

LOGISTIQUE

DHL Fashion, le logisticien sur-mesure du prêt-à-porter



Hervé Merck

*DHL Fashion, le pôle logistique de DHL Exel Supply Chain exclusivement dédié au secteur de la mode, vient d'inaugurer un entrepôt de 10 300 m² (et 950 m² de bureaux) à Tilloy-lez-Cambrai (Nord) pour le compte de l'enseigne de prêt-à-porter féminin Morgan. Le bâtiment appartient à la foncière **Montéa**. Il s'agit du 7ème site logistique de DHL Fashion. La reprise d'un 8ème, situé dans le Sud de la France, est en discussion.*

DHL Fashion n'investit pas elle-même dans l'immobilier. "On veut être très souples, optimiser le service rendu à nos clients. Si on était propriétaire d'un site, ce serait moins facile. Et puis cela mobiliserait des capitaux et ce n'est pas notre métier". DHL Fashion s'adresse donc "à des partenaires dont c'est le métier, qui acquièrent le terrain et prennent en charge la construction", nous précise **Hervé Merck**, son DGA, directeur commercial et marketing. Ces partenaires peuvent être des entreprises locales ou nationales. "Nous préférons travailler avec des sociétés qui ont la possibilité d'intervenir sur une grande échelle". DHL Fashion s'occupe complètement de l'aménagement intérieur. "Nous baignons depuis 40 ans dans l'univers de la mode en tant que transporteurs

(avec, au début la société Transvet) et depuis 8 ans comme logisticiens". Les logisticiens généralistes s'intéressent aussi, bien entendu, à ce créneau, mais **Hervé Merck** ne semble pas s'en inquiéter outre mesure. "C'est un marché de niche que nous connaissons sur le bout des doigts", et qui a ses spécificités : des flux saisonniers très marqués, des articles suspendus et non entassés dans des palettes, la nécessité de livrer partout les produits, jusque dans les plus petites boutiques de province, le suivi permanent des clients, de leur évolution. DHL Fashion assure une gestion dynamique du site, allant jusqu'au contrôle des pièces, au repassage, à la mise sur cintre, l'étiquetage, la gestion des stocks, la préparation des commandes et le réassort. Ainsi, le client peut se concentrer sur son cœur de métier, la création et le développement de ses marques (les fabrications sont quasiment toutes délocalisées à l'étranger). Une évolution amorcée par les maisons de couture et les enseignes depuis une dizaine d'années, et qui s'accélère. Une partie des sites opérés par DHL Fashion fonctionnent exclusivement pour un seul

client, comme c'est le cas avec **Morgan** dans le **Cambresis**. Mais le pôle a une préférence pour la mutualisation. C'est ainsi qu'il gère ses deux grands sites de **Mantes-la-Jolie** (environ 20 000 m²) et de **Pantin** (plus de 18 000 m²), pour le compte, respectivement d'une dizaine et d'une demi-douzaine de clients, chacun d'entre eux ayant ses cellules propres. Globalement, il totalise 135 000 m² de capacité logistique. DHL Fashion emploie aujourd'hui environ 1 200 personnes. Ses effectifs peuvent augmenter significativement à l'occasion de la reprise des fonctions logistiques d'un client. Son chiffre d'affaires devrait dépasser les 90 millions d'euros en 2008, une moitié dans la logistique proprement dite et l'autre moitié dans le transport des vêtements (sa flotte comprend 400 véhicules). A l'avenir, celui-ci pourrait enregistrer des taux de croissance annuel de 10 à 15%. "Cela peut aller très vite. Nous avons des projets pleins nos cartons". L'ambition de DHL Fashion : s'afficher clairement comme le leader français sur ce segment en plein développement.

René de Cazanove



Entrepôts DHL dédiés à l'enseigne Morgan