

move pharma

Le magazine d'information de Movianto France

juin 2009 - N° 5

Consolider pour aller plus loin



Qualité de service
Rencontre avec
Jean-Yves Desmottes,
de Bioderma
>> page 4



Performances
Adapter la politique
qualité aux pratiques
de l'exploitation
>> page 6



Au cœur de Movianto
Le lancement :
l'ultime phase
chez Movianto
>> page 8

Rencontre des responsables grands comptes européens : un pas en avant vers la standardisation

En février dernier, à Newbury (Royaume-Uni), l'heure était au *benchmarking*. Tous les managers grands comptes (*key account managers*) des différentes entités européennes de Movianto se retrouvaient pour deux journées de travail. Objectifs : se servir des expériences et du savoir-faire des uns et des autres pour échanger sur la façon de gérer ces comptes et pour mieux fidéliser les laboratoires clients. A l'issue de ces réunions, la quinzaine de participants est repartie avec un cap à suivre et nombre d'idées nouvelles qui seront très prochainement mises en place dans toutes les structures Movianto.



Move Pharma est une publication de Movianto France
Directeur de la publication : Cyril Jacquot
Rédactrice en chef : Marielle Courcol
Comité de rédaction : Malika Challal, David Desbois, Sophie Tranchand et Yoann Berquin
Conception et réalisation : Edinews : 01 42 05 13 68
Tirage : 1 000 exemplaires



Cyril Jacquot
Directeur administratif
et des opérations

“Renforcer les fondations pour mieux bâtir l’avenir”

Consolidation et synergie

Deux mots clés dans la stratégie d'entreprise de Movianto France. Deux mots qui s'intègrent parfaitement dans la politique qualité du dépositaire. Les explications de Cyril Jacquot, le nouveau directeur administratif et des opérations de Movianto France.



Vous avez été nommé à votre poste en avril, quel est votre parcours professionnel ?

J'ai une formation initiale de pharmacien avec une spécialité en industrie. Consécutivement à mes études, je suis entré à l'OCP où j'ai réalisé toute ma carrière jusqu'à ces derniers mois. J'y ai effectué de nombreux métiers allant de la vente à la logistique. Avant de rejoindre Movianto, j'avais la responsabilité des 14 agences des régions Rhône-Alpes, Auvergne et PACA. Mon souhait était alors d'évoluer vers la partie amont de la distribution pharmaceutique. Lorsque Celesio m'a proposé de prendre la direction de Movianto France, j'ai tout de suite accepté car il me semblait que le métier de dépositaire n'était pas si éloigné de celui de répartiteur.

Est-ce bien le cas ?

La base de la profession est assez proche. Dans les deux cas, il s'agit de métiers de logistique. Ce qui diffère, c'est la nature des clients. Dans un cas, il s'agit d'officines pharmaceutiques, dans l'autre, de laboratoires. Même si tous deux aspirent à une prestation de qualité, le laboratoire attend aussi du dépositaire qu'il s'imprègne de sa culture, de sa lecture des BPD et qu'il implémente sa propre politique de distribution des produits.

“Nous avons un outil industriel fabuleux, à nous de l'optimiser pour gagner en efficience.”

Quel est votre premier bilan ?

Avec l'intégration de nouveaux laboratoires, Movianto a connu une phase de croissance très importante ces derniers mois et je constate que les équipes se sont réellement impliquées pour faire face à ces défis. Nous disposons d'un savoir-faire indéniable et d'un magnifique outil industriel. Je souhaite avant tout consolider l'existant et être en mesure de proposer à tous nos clients un service plus reproductible. Même si cela reste inhérent à nos métiers, nous pouvons parfois rencontrer quelques complications qui entravent la pleine et entière satisfaction de nos clients. Nous avons dernièrement lancé une étude auprès d'eux, et celle-ci tend à révéler que s'ils sont globalement satisfaits (à 85%), il nous faut gagner en constance. C'est sur ce point-là que je compte agir à très court terme.

Et à plus long terme ?

