

LE MAGASIN

Le magasin est un bâtiment composé d'une salle emménagée et destinée à recevoir des marchandises. Il sert de lieu de stockage des matières premières, des encours de production, des produits semi-finis, des produits finis et des outillages dont la consommation ou l'utilisation n'est pas immédiate.

LES PRINCIPAUX BUTS DU MAGASIN

Le magasin a :

Un but économique. Il est l'un des éléments qui permettent à l'entreprise d'accomplir sa politique d'optimisation des coûts.

Un but logistique. Il permet de maintenir des articles disponibles et à proximité de l'utilisateur. Ce qui réduit considérablement les délais de livraison lorsqu'une demande est émise.

Un but de régulation. Dans une chaîne d'activité, le magasin est un point de base qui permet de maintenir une circulation mesurée et constante des flux d'articles en amont et en aval de la chaîne.

Un but de sécurité. C'est un lieu où l'on range le matériel dans des conditions de stockage spécifiques. L'accès y est limité à certaines personnes et les mouvements des articles y sont contrôlés.

LES CARACTÉRISTIQUES D'UN MAGASIN

Le **magasin** étant destiné à recevoir des articles dans le respect de certaines contraintes prédéfinies, il est important de s'assurer que celui-ci soit adapté à la nature, à la quantité et aux types de marchandises qui y sont stockées. Quatre principaux éléments sont alors à considérer :

(1) La capacité de stockage

La capacité de stockage est le nombre de références qu'un magasin est apte à recevoir. Dans la plus part des cas, elle s'évalue en nombre d'unités de stockage. Ainsi, on parle d'une capacité de stockage de 150 articles, de 200 sacs ; de 150 palettes ; de 25 tonnes ; de 350 casiers ...

Les quantités des commandes ne doivent pas conduire au dépassement de la capacité de stockage du magasin. La contrainte nécessite d'être toujours prise en compte au moment de la commande d'approvisionnement.

(2) La position sur la chaîne logistique

En amont de la chaîne logistique, se trouvent les magasins de matières premières ; à l'intermédiaire se situent les magasins de produits semi-finis et des encours de production, on trouve aussi à ce niveau les magasins de transit. En aval de la chaîne, se localisent les magasins de produits finis destinés à la vente.

Vu sous un autre angle et dans le cas d'un réseau de magasins, il est important de distinguer et de différencier le magasin principal fournisseur de plusieurs magasins secondaires, le magasin intermédiaire et enfin le magasin de transit. Car d'une position à l'autre, même si les buts se rejoignent, les rôles, les priorités et les objectifs ne sont pas les mêmes.

Magasin en amont de la chaîne logistique	Les sources d'approvisionnement étant externes à l'entreprise, les risques de rupture de stock et les incertitudes sont plus grands et peuvent nuire à la production; la demande étant interne, les prévisions de consommation sont plus pratiques à faire
Magasin intermédiaire	La source d'approvisionnement est interne à l'entreprise; les délais de livraison sont plus contrôlables ; la demande aussi est interne (ateliers de fabrication, services de maintenance, autres magasins de la même entreprise) ; les stocks circulent par flux tendus et les incertitudes sont moins importantes.
Magasin de transit	Pas de commandes de réapprovisionnement. Les marchandises introduites sont de passage. A l'arrivée, leur destination suivante est déjà connue. Les activités dans ce type de magasins se limitent aux opérations de réception, contrôle, dégroupage, groupages, emballage et expédition
Magasin en aval de la chaîne	La demande est externe à l'entreprise et est le plus souvent aléatoire ; le suivi du niveau de stock demande beaucoup plus d'attention ; il y a des risques de faire du sur stock

Tableau 1 : Les contraintes et enjeux liés aux types de magasins

(3) *Le caractère homogène.*

Il existe d'une part des magasins homogènes conçus pour recevoir un seul produit ou une seule famille de produits et d'autre part des magasins hétérogènes qui reçoivent indifféremment des articles de diverses natures.

(4) *La température interne.*

L'affectation des marchandises dans le magasin prend toujours en compte les conditions de stockages requises. En d'autres termes, le magasin doit offrir les conditions idéales de température pour le stockage des articles qui y sont introduit

Les marchandises périssables ou facilement altérables par la chaleur sont conservées dans des magasins climatisés ou réfrigérés. Les pièces métalliques quant à elles n'ont pas nécessairement besoin de ces conditions. Pourtant, des produits tels que le tabac nécessitent un magasin chaud et à température contrôlée.

LES PARTIES D'UN MAGASIN

Le **magasin** pris dans son ensemble, voici les principaux éléments qui le composent :

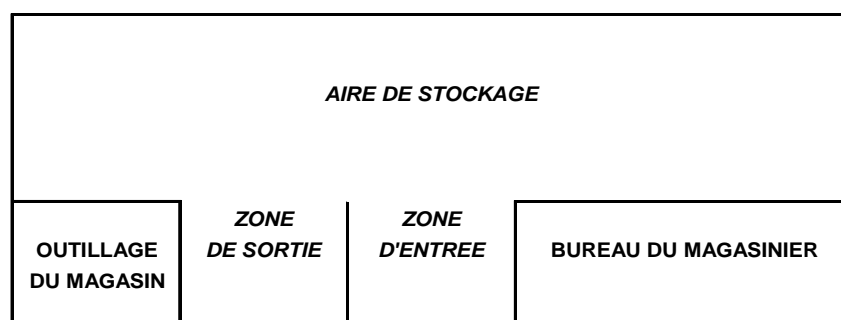


Figure 1 : Les principales parties du magasin

- Une zone emménagée pour le stockage des produits encore appelé zone de stockage ou aire de stockage. C'est un espace ordonné, matérialisé par des couloirs de circulation et des emplacements bien identifiés grâce à des étiquettes ou des plaques de signalisation. Il existe aussi des zones de stockage en plein air. Les mots « parc » et « yard » sont les plus utilisés pour les désigner.

- Une zone servant de bureau, équipé d'un terminal informatique et d'un classeur des divers documents liés à l'activité du magasin ;
- Une zone d'entrée ou de réception des marchandises ;
- Une zone de sortie qui sert à la préparation, à l'expédition ou à la livraison des commandes aux destinataires ;
- Une salle dans laquelle sont rangés les produits et matériels d'entretien du magasin, ainsi que les équipements de manutention

Suivant la taille du magasin, ces entités sont parfois regroupées. Mais, le plus souvent on les retrouve séparées et délocalisées.