

Agora de la Supply Chain

« Peut-on encore prévoir ? »

Régis BOURBONNAIS

Master Supply Chain Internationale

Université de Paris-Dauphine

Typologie des événements exceptionnels impactant les ventes :

- **Facteurs endogènes à l'entreprise : incident de production, grève dans l'entreprise, ...**

ou la demande :

- **Facteurs exogènes nationaux : météo, grève nationale, réglementation (fiscalité), innovations de la concurrence, ...**
- **Facteurs exogènes spécifiques à l'entreprise : réseaux sociaux, articles de presse, émission de télévision, ...**

Typologie des des évènements exceptionnels impactant les ventes ou la demande

- Effets permanents ou de longue durée : réglementation, ...
- Impacts conjoncturels ou ponctuels : grève, météo, ...

Ces évènements sont caractérisés par être :

- *non répétitifs,*
- *non reproductibles,*
- *et exceptionnels.*

donc non prévisibles

Mais alors, faut-il ne rien faire ?

Trois actions possibles :

- **Détection sur le passé de ces ventes atypiques**
- **Traitement : épuration de l'historique des ventes afin de ne pas polluer le calcul de la prévision**
- **Quantification de l'impact par modélisation économétrique (ou IA) et reproduire son effet dans le futur en cas de survenance d'un évènement du même type (courbe d'expérience).**

Limites :

- **Par définition, impossibilité de prévoir quel type d'évènement va se produire, et quand ?**
- **Pour la météo, prévision possible à 15 jours, mais souvent insuffisant compte tenu de la réactivité des entreprises**

« Peut-on encore prévoir ? »

Oui heureusement, même si ces phénomènes prennent de l'ampleur, ils restent encore marginaux.

Le principal levier d'action reste donc la réactivité