

Communiqué de presse

JBC améliore les files d'attentes en caisse grâce à la RFID

Montigny le Bretonneux, le 22 juin 2018. En 2015, JBC, une grande chaîne belge de magasins de vêtements au petit côté ludique, déployait le système d'identification par radiofréquence (RFID) dans toute sa chaîne logistique, en collaboration avec Checkpoint Systems, leader mondial de solutions antivols et RFID pour l'industrie du commerce. JBC était alors le précurseur de la RFID en Belgique. Trois ans plus tard, la chaîne de magasins se dit satisfaite de cette solution et partage quelques astuces pour réussir le déploiement RFID au sein d'une entreprise.

L'expérience d'achat est primordiale chez JBC, tant du côté de l'expérience vécue par le client que celle du personnel en magasin. L'aisance et la rapidité à la caisse jouent à cet égard un rôle crucial. La chaîne de mode est donc partie à la recherche, fin 2013, d'une technologie lui permettant de gagner du temps en caisses tout en améliorant le confort de son personnel. Après un essai pilote dans deux des 144 magasins, c'est la technologie RFID qui a été privilégiée par JBC.

Fred Tielens, Directeur logistique chez JBC : *“Grâce à la RFID, nous pouvions gagner une dizaine de secondes en caisse par vêtement vendu. Il devenait possible de scanner automatiquement tous les vêtements achetés par un client en une seule fois, ce qui permettait d'éviter de devoir chercher l'étiquette de chaque vêtement pour la scanner.”*

Avec ce gain de temps, JBC a décidé d'introduire la RFID dans tous ses magasins ainsi que dans son centre de distribution à Houthalen. Fin 2014, JBC, en collaboration avec Checkpoint Systems, a formé plus d'une centaine de fabricants de vêtements à travers le monde à coudre correctement les étiquettes RFID sur les vêtements. Cette phase est essentielle à un déploiement réussi, et le fait que tout se passe bien en amont permet d'éviter aux magasins de nombreux problèmes tout au long de la chaîne.

C'est pourquoi parallèlement à ses fournisseurs, JBC a également pourvu son centre logistique de systèmes RFID. Ainsi, début 2015, la chaîne de magasins a équipé son entrepôt de tunnels RFID pour vérifier les marchandises entrantes et les marchandises sortantes. Le moment idéal pour s'assurer que les fournisseurs ont cousu correctement les étiquettes RFID.

Fred Tielens : *“Les premières livraisons ne nous satisfaisaient pas. Certains de nos fournisseurs n'avaient pas bien cousu les étiquettes sur les vêtements ; ils n'avaient pas tenu compte de la taille ni de la couleur par exemple. Heureusement, grâce aux contrôles effectués au centre de distribution, nous avons pu recadrer ces fournisseurs ; cela nous a également incités à renforcer nos contrôles.”*

La RFID a également changé nos modes opératoires. Alors qu'auparavant, il fallait compter et traiter toutes les marchandises entrantes, elles arrivent désormais comptées et étiquetées dans le centre de distribution. La suppression de ces étapes a permis de réduire le nombre de transports internes et garantit des délais de livraison plus courts. Ainsi, JBC peut dorénavant livrer les marchandises demandées plus rapidement en magasin.

Une fois que les fournisseurs et que l'entrepôt ont été correctement formés, JBC a pu commencer à déployer cette technologie dans ses magasins, en 2015. Pour débuter : un certain nombre d'ateliers intensifs, menés par un chef de projet de Checkpoint Systems, ont été organisés afin de former les managers régionaux sur les usages de la RFID. Puis tout le personnel en magasin a été inclus dans une formation.



La RFID change aussi la façon dont le personnel opérait en magasin. Afin d'assurer son succès à la caisse, JBC a mené un projet pilote pendant six mois, surmontant un certain nombre de défis, notamment l'utilisation correcte des lecteurs RFID dans les caisses enregistreuses, le lien avec les étiquettes RFID et l'interaction avec les ordinateurs de l'arrière-boutique.

Autre point que JBC souhaite souligner, c'est qu'il faut également prévoir d'impliquer un responsable IT tout au long de la mise en place d'un programme RFID. Il faut effectivement qu'une personne s'occupe des logiciels en caisses, du système ERP et du réseau. Il faut aussi savoir que cette intégration entraîne d'autres frais qu'il faut prévoir consciencieusement. Ainsi, avant l'arrivée de la RFID, JBC disposait uniquement de connexions WIFI en caisses alors que la RFID requiert une connexion WIFI dans tout le magasin jusque dans les stocks. Il faut aussi prévoir un câblage supplémentaire. Les étiquettes RFID doivent en effet pouvoir communiquer avec les caisses. Néanmoins, tous ces frais supplémentaires sont négligeables par rapport à tous les avantages de la RFID.



Fred Tielens : *“Le personnel de nos magasins ne veut plus revenir en arrière, à l'époque où nous n'utilisons pas encore la RFID. La charge de travail en caisses a considérablement diminué. Le personnel a ainsi retrouvé du temps à consacrer aux clients pour pouvoir les conseiller.”*

Quelles sont les perspectives ? L'inventaire de tous les articles est le dernier élément qui pourrait venir conclure le récit RFID. JBC peut désormais localiser toutes ses marchandises où qu'elles soient et savoir effectivement où elles se trouvent au niveau de la chaîne logistique (du fournisseur au magasin). Une dimension supplémentaire pour la gestion des stocks de la chaîne de mode.

À propos de JBC

Fondée en 1975 par Jean-Baptiste Claes, l'entreprise familiale est actuellement co-dirigée par Bart et Ann Claes. JBC répond aux besoins de tous les membres de la famille et à tous les budgets. L'entreprise a pour objectif de transposer les dernières tendances de la mode en collections abordables et de qualité, fabriquées dans le respect de la durabilité. L'entreprise a opté pour une solide approche omnicanale et a enregistré en 2016 un chiffre d'affaires de 240 millions d'euros (TVAC). Cette ambition se traduit par des vêtements aux accents locaux, respectueux de l'être humain et de l'environnement. Depuis le 1^{er} avril 2015, JBC est membre de la Fair Wear Foundation et est, en outre, le premier détaillant belge à avoir ratifié l'accord de sécurité du Bangladesh. Le Claes Retail Group (CRG), le holding qui gère JBC et Mayerline, compte plus de 1500 collaborateurs (directs et indirects) et compte quelque 210 magasins répartis en Belgique, en Allemagne et au Luxembourg, dont 146 magasins JBC et 64 magasins Mayerline.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site : www.jbc.be

A propos de Checkpoint Systems, Inc.

Checkpoint Systems est un leader mondial des solutions EAS et RFID pour la distribution, englobant la prévention des pertes et la visibilité des marchandises. Division de CCL Industries, les solutions Checkpoint reposent sur 45 ans d'expérience en technologie radiofréquence, des solutions innovatrices de prévention des vols et de pertes, des logiciels de pointe, du matériel RFID et des capacités d'étiquetage exhaustives pour la marque, la sécurité et le suivi des marchandises de la source jusqu'à la mise en rayon.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site : www.checkpointsystems.com

Twitter: @CheckpointBenelux

Twitter: @CheckpointSysFr

LinkedIn : Checkpoint Systems France

Clémence Silvestre

Responsable Marketing et Communication

Clemence.silvestre@checkpt.com

01 30 47 30 45