



Avec les robots Scallog, Bricolux prépare en 3 mois la rentrée des classes francophones en Belgique !

Enrichissement de sa gamme de plus 1000 nouvelles références, essor de l'e-commerce BtoC et excellence du service, Bricolux mise sur ces leviers pour développer son chiffre d'affaires. Et le pré-requis, est une logistique performante et agile, du stockage aux préparations de commandes, avec la robotisation Goods to Man Scallog !

Nanterre, le 23 Février 2021 - Grossiste de matériel scolaire et pédagogique depuis 1973, Bricolux se positionne comme un acteur incontournable dans les secteurs de l'éducation et de l'enfance en Belgique francophone et au Luxembourg, auprès des professionnels, son cœur de cible historique, et des particuliers. Afin de bénéficier d'une logistique à la hauteur de ses enjeux et ambitions, **le grossiste Bricolux a fait le choix en 2019 de la robotisation Goods to Man Scallog.**

Comme nous le confie Alain Collard, PDG de l'entreprise belge BRICOLUX : « *La performance et l'agilité de notre logistique représente l'accélérateur clé de notre développement et de l'augmentation de notre chiffre d'affaires, de 3 à 7 millions d'euros. Grossiste de matériel scolaire et pédagogique, nous réalisons plus de 70% de notre activité en trois mois, avec comme date butoir la rentrée scolaire* ». Il ajoute : « *La solution « Goods to Man » Scallog nous garantit aujourd'hui de lisser notre activité logistique, lors de la période estivale, pour livrer plus de 2000 écoles belges francophones et luxembourgeoises, à partir du 16 août et impérativement avant le 1^{er} septembre* »

Les enjeux de Bricolux : gestion des pics d'activité et nouvelles exigences clients !

L'efficacité et l'agilité de la logistique, de la gestion de l'entrepôt à l'optimisation des préparations des commandes, représentent les clés de Bricolux pour satisfaire et fidéliser ses clients, professionnels et particuliers. Les commandes sont effectuées à 80% en ligne par les professionnels, d'avril à juin, et livrées avant le 1^{er} septembre. **Soumis à un fort pic d'activité de trois mois**, de juin à août, et à une extension de sa gamme, Bricolux doit lisser l'activité logistique nécessaire à la préparation de plus 15 000 commandes, qui doivent être impérativement livrées avant le 1^{er} septembre selon les exigences des écoles. A cela s'ajoute d'autres pics d'activité comme la Saint Nicolas, qui voit l'essor vente de jeux éducatifs (10% du CA

de Bricolux), Noël... De plus, le distributeur veut **garantir à ses clients BtoB**, tout au long de l'année, **une livraison à J+1 des commandes de réapprovisionnement** pour les fidéliser durablement.

En parallèle, Bricolux souhaite **améliorer la performance de sa logistique e-commerce afin de séduire plus de clients BtoC**, avec des délais de livraison conformes à leurs exigences pour booster le panier moyen et les satisfaire, à l'image de ses clients BtoC.

Face à la saturation de son entrepôt de 1200 m², en termes de surface et de volume, et à la pénurie de main d'œuvre, Bricolux, adepte de l'innovation maîtrisée, recherche à l'automne 2019 **le meilleur compromis technologique pour répondre à ses enjeux logistiques et ses ambitions** : continuer à se développer en ouvrant son marché aux particuliers via le E-commerce et garantir à ses clients BtoB, tout au long de l'année, une livraison à J+1 des commandes de réapprovisionnement pour les fidéliser durablement.

Une réponse technologique s'est imposée rapidement comme nous le déclare son **PDG Alain Collard** : *« La robotisation représentait à nos yeux la solution la plus efficace et pragmatique pour dynamiser notre logistique et continuer à nous développer. Dans le monde des PME, on pense, à tort, que les robots sont inaccessibles, car chers et complexes à déployer. Notre projet prouve le contraire ».*

Du Poc à la (r)évolution logistique de Bricolux

La possibilité de tester la solution « sur le terrain » avec une très petite zone, pour apprivoiser la technologie, convaincre les collaborateurs et en valider les bénéfices de manière tangible a fait la différence pour Bricolux dans le choix de la solution Scallog. Dans le cadre de cette démarche PoC (Proof of Concept), Bricolux a mis en place le **Starter Kit Scallog** comprenant une station de préparation automatisée incluant deux ruchers de 48 caisses de commandes, 20 étagères mobiles et 3 robots BOBY pour déplacer les étagères vers les opérateurs.

