



Enquête sur la Certification GS1

Décembre 2009





Sommaire

- Rappel des objectifs et du contexte
- Analyse des résultats
 - Pourquoi être certifié GS1?
 - Qualité du processus technique de certification
 - Aspects Marketing et Communication
 - Evolution du CA des offreurs certifiés
 - Evolution du nombre de clients
- Bilan





Objectifs et Contexte

- Evaluer les impacts de la qualification/certification sur l'activité des GS1 partenaires certifiés:
 - Evolution du chiffre d'affaires
 - Augmentation du nombre de clients
 - Aspects Marketing et image de marque
- Obtenir un retour terrain des GS1 partenaires sur les opérations techniques liées à la certification GS1
- Champ de l'enquête: les 22 offreurs qualifiés GS1 France





Les offreurs certifiés

Société	Certifié Dématérialisation de facture	Certifié WebEDI	Certifié Catalogues Electroniques
@GP	X	X	X
1PIM			X
Agena 3000	X	X	X
Accelya	X		
Atos Worldline	X		
B-Process	X		
Cegedim	X		
Deskom	X		
Edicom	X		
Edicot	X		
EDT	X		
Equadis			X



Les offreurs certifiés

Société	Certifié Dématérialisation de facture	Certifié WebEDI	Certifié Catalogues Electroniques
Euroedi	X		
Gexedi	X		
Generix Group	X	X	X
GMI Connectivity	X		
Orange Business Services	X		
Prologue	X		
Seeburger	X		
Seres	X		
Sterling Commerce	X		
Tie France	X		X
Trace One			X

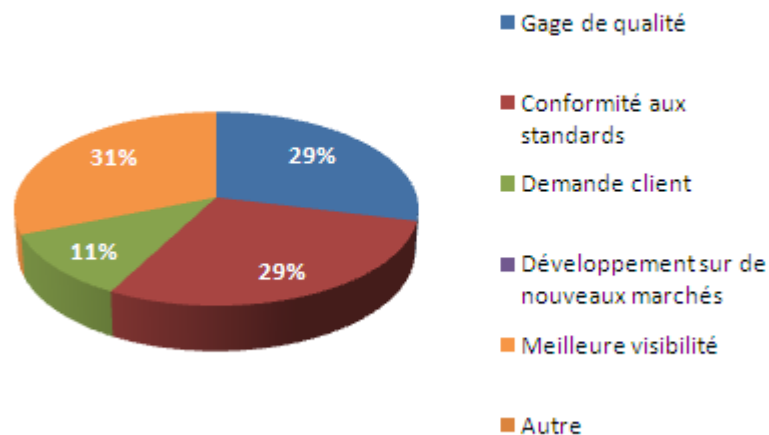


Analyse des résultats

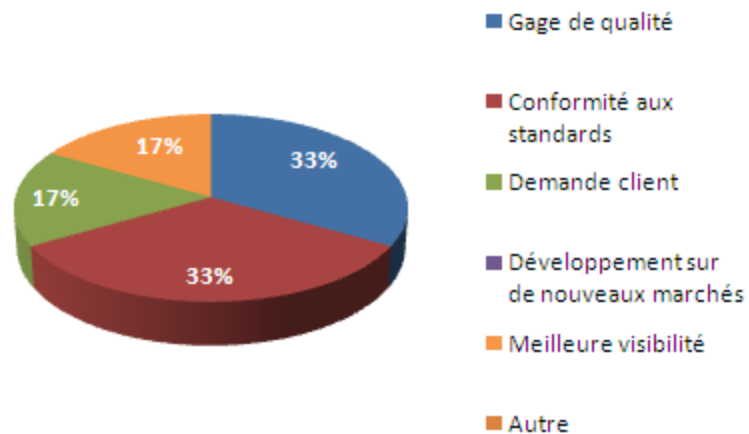


Pourquoi être certifié GS1?

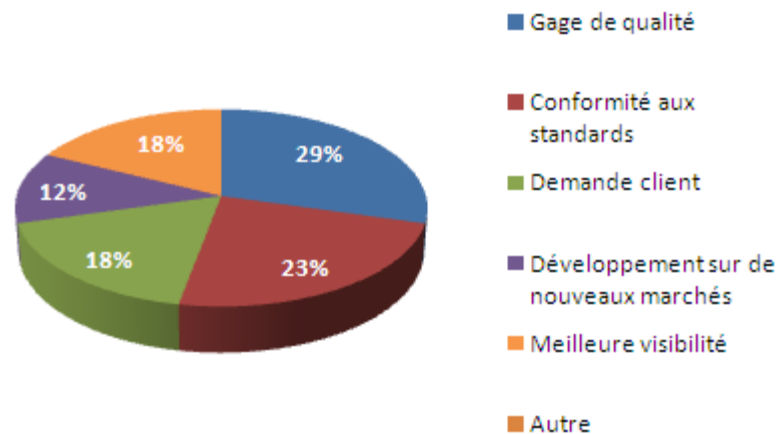
Dématérialisation Fiscale



WebEDI



Catalogues électroniques





Pourquoi être certifié GS1?

