



Programme Allé Horlogerie

Présentation de GS1 France

GS1 France est un organisme de concertation entre l'industrie, le commerce et leurs partenaires, dont le rôle est la définition et la diffusion des standards internationaux de communication GS1 pour améliorer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement. L'utilisation de ces standards optimise les processus du commerce électronique et la traçabilité des produits.

Compte tenu de son expérience dans la gestion des relations entre l'industrie et le commerce, GS1 France est reconnu comme un organisme paritaire et neutre dans les relations avec la distribution.

Les standards promus par GS1 France s'adaptent aussi bien aux grandes entreprises qu'aux PME ; les 30 000 entreprises adhérentes sont composées pour près de 85% de PME.

Présentation de la Chambre française de l'horlogerie et des microtechniques (CFHM)

Fondée en 1947, la CFHM est la fédération professionnelle rassemblant les fabricants et marques français d'horlogerie. Elle regroupe trois syndicats représentant les secteurs suivants : montres, composants pour la montre, horlogerie domestique et technique. Elle participe aussi à des actions de promotion et à la mise en place d'actions collectives visant au développement de la filière.



Historique et état d'avancement du projet

A la demande d'un certain nombre de distributeurs, le syndicat français des fabricants de montres (SFFM affilié à la CFHM) a décidé d'engager une action collective visant à proposer un système EDI dans le secteur de l'horlogerie afin d'éviter la multiplication des initiatives qui impliquerait un coût supplémentaire d'adaptation.

La création d'un groupe de travail EDI-Horlogerie réunissant les fournisseurs et les distributeurs du secteur avec la collaboration de GS1 France et de la CFHM s'est fixé comme objectif d'avancer sur les aspects suivants :

- Etude des documents commerciaux : fiche produit, bon de commande, accusé de réception de la commande, avis d'expédition, facture.
- Définition d'une plate-forme d'échanges Internet de type Web-EDI «Edi-Horlogerie», permettant au fabricant de récupérer les commandes EDI de son client et de lui envoyer un avis d'expédition électronique.
- Mise en place d'un planning de tests au sein de 3 entreprises pilotes (SMB, TWC, Synalia) pour valider les travaux et les propositions du groupe de travail.
- Définition des indicateurs de performances susceptibles d'attirer l'attention des dirigeants d'entreprises (gain de productivité et montant du retour sur investissement) et de les inciter à utiliser les technologies de l'information dans leurs échanges.

Présentation du programme Allé

La mise en place par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, d'un plan d'actions TIC-PME 2010 a pour objectif de renforcer la compétitivité des PME par un meilleur usage des technologies de l'information et de la communication. Dans ce cadre, GS1 France a présenté le programme Allé (Accélération des Liaisons par Langage Electronique) en collaboration avec la CFHM et l'Union Nationale des Entreprises Françaises de l'Ameublement (Unifa).

Le projet Allé horlogerie vise à permettre la transmission électronique des données commerciales avec en perspective une réduction des délais de livraison, des coûts de stockage et des coûts liés au traitement papier.

Le projet Allé ameublement a pour mission de proposer des outils de mise à disposition des informations produits et logistiques à l'ensemble des PME du secteur en utilisant les technologies Internet et celles du catalogue électronique.

Pour la filière horlogerie, ce projet doit aboutir à la mise en oeuvre d'une solution d'échange électronique permettant aux industriels de recevoir les commandes de façon automatique, de les valider par l'envoi d'un accusé de réception de commande indiquant les écarts aussi bien en termes de produits, de quantités, de prix ou de délais de livraison. L'envoi d'un avis d'expédition électronique lui permet de préparer la réception des produits, d'en assurer le stockage et leur traçabilité. Cette plate-forme doit être accessible soit par des liens directs avec les entreprises souhaitant assurer l'intégration automatique de leurs transactions, soit par un accès de type « Web-EDI » pour les PME souhaitant utiliser des phases intermédiaires dans l'intégration des nouvelles technologies.

Le projet Allé rentre dans la logique du respect d'un écosystème pour le secteur des biens de consommation courante, secteur dans lequel la problématique des PME est assez proche même si les produits distribués sont différents.

Le respect de cet écosystème se fera notamment par l'utilisation de standards internationaux pour le développement des outils mais également pour la définition des processus. En accord avec le Ministère de l'Industrie, les standards retenus sont ceux d'eb XML. Les entreprises du secteur des biens de consommation courante ont ainsi l'assurance que les développements qu'elles réalisent sont pérennes et utilisables par l'ensemble de leurs partenaires.

Un comité de liaison assure un lien entre les développements des pôles horlogerie et ameublement afin que les solutions puissent être utilisables par l'un et par l'autre et interopérables.