Je pense que nous avons tout intérêt à nous appuyer sur Celesio, le groupe européen auquel nous appartenons. Outre ses activités logistiques, il propose à sa clientèle une offre de service élargie qui permettra aux laboratoires de rester centrés sur leur cœur de métier. Je pense que d'ici peu, nous pourrions présenter une offre globale allant de la commercialisation à la distribution pour la France et l'Europe et ce, avec un interlocuteur unique, ce qui n'est pas un avantage mineur !



Jean-Yves Desmottes
Directeur général
Bioderma

“Movianto nous accompagne depuis la création du laboratoire”

En à peine deux décennies, le laboratoire Bioderma a réussi à s'imposer et à devenir une marque phare dans le domaine très concurrentiel de la dermocosmétique. Fort de son succès sur le marché national, Bioderma poursuit sa forte croissance en se développant, déjà depuis quelques années, sur les marchés internationaux.

On peut parler de “success story” pour Bioderma, comment avez-vous réussi à percer sur un tel marché en si peu de temps ?

Depuis notre création, en 1992, nous sommes restés très fidèles à notre signature : “la biologie au service de la dermatologie”. Nous développons depuis le début une très large gamme répondant à toutes les demandes des personnes souffrant de dysfonctionnement de la peau. Grâce à l'expertise de nos centres de recherche, nos produits jouissent d'une valeur ajoutée à la fois technique et qualitative.

C'est pour cette raison que les dermatologues n'hésitent pas à les préconiser ?

Exactement, et c'est très valorisant d'être reconnu par cette profession pour notre expertise.

Vous êtes depuis quelques années de plus en plus présents à l'international. Quel est votre axe de développement ?

Nous avons commencé par exporter nos produits en Europe. Face à l'importance de la demande, nous avons rapidement décidé de créer des filiales en Europe du Sud, en Europe centrale, en Belgique et dans les pays baltes. Dans les autres pays où nous sommes présents (Amérique du Sud, Moyen-Orient, Afrique), nous nous reposons sur des distributeurs locaux. Ces nouveaux marchés sont très importants, puisque nous sommes encore sur des croissances de l'ordre de 30% et que nous pensons rester sur ces courbes-là au moins pendant les cinq années à venir. Les enjeux sont stratégiques et déterminants, nous

nous devons donc de proposer des produits et des services sans faille.

Qu'entendez-vous par services ?

Ils sont nombreux, mais nous sommes tenus, et c'est la moindre des choses, de garantir les livraisons tant en termes de délais que de conformité des produits aux commandes enregistrées. Il y va de notre image et de notre crédibilité.

Et c'est à Movianto que revient la réalisation de ces tâches logistiques ?

Oui, et cela fait de très nombreuses années déjà puisque Movianto nous accompagne depuis le début de notre aventure. Nous travaillons en partenariat depuis vingt ans, c'est un accord quasiment historique ! Nous avons évolué et grandi ensemble.

Pouvez-vous nous en dire plus ?

Pour simplifier les choses, je dirais que Movianto a su nous faire des propositions intéressantes à

“Cela fait déjà près de vingt ans que nous travaillons en partenariat avec Movianto.”

chaque fois que nous leur demandons de livrer nos produits ailleurs que chez les grossistes : que ce soit directement chez les pharmaciens ou encore chez nos commerciaux et plus récemment quand il a fallu acheminer la marchandise dans le monde entier.

Vous venez de signer un nouveau contrat de trois ans. De votre part, quelles exigences inclut-il ?

Vu notre fort développement à l'international, nous leur demandons de garantir le bon acheminement de nos produits aux quatre coins de la planète. Nous voulions être certains que Movianto avait la faculté d'être réactif et efficace. Après différentes discussions, nous sommes rassurés quant à leurs capacités à nous suivre dans les meilleures conditions qui soient.

Cela fait vingt ans que cela dure et les résultats ont globalement toujours été à la hauteur de la confiance que nous leur accordons.

BIODERMA en chiffres

Ventes mondiales 2007 : 110 millions d'euros

Effectif France : 190 salariés

Effectif Monde : 330 salariés

Nombre de références : 130 produits

> ZOOM

Une présence mondiale pour Bioderma

Bien connu sur le marché national, Bioderma est aussi une marque qui s'exporte dans le monde entier.