- 3 arguments :
 - **Gage de qualité** : la certification permet de rassurer les clients et c'est un élément de la différenciation vis-à-vis de la concurrence.
 - **Conformité aux standards** : elle offre une garantie de mise en œuvre correcte des spécifications techniques liées aux standards
 - **Meilleure visibilité** : elle permet un meilleur référencement au sein des GS1 Partenaires





Qualité du processus de certification

- **75%** des offreurs certifiés sont satisfaits de la phase technique de certification et la qualifie de **simple, rapide, efficace** et **complète**.
- **25%** estiment qu'elle est parfois **longue** et **fastidieuse** mais **justifiée**
- La collaboration avec GS1 lors du processus est **satisfaisante** pour **90%** des offreurs
- Le tarif proposé est **adéquat** pour **70%** des offreurs.



Aspects Marketing et Communication

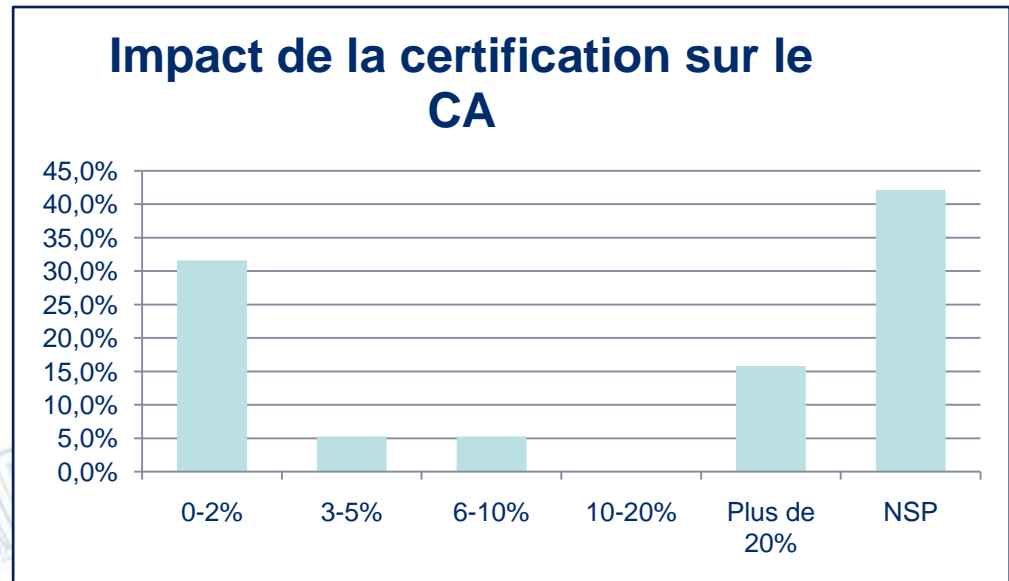
- Tous les GS1 Partenaires certifiés ont utilisé la certification pour promouvoir leurs solutions:
 - Communication auprès de leurs clients
 - Argument commercial pour conquérir de nouveaux prospects
 - Utilisation du logo « certifié GS1 France »
- **85%** des offreurs certifiés sont satisfaits de la **communication** effectuée par GS1 sur la certification (site web, newsletter, neutralité respectée)
- Certains offreurs demandent une promotion particulière pour ceux qui proposent les deux types de solutions de facture dématérialisée (EDI+PDF Signé)



Evolution du CA des offreurs certifiés

Depuis qu'elles sont certifiées:

- **31,6%** des sociétés ont connu une hausse de CA **inférieure à 2%**
- **5,3%** des sociétés ont vu leur CA augmenter de **3 à 5%**
- **5,3%** des offreurs ont amélioré leurs revenus de **6 à 10%**
- **15,8%** des offreurs ont connu une hausse de CA **supérieure à 20%** suite à la certification
- **42%** des sociétés n'ont pas réussi à évaluer l'impact de cette certification sur leurs revenus (estimant qu'il s'agit surtout d'un argument commercial pour leurs actions de communication)





Evolution du nombre de clients

- Pour **57,8%** des sociétés, être certifié GS1 a permis d'augmenter le nombre de clients ou prospects:
 - **Catalogues électroniques** : entre +10 et +100% des clients
 - **PDF signé** : les offreurs estiment que cette certification leur permettra de s'adresser à un nombre important de nouveaux clients (notamment PME)
- L'obtention de la certification a également permis de ne pas perdre les clients **grands comptes** (qui exigent ce gage de qualité)
- **Volumes d'augmentation** : la majorité des sociétés n'ont aucune données concrètes sur le nombre de nouveaux clients obtenus grâce à leur statut d'offreur certifié GS1. Encore une fois, pour certains offreurs il s'agit d'un argument marketing.



Bilan





Bilan

- La certification est un « **passport qualité** » (avant d'être un argument « interopérabilité »)
- L'évolution du **CA** et du nombre de nouveaux clients suite à l'obtention de la certification est **variable et non significative**.
 - Globalement, l'impact est plus fort sur les offreurs de catalogues électroniques (marché le moins mature).
- **Satisfaction** des GS1 partenaires sur le processus de certification





GS1 Partenaires

GS1 Partenaires

Nathalie Damery

2 rue Maurice Hartmann

92137 Issy les Moulineaux cedex

T + 33 1 40 95 54 99

E partenaires@gs1fr.org

W www.gs1.fr