Ce comité est constitué par les entreprises qui ont souhaité être pilotes et participer à la définition des besoins, à la validation des travaux et à la phase de tests avant déploiement auprès de l'ensemble des entreprises du secteur.



Pour plus d'information,
consulter

www.ticpme2010.fr



Les partenaires du projet Allé horlogerie



Entreprises pilotes

SMB

PDG : M. Philippe Bérard
Comité de coordination : M. Michel Simon
Comité de pilotage : M. Daniel Callerand
(Informaticien)
Tél : 03 81 48 48 00

Groupe TWC

PDG : M. Alain Chaumet
Comité de coordination : M. Alain Chaumet
Comité pilotage : M. Jean-Marc Bideaud
Tél : 03 81 68 37 77

Synalia

PDG : M. Eric Holzinger
Comité de coordination : M. Eric Holzinger
Comité de pilotage : M. Alex Perlié-Long
Tél : 01 55 33 23 00

Prestataire

SRCI

Société spécialisée dans le domaine des échanges électroniques professionnels, SRCI déploie d'importants moyens humains et matériels pour mettre en œuvre des techniques performantes de communications entre partenaires.

Ces solutions comprennent :

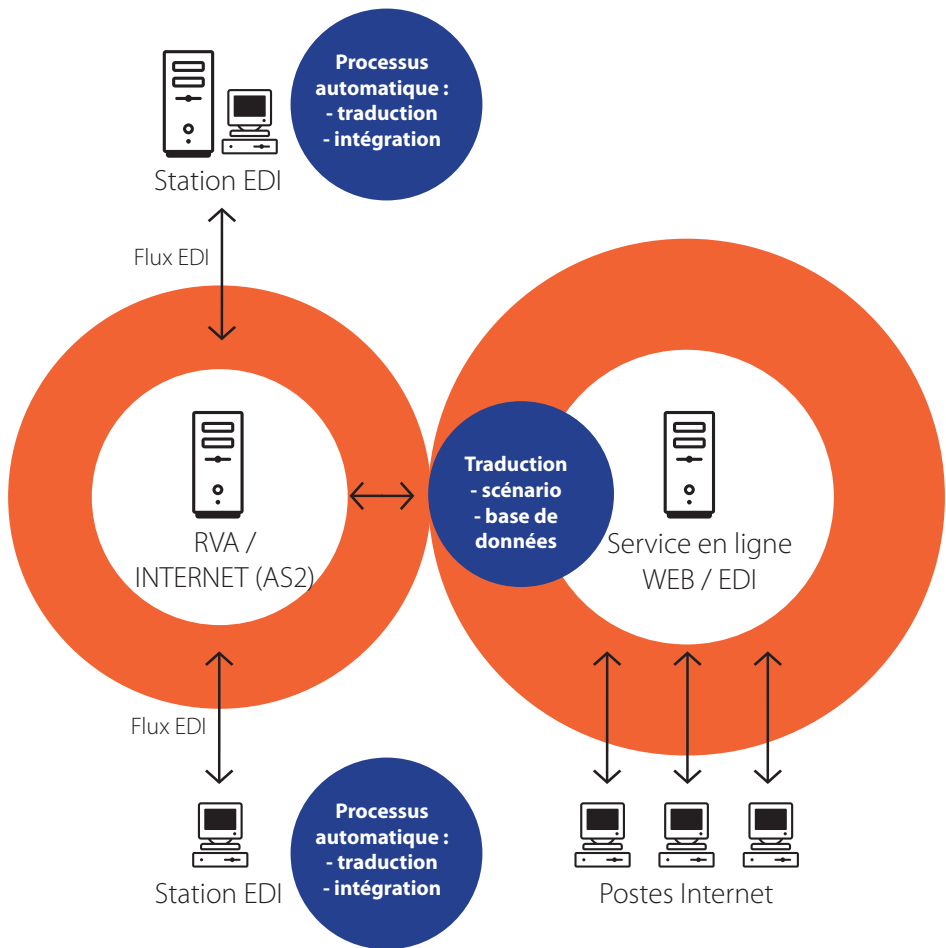
- l'hébergement et la veille technologique des serveurs de communication ;
- la traduction et la mise en forme des messages échangés, la mise à disposition et la gestion des logiciels de communication, le routage fiable et sécurisé des informations à échanger ainsi que leur bon acheminement.

