidence*
- L'optimisation et la mutualisation deviennent les nouveaux impératifs*

## *2) Les achats transports chez Nestlé*

### *2-3) Comment créer de la valeur ajoutée*

- Une expérience pilote avec Geodis
- Périmètre : Nestlé Épicerie
  - Usines
  - Fournisseurs
- Un contrat de pilotage des flux :
  - Optimisation et synergie
- Un but : une réduction du coût complet