Pour ce faire, Movianto a dédié une importante partie de l'entrepôt et de l'équipe de Gonesse 2 à cette activité export. “Pour nous, la gestion des exportations de Bioderma représente un stockage de 2 000 à 2 500 palettes, explique Alain Noyelle, le responsable de cette activité. Nous nous chargeons de préparer quotidiennement les quelque 2 000 colis destinés au monde entier. Toute la difficulté de cette mission réside dans le pur respect du cahier des charges des importations des pays concernés. Par exemple, pour passer les zones de douane, certains exigent des box-palettes, d'autres des palettes en plastique ou encore des scellés... Bref, nous devons être doublement vigilants dans la préparation des colis.” Ajoutons même une triple vigilance, puisqu'un même produit destiné à l'exportation peut avoir un étiquetage spécifique, voire un conditionnement différent... On le

voit, l'erreur pourrait avoir de très fâcheuses conséquences, car le rapatriement des produits est difficilement envisageable. “L'équipe a pleinement intégré l'ensemble de ces contraintes, et j'ose même ajouter qu'elles rendent notre travail beaucoup plus enrichissant !”, conclut Alain Noyelle.



Vers une parfaite application du système qualité

D'un côté, la direction de la qualité qui valide les processus et les documents qualité. De l'autre, l'exploitation qui se doit de les appliquer... Au centre, un risque : celui de ne pas être compris. Pour supprimer cette "menace", des ateliers qualité ont dernièrement été mis en place.

Depuis octobre dernier, tous les mois, se rencontrent tous les chefs d'équipe exploitation et les membres du service qualité. L'objectif est simple : trouver la bonne adéquation entre les processus décrits dans le système qualité et leur application par les services liés à l'exploitation afin de gagner encore et toujours en performance.

"Nous sommes une entreprise qui a toujours une taille humaine", annonce Malika Challal, responsable qualité. L'information circule très vite ! C'est une chance, car cette structure souple nous permet d'avoir des remontées d'informations rapides sur la mise en œuvre des processus qualité que nous avons mis au point."



+ de 350

C'est actuellement le nombre de documents qualité que tous les services de Movianto doivent appliquer pour respecter la politique qualité de Movianto France

IL EST ESSENTIEL QU'UN SERVICE QUALITÉ ET QU'UN SERVICE EXPLOITATION PARLENT LE MÊME LANGAGE

Qualité et exploitation se rencontrent donc tous les mois... "Nous sommes une dizaine à participer à cette réunion", reprend Yoann Berquin, chef d'équipe et adjoint au responsable d'exploitation. Nous nous sommes aperçus qu'il pouvait y avoir un léger écart entre les solutions proposées par le service qualité (en adéquation avec la norme ISO) et leurs applications par les opérationnels. Même si leurs réflexes sont très bons, les opérateurs se retrouvent parfois face à des situations complexes, car ils ne savent comment interpréter rigoureusement l'ensemble des processus qualité."

"Pour être pleinement appliquée, la politique qualité de Movianto France doit avant tout être bien comprise !"

D'où ce besoin de communiquer et de faire preuve de pédagogie. Très appréciées, ces réunions permettent de faire le point sur la pertinence des indicateurs, mais aussi d'évaluer les difficultés rencontrées par les opérateurs, d'aborder les non conformités majeures du mois et donc d'affiner un processus en le rendant plus limpide. Elles servent aussi à fixer les grands objectifs qualité des semaines à venir. Pour Yoann Berquin, ces rencontres ont également un impact considérable en terme de management : "De retour dans son service, chaque chef d'équipe est en mesure de fournir un compte-rendu aux opérateurs et d'insister sur les enjeux. C'est primordial d'être capable d'expliquer les choses simplement tout en appuyant sur l'importance de la qualité. Cela permet aussi de renforcer les liens entre les différents services de l'exploitation car, et c'est d'ailleurs un des points clés de notre charte qualité, nous sommes tous clients les uns des autres. Plus clairement, la logistique est une chaîne, et si un maillon n'est pas fiable, celle-ci risque de casser..., et le seul moyen que nous ayons d'éviter cela, c'est de respecter et d'appliquer la politique qualité de l'entreprise." C'est bien là l'objectif de ces réunions...

