

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La Supply Chain à l'heure du 3D Printing : évolution et conséquences



Né dans les années 80, le 3D Printing, tout comme le marché de l'internet dans les années 90, est en passe de devenir un phénomène qui ne sera pas sans conséquences sur les modèles industriels que nous connaissons.

Bruno Leyvastre, Directeur du Développement chez arvato SCM, revient sur l'essor incontournable de cette technologie et sur son impact sur la Supply Chain.

8 décembre 2015

Vers une démocratisation du 3D Printing

Historiquement dédié aux domaines militaire et aérospatial, le 3D Printing élargit aujourd'hui son spectre et évolue progressivement vers une technologie grand public qui commence, d'ores et déjà, à concerner certains produits de consommation courante.

Dans un premier temps critiquée pour sa lenteur et son incapacité à produire en grande quantité, la technologie du 3D printing est aujourd'hui reconsidérée pour ses processus de fabrication devenus plus rentables et respectueux de l'environnement.

Parallèlement, et portée par des estimations de progression très positives (2,3 millions d'imprimantes 3D pour un marché de plus de 10 milliards d'euros à l'horizon 2018)*, l'impression 3D pénètre aujourd'hui de plus en plus de domaines industriels qui y voient un vrai challenge mais également un vrai potentiel pour l'évolution de leur marché. Parmi ceux-ci, la logistique, particulièrement concernée par cette révolution.

Coûts, production, distribution: la révolution 3D Printing est en marche

Le 3D Printing n'est pas sans conséquences sur les modèles logistiques en place, et notamment sur l'évolution des rapports entre les coûts de production d'une part et ceux de distribution de l'autre.

En effet, l'impression 3D permet désormais de fabriquer à la demande en une pièce et non plus nécessairement de produire en grande quantité avec de l'assemblage pour arriver au produit fini.

Ce changement sans précédent dans la chaîne de production a des conséquences budgétaires immédiates sur le stockage et la distribution, et les prestataires logistiques pourraient bien devoir intégrer à moyen, voire à court terme, des prestations d'impression 3D ou au moins l'hébergement de celle-ci.

[Contacts Presse :](#)

Oxygen
Pauline Boulfroy
03 74 02 02 55
pauline@oxygen-rp.com

arvato
Grégory KRUMM
gregory.krumm@arvato.fr

Ce constat s'avère d'autant plus vrai que, dans un monde adepte de la culture du "tout, tout de suite", le 3D Printing a très bien trouvé sa place puisqu'il permet de réduire considérablement les délais, constituant une véritable menace pour les logisticiens dont la force de distribution décroît progressivement.

Enfin, avec la baisse progressive du coût de l'impression 3D, de nouveaux métiers vont voir le jour pour se spécialiser dans la gestion des pièces détachées, des plus basiques aux plus sophistiquées, ainsi que dans la personnalisation du design de certains produits de consommation courante, obligeant les fabricants traditionnels à repenser leurs modèles.

Un challenge industriel à relever

Conscient des enjeux économiques et sociaux d'une telle révolution, arvato explore donc progressivement la technologie du 3D Printing via ses centres de recherche et d'innovation, ainsi que par la mise en place de machines dans certains de ses entrepôts. Aujourd'hui principalement axé sur la logistique marketing (goodies, échantillonnage, ...) cette technologie devrait s'étendre demain à une Supply Chain plus "classique", à commencer par celle des pièces détachées.

Par l'adhésion à ce virage technologique, arvato entend bien accompagner ses clients dans leur réflexion et leurs évolutions pour passer du monde 2.0 à celui du 3.0.

A propos d'arvato

Véritable force conseil, arvato développe des stratégies marketing et des solutions sur mesure pour des relations plus fluides, plus riches et plus humaines. Ses équipes d'experts métiers (CRM, SCM, digital marketing, services financiers) s'appuient sur des spécialistes sectoriels et opérationnels pour offrir aux marques une supply chain et un marketing client performant. Fort de sa puissance opérationnelle, arvato intervient ainsi à chaque étape du parcours client pour créer de la valeur et développer significativement le chiffre d'affaires de ses clients.

arvato accompagne avec succès des marques renommées comme Microsoft, Nintendo, Sennheiser, Tommy Hilfiger, Esprit, Nestlé, Douglas ou encore Triumph dans la création et le développement de leurs activités omnicanal à l'international. Avec un réseau de 110 centres de distribution dans 22 pays, 25 000 positions pour la gestion de la relation client dans une trentaine de langues et une plateforme proposant les principaux moyens de paiement à l'international, arvato dispose d'une position unique pour accompagner la stratégie de croissance internationale de ses clients B2B et B2C.

arvato appartient à Bertelsmann, premier groupe de média et services en Europe. Présent dans 40 pays, dont 22 en Europe, arvato réunit 70 000 collaborateurs dans le monde et réalise en 2014 un CA de 4,7 milliards d'euros, dont 400 millions d'euros en France.

Plus d'informations : www.arvato.fr

Visitez notre blog : www.arvato.fr/leblogmarketingclient

Découvrez notre magazine : <http://marketingclient.lesechos.fr>

* Etude Gartner datée de 2014 et intitulée "Forecast 3D Printers, Worldwide, 2014"