SRCI participe également, en amont des projets, à l'animation des groupes de travail de standardisation des processus d'échanges électroniques dans le domaine des filières industrielles et des collectivités, disposant d'une expérience internationale reconnue en matière de bonnes pratiques



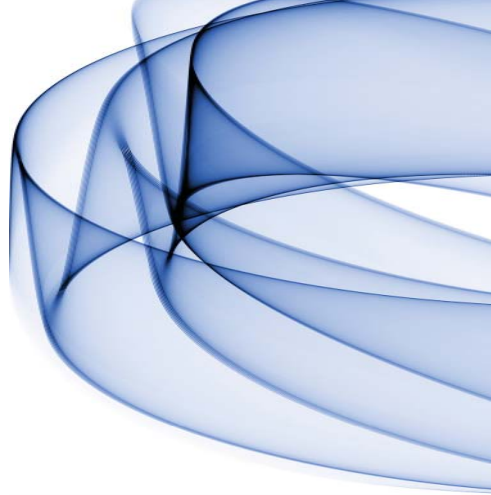
Principe de l'EDI

L'échange de données informatisé consiste en l'échange de données structurées, d'ordinateur à ordinateur, entre partenaires indépendants.



Les avantages de l'EDI

- Standardisation des normes de communication
- Gestion optimale des stocks
- Traçabilité des flux de produits et d'information
- Capacité d'accéder à de nouveaux clients ou de nouveaux marchés : certains prospects ou certains marchés ne sont ouverts que si l'entreprise est capable de converser de manière électronique
- Gains de productivité
- Suppression des erreurs de saisie
- Rapidité des échanges
- Fiabilité du système
- Intégration automatique des données dans le système d'information

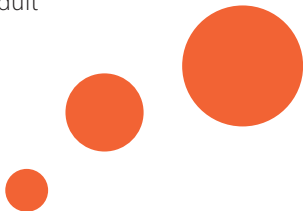


Les avantages pour le distributeur

- Réduire la gestion administrative du magasin (intégration directe des informations dans l'informatique du distributeur)
- Satisfaire au mieux les besoins du consommateur grâce à la rapidité des délais
- Améliorer la gestion des stocks
- Recevoir les informations nécessaires pour augmenter les ventes : disponibilité, image, information sur les produits...
- Nomenclature plus riche au niveau de la fiche produit

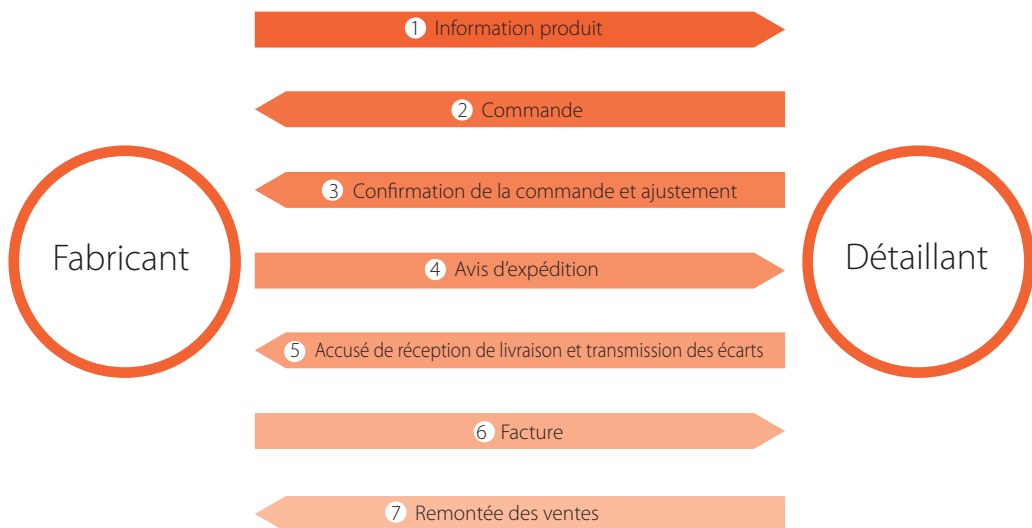
Les avantages pour le fournisseur

- Mieux connaître le consommateur et lui proposer une offre plus pertinente
- Etablir une approche commerciale particulière pour chaque mode de distribution (grands magasins, détaillants spécialisés, détaillants indépendants...)
- Améliorer la gestion des stocks
- Mettre en place un partenariat plus fort entre les acteurs
- Travailler avec des standards internationaux reconnus pour faciliter l'introduction sur de nouveaux marchés



Scénario d'échange

Les flux d'informations entre un fournisseur et un client accompagnent les flux physiques de marchandises. Le scénario classique d'échange d'informations est le suivant :





CFHM

22, avenue Franklin Roosevelt
75008 Paris

T: 01 53 77 29 00

F: 01 43 59 03 86



France

2, rue Maurice Hartmann
92137 Issy-les-Moulineaux cedex

T: 01 40 95 54 10

F: 01 40 95 54 49

www.gs1.fr