Le service qualité se renforce

Bienvenue à Mathilde Rault qui vient d'intégrer le service qualité de Movianto France pour assister Malika Challal, responsable qualité. Après un BTS qualité agroalimentaire et une licence de management par la qualité totale, cette jeune femme s'est vu confier, par



un groupement de laboratoires d'analyses médicales, une mission de quatre ans en vue d'obtenir le label "Bioqualité". "Ce premier emploi était parfait, j'ai pu non seulement mettre en application ce que j'avais appris lors de mes études

mais aussi découvrir la réalité du terrain", explique-t-elle. Movianto est donc une évolution très logique dans son parcours professionnel car ici le travail sera exaltant tant les enjeux sont importants.

Optimiser pour plus d'efficacité

On le sait, Movianto France a obtenu la norme ISO et la respecte au plus haut point. Mais le respect de cette norme est-il le seul garant d'une politique de qualité efficace ? Assurément, la réponse est non, même si bien sûr il y contribue... C'est pour cette raison que le service qualité a entrepris, il y a déjà quelques semaines, un très lourd chantier en vue de simplifier les processus qualité pour les optimiser et donc les rendre plus performants. Une mission qui devrait prendre deux ans... "Actuellement nous disposons de 18 processus qualité pour l'ensemble de l'entreprise. Cela paraît peu, mais au total ils représentent 360 documents allant de la description du processus au document d'enregistrement en passant par la fiche de poste. Cela fait une importante littérature pas toujours simple à appréhender ou à mettre en œuvre. Nous touchons bien là les limites de la norme ISO !", explique Malika Challal. Au bout du compte, cette démarche doit permettre d'aboutir à un système qualité des plus performants avec à la clé la suppression de certaines fiches jugées obsolètes, redondantes, voire chronophages pour les opérateurs. "Pour chaque document, nous nous demanderons s'il est bien utile et surtout comment le simplifier, et cela se fera en adéquation avec les réalités du terrain." Une meilleure qualité pour une meilleure productivité, Movianto réinvente l'efficacité.



Avant tout logisticien, chaque chef d'équipe manage en plus une douzaine de préparateurs de commandes

L'art et la manière de lancer les colis

Le "lancement"... la logistique a son vocabulaire qui lui est propre et qui peut prêter à sourire. Rassurez-vous, avec une équipe aussi professionnelle, il n'est pas question ici de jet de colis !

Le lancement, dans le riche jargon des logisticiens, c'est la phase clé. Cette opération, qui intervient en toute fin de chaîne lorsque la commande a été validée, consiste à préparer le colis et à l'acheminer jusqu'au quai de chargement. "Ici nous sommes au cœur de la production", explique Alain Noyelle, le responsable d'exploitation. Secondé par Yoann Berquin, à eux deux, ils managent six chefs d'équipe qui, à leur tour, gèrent différentes équipes de préparateurs. "L'exploitation s'effectue sur deux temps de travail bien distincts : le jour et la nuit", reprend Alain Noyelle. L'entrepôt s'articule sur deux niveaux : un rez-de-chaussée dans lequel sont stockées les palettes et où sont préparés les colis en emballage d'origine (EO) et un niveau supérieur dédié

"Avec 600 000 produits qui quittent chaque jour les entrepôts de Gonesse, l'organisation se doit d'être bien huilée !"

au *picking détail*. Pour simplifier à l'extrême, on peut dire que l'équipe de nuit a donc pour charge principale de dépalettiser les produits et de les acheminer à l'étage. Ensuite, c'est à l'équipe de jour de prendre le relais, c'est elle qui préparera et contrôlera les colis jusqu'à leur chargement dans les camions." Cela semble simple, mais la segmentation ne s'arrête pas là puisque l'on distingue aussi deux zones de préparation : le *picking détail* et le *picking emballage d'origine*.

On comprend donc mieux pourquoi ce sont au final plus d'une centaine de personnes qui se relaient jour et nuit et quotidiennement pour acheminer les quelque 15 000 colis correspondant aux 20 000 lignes de commandes.