L'installation de la zone robotisée au sein de l'entrepôt Bricolux a été le « déclencheur » **de la refonte des process de picking et d'emballage**. Ce qui s'est traduit concrètement par de nouvelles pratiques pour rationaliser les flux, accroître la productivité des opérateurs et réduire leurs déplacements.

Alain Collard résume *« Ce projet de robotisation a entraîné, sous notre impulsion, une transformation de l'organisation de notre entrepôt et a bouleversé 40 ans de pratiques logistiques. »*

Des bénéfices immédiats au service de l'efficacité et de l'agilité logistique

La solution Scallog a optimisé **l'ensemble du process de préparations de commandes pour le fluidifier et l'accélérer**. Dans la zone Scallog, les opérateurs, à partir de la station fixe, prélèvent les produits directement sur les étagères mobiles déplacés par les robots Bobby, et préparent, en simultané, les 48 cartons de commandes, et cela avec « un jour d'avance ». Ce process de picking garantit à Bricolux une plus **grande réactivité et efficacité dans les préparations de commandes, surtout en période de pic d'activité**.

Autres bénéfices : **la diminution de la pénibilité du travail** qui s'est traduit par **une réduction des déplacements des opérateurs à 5 km par jour au lieu des 14 ou 16 kilomètres** réalisés auparavant ainsi que **la réduction drastique du taux d'erreur** dans les préparations de commandes, qui est passé de **4 % à 0.5% en quelques semaines**.

Satisfait des premiers résultats obtenus, le distributeur belge Bricolux envisage dans les prochains mois **d'aller plus loin dans l'automatisation « Goods to Man », en triplant sa zone automatisée et en louant des robots BOBY supplémentaires**, lors de ces pics d'activité. *« L'arrivée et la diffusion de la robotisation Goods to Man dans notre PME va nous permettre de grossir notre chiffre d'affaires, sans aucune réduction des effectifs »* conclut Alain Collard.



À propos de BRICOLUX :

Grossiste en fournitures scolaires depuis 1973, Bricolux est devenu en Belgique un acteur incontournable dans le secteur de l'éducation et de la petite enfance. Destiné à la base à une clientèle exclusivement professionnelle, Bricolux a élargi sa gamme d'articles afin de répondre à une clientèle privée de plus en plus exigeante. Besoin de fournitures scolaires, loisirs créatifs, matériel éducatif, mobilier, matériel psychomotricité... Tous ces articles sont désormais accessibles aux particuliers.

Profitez dès à présent de + de 8000 références à prix grossiste et d'articles exclusifs de la marque Bricolux. Bricolux est le distributeur en Wallonie du catalogue Nathan jeux éducatifs.

Plus d'informations sur : <https://www.bricolux.be/>

A propos de Scallog :

Fondée en 2013, l'entreprise française Scallog développe, fabrique et commercialise des solutions robotiques dédiées à la logistique afin d'accroître l'agilité et la productivité des entrepôts des acteurs du 3PL, de l'e-commerce, la distribution, l'industrie... Face à l'évolution des exigences des consommateurs BtoC et BtoB, en particulier dans la disponibilité des produits et la livraison, la solution Scallog leur garantit d'accélérer leurs préparations de commandes et d'absorber leur pic d'activité, tout en réduisant la pénibilité et en lissant les investissements. Sa gamme « Goods to Man », incluant le meilleur du logiciel de décision et d'exécution « intelligent » et de la robotique mobile, répond aux besoins des logisticiens d'aller plus loin dans la flexibilité des préparations de commandes et d'intégrer plus largement l'automatisation dans leurs entrepôts. Fort de plus de 30 références à son actif et d'une levée de fonds substantielle, Scallog, fer de lance de la robotique logistique évolutive et flexible, ambitionne aujourd'hui d'accélérer son développement en Europe. www.scallog.com

CONTACTS PRESSE :

Catherine PHILONENKO

Marketing & Communication Manager

Tél. : +33(0)1 84 20 82 42 – Mobile : +33(0)6 77 59 92 34

E-mail : cphilonenko@scallog.com

Site : www.scallog.com

Gwendoline LUNE

Relations Presse & Influenceurs

Mobile : +33(0)6 15 91 48 18

E-mail : gwendoline@glc.paris