

EDITORIAL

Ce dernier numéro de l'année 2005 comporte quatre articles : deux sont des cas concrets industriels. L'un concerne une évolution logistique, celle des points de vente, le dernier, une évolution organisationnelle, celle des managers intermédiaires. En voici une présentation plus détaillée.

Le premier article a pour cadre la fabrication de tuiles. Il s'agit d'une industrie particulière où la demande en France est supérieure à l'offre. On comprend l'importance d'une amélioration de la productivité qui entraîne immédiatement un accroissement du chiffre d'affaires et de la marge. L'étude a consisté à recenser tous les facteurs pouvant influencer sur cette productivité : maîtrise des procédés, existence de goulots, sensibilisation du personnel, fiabilité des équipements ... et à présenter deux exemples concrets de leur mise en œuvre dans une usine de production.

Le second article présente une activité peu valorisée dans les entreprises : celle des emballages. À une vision classique où les emballages sont perçus comme des contraintes en termes de recyclages ou de rebuts, l'étude présentée montre comment une conception et une gestion des emballages bien pensées peuvent conduire à des gains de productivité et à une amélioration des flux logistiques très significatifs. Après avoir montré tous les enjeux liés aux emballages dans une usine de L'Oréal : enjeux économiques, logistiques, environnementaux, ergonomiques, l'étude a montré sur des exemples concrets comment définir une adéquation cohérente entre types d'emballages et types de produits. L'article se termine par une présentation de la mise en œuvre concrète d'une solution sur un exemple réel.

Le troisième article aborde un sujet en général peu traité dans la chaîne logistique. Il s'agit du statut et de l'évolution du point final de la chaîne : le point de vente. Celui-ci a connu ces dernières années plusieurs évolutions dues à la législation et à des nouvelles orientations stratégiques (liées au compromis niveau de stocks/niveau de services). L'article présente d'abord des typologies de points de vente liés aux différents produits et, en s'appuyant sur cinq cas,

montre comment réaliser une meilleure adéquation entre nature des produits et contraintes et stratégie de l'entreprise. Une présentation concrète d'une stratégie réelle à mettre en place est présentée à la fin de cet article.

Le dernier article porte sur la présentation d'une évolution particulière : celle du rôle des managers intermédiaires. Les auteurs montrent comment les évolutions actuelles, notamment l'introduction des TIC et la mondialisation, modifient le rôle, le statut et les attentes des managers intermédiaires. À la vision classique basée sur la hiérarchie se substitue un autre profil basé sur des qualités d'animateur, de régulateur, de facilitateur, d'anticipateur. Les auteurs ont mené une enquête d'où il ressort une typologie des comportements qui leur permet de définir quels types d'organisation industrielle pour quels profils de managers intermédiaires. Ces profils sont encore en évolution, le manager intermédiaire est en quête de réorientation !

Comme dans tous les numéros, nous vous proposons également une analyse d'ouvrage portant cette fois sur le livre suivant : *Supply Chains. A manager's guide* de David A. Taylor.

Toute l'équipe de rédaction de la Revue française de Gestion industrielle se joint à moi pour vous souhaiter une excellente année 2006, pleine de santé pour vous-même, de réussites personnelles et professionnelles et d'amélioration de toutes nos chaînes logistiques !

H. MOLET, Professeur