

Interview

Entretien avec Henri Seroux, Manhattan Associates



À l'occasion du Manhattan Exchange Summit organisé à Anvers, Supply Chain Village a rencontré Henri Seroux, Directeur Général Europe de Manhattan Associates. L'occasion de faire le point sur les grandes évolutions du secteur : robotisation, intelligence artificielle, cybersécurité et internationalisation des opérations.

« Nous assistons à une accélération très nette de la robotisation. Dans ce contexte, le logiciel Manhattan Active Warehouse Management (MAWM) intègre désormais un nombre croissant de partenaires en transitique et robotique : Exotec, Dematic, Agile Robotics... La liste s'allonge rapidement. Nous travaillons notamment avec de grands distributeurs comme Aldi, qui déploie une centaine de sites extrêmement robotisés. Ces sites hybrides combinent efficacement le WMS et la planification transport, afin d'optimiser les flux, la préparation et le transport des commandes. Notre rôle est d'orchestrer ces différents systèmes via un Warehouse Execution System intégré, capable de coordonner les équipements robotisés et les opérateurs humains pour maximiser la productivité. L'automatisation ouvre souvent la porte à une réflexion plus large sur la performance des systèmes d'information logistique. Un bon exemple est celui d'Alliance Automotive, distributeur européen de pièces automobiles, qui a déployé la technologie Exotec et choisi Manhattan pour piloter ses nouveaux centres de distribution, en France, au Royaume-Uni et en Espagne. Même chose pour Zeeman, le distributeur textile européen, qui a construit un centre de distribution hautement mécanisé avec notre solution au cœur du dispositif.

L'intelligence artificielle s'invite désormais au cœur des applications logistiques. Comment Manhattan aborde-t-il ce tournant ?

L'IA est une vague technologique majeure, comparable à ce que nous avons connu avec le cloud. Notre approche est prudente et responsable : nous intégrons progressivement des fonctionnalités testées et validées, en partenariat avec des clients « early adopters ». Nous avons déjà des applications concrètes dans la gestion des flux entre WMS et TMS, avec des industriels français et des groupes internationaux comme Schneider Electric, qui déploie actuellement nos solutions à l'échelle mondiale. Chaque trimestre, nos applications cloud évoluent et permettent à nos clients d'activer ces innovations à leur rythme, de manière sécurisée.

Manhattan a également présenté son environnement de développement “Foundry”. En quoi est-ce une évolution stratégique ?

Foundry symbolise une évolution importante : nous passons d’un modèle fermé à un écosystème ouvert. Nos clients et leurs intégrateurs peuvent désormais développer eux-mêmes des extensions et microservices, hébergés sur nos environnements cloud. Cela leur permet d’adapter la solution à leurs besoins spécifiques, plus rapidement et à moindre coût. C’est une manière d’encourager l’innovation tout en garantissant la compatibilité et la sécurité des développements. L’idée, c’est d’offrir un cadre ouvert, interopérable et agile.

La cybersécurité est devenue un sujet central. Comment Manhattan garantit-elle la protection de ses clients ?

C’est une préoccupation quotidienne. Nous opérons sur une architecture cloud très robuste, basée sur Google Cloud Platform, avec des standards de sécurité parmi les plus élevés du marché. Chaque incident rencontré par nos clients dans d’autres environnements renforce encore notre vigilance. Nos équipes travaillent en lien étroit avec les responsables sécurité des entreprises clientes. Chaque appel d’offres donne lieu à un audit complet, à des échanges techniques et à la mise à jour permanente de nos certifications. Nous fournissons des systèmes critiques à des acteurs essentiels — notamment dans la distribution pharmaceutique — où la moindre interruption d’activité aurait des conséquences lourdes.

Comment évolue la présence internationale de Manhattan ?

L’Europe représente aujourd’hui près de 20 % de notre activité mondiale, contre environ 12 % il y a quelques années. La croissance est forte, notamment en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et dans les pays nordiques. Nos marchés les plus dynamiques sont l’alimentaire, le textile et la logistique contractuelle. À l’échelle globale, Manhattan reste très présent en Amérique du Nord, mais renforce ses positions en Asie-Pacifique, avec des pôles actifs au Japon, en Australie, à Singapour et en Chine. L’international pèse aujourd’hui près de 35 à 40 % de notre activité totale. La France reste un marché clé. C’est ici que nous observons certains des plus grands projets de transformation, avec de grands acteurs du Retail, de la logistique et de l’industrie. Nous avons également un écosystème très actif d’intégrateurs et de partenaires, ce qui nous permet de déployer rapidement les innovations issues de nos centres de R&D mondiaux.

Un dernier mot sur la relation entre magasins, entrepôts et expérience client ?

Notre ambition est d’assurer une continuité totale entre l’entrepôt, le magasin et le client final. Notre solution POS (Point of Sale) permet déjà de gérer les commandes omnicanales, de suivre l’historique d’achat et de répondre en magasin comme dans un centre de relation client. Certaines enseignes, comme Lacoste ou Nike, expérimentent déjà ces dispositifs aux États-Unis et en Europe. C’est une tendance de fond : la supply chain devient un élément central de l’expérience client. Entre robotisation avancée, intelligence artificielle et ouverture technologique, Manhattan Associates confirme son rôle de pionnier d’une supply chain intelligente, connectée et durable. Nous entrons dans une ère où la supply chain ne se contente plus d’exécuter : elle apprend, s’adapte et devient un levier stratégique de performance pour l’entreprise.

Interview réalisée lors du Manhattan Exchange Summit à Anvers, le 7 octobre 2025.

Pros recueillis par Jérôme Papin.