

Guide EDI
pour les négociants et les industriels
de produits du bâtiment

Table des Matières

1 LE CONTEXTE	6
LES INFORMATIONS PRODUITS _____	6
LES CATALOGUES ÉLECTRONIQUES _____	6
LES CONTRAINTES ENVIRONNEMENTALES ET LA TRAÇABILITÉ DES PRODUITS _____	6
2 LES ENJEUX DES ÉCHANGES ÉLECTRONIQUES	7
CIRCUIT DES DOCUMENTS COMMERCIAUX _____	7
> Exemple du circuit de la commande utilisant une solution EDI	7
> Description d'un circuit d'échanges électroniques entre un négociant et un industriel	8
LES BÉNÉFICES DIRECTS DE L'EDI _____	9
> La réduction des temps de saisie	9
> La réduction des litiges	9
LES BÉNÉFICES INDIRECTS DE L'EDI _____	9
> La réduction des coûts	9
> La revalorisation des tâches	9
> Les enjeux de l'EDI dans l'entreprise	9
3 LES CONDITIONS DE RÉUSSITE	10
LES PRÉREQUIS _____	10
FORMATION INTERNE _____	10
SENSIBILISATION EXTERNE _____	10
CHOIX TECHNIQUES _____	10
INTÉGRATION / EXTRACTION DES DONNÉES _____	11
LA MAINTENANCE _____	11
4 LES ÉTAPES DU PROJET	11
NOMINATION D'UN RESPONSABLE DE PROJET EDI _____	11
ÉTUDE DE LA FAISABILITÉ _____	11
DÉFINITION D'UN PLANNING DE RÉALISATION _____	12
CHOIX DES PREMIERS PARTENAIRES EDI _____	12
DÉFINITION DES FLUX _____	12
ACCORD D'INTERCHANGE _____	12
CHOIX DE LA SOLUTION EDI _____	12
5 LES ÉLÉMENTS D'UNE SOLUTION EDI	13
LE TRADUCTEUR ET SES MODULES ASSOCIÉS _____	13
L'ADMINISTRATION DE LA STATION _____	13
EXTRACTION / INTÉGRATION DES DONNÉES _____	13
LES RÉSEAUX _____	14
LE LANGAGE DE COMMUNICATION _____	14

Table des Matières

6 EXEMPLES D'APPLICATIONS EDI	16
BPB PLACO	16
CHAUSSON MATÉRIAUX	16
LAFARGE PLÂTRES FRANCE	17
> Historique des EDI chez Lafarge Plâtres	17
> Conditions de réussite	17
> Situation des échanges électroniques à fin 2003	17
> Les apports de l'EDI	17
POINT P	18
> Historique de l'EDI chez Point P	18
> Les messages échangés chez Point P	18
> Conditions de réussite	18
Au plan technique	18
Au plan de la codification	19
Au plan de l'organisation	19
> Les apports de l'EDI	19
WEBER & BROUTIN FRANCE	19

Depuis quelques années, le monde du négoce des matériaux de construction s'organise, le secteur se concentre vers des acteurs de poids plus important.

Traditionnellement, les négociants jouaient surtout un rôle de stockistes. Aujourd'hui, ils font évoluer leur profession vers un accroissement des services. Ils veulent pouvoir répondre de façon plus rapide et plus fiable à la demande de leurs clients et souhaitent également atteindre une plus grande rigueur dans leurs méthodes de gestion, notamment, en optimisant la fonction de distribution logistique. Cette fonction peut en effet être plus performante dès lors que les entreprises ont recours aux échanges d'informations par voie électronique.

L'Échange de Données Informatisé, ou EDI, repose sur l'échange d'informations commerciales, administratives, financières ou logistiques dans un format électronique entre partenaires commerciaux.

Les échanges entre les entreprises se font le plus souvent au moyen du papier (courrier, fax). Or, les informations échangées sont, dans la majorité des cas, issues d'un système informatique, ce qui oblige à ressaisir ces mêmes informations à la réception du document. La retranscription manuelle génère des erreurs d'interprétation et de saisie que l'on estime à un caractère sur 500. Ces erreurs, qui peuvent concerner jusqu'à 50 % des transactions, sont de nature diverse : erreurs sur le nom, l'adresse, les quantités et les prix qui donnent souvent lieu à des avoirs très coûteux pour les entreprises.

Le secteur de la construction est caractérisé par des atouts favorables à la mise en place d'échanges électroniques :

- des produits techniques avec d'importants besoins d'information et de formation ;
- un très grand nombre de références ;
- des commandes fréquentes et généralement de faible montant.

Cela nécessite de nombreuses saisies et multiplie les rapprochements entre les informations produits et les informations facture - commande - livraison. Pour développer les Échanges de Données Informatisés (EDI), les négociants et les industriels ont besoin de savoir quels sont les enjeux et de connaître la nature des avantages apportés par leur mise en œuvre dans l'entreprise. L'objet de ce document est de présenter les différents éléments qui constituent la mise en œuvre d'une solution EDI.

Il est réalisé par un groupe d'utilisateurs industriels et négociants dans le domaine des matériaux de construction sur la base de leur expérience :

Négociants	Industriels
<ul style="list-style-type: none">• Chausson Matériaux• PBM (Réseau Pro, Panofrance)• Samse• Gérard Pignier• Point P	<ul style="list-style-type: none">• BPB Placo• Lafarge Ciments• Lafarge Mortiers• Weber & Broutin France• Isover• Lafarge Couverture• Lafarge Plâtres

Ce groupe contribue au projet NEGOCEDI dont la mission est de développer l'EDI et le commerce électronique dans le secteur des produits du bâtiment depuis mars 1994.

Ce guide vient donc en complément des documents techniques mis à disposition dans le cadre de NEGOCEDI. Il s'applique aussi bien aux industriels et négociants de matériaux de construction qu'aux industriels et négociants de matériaux de sanitaire-chauffage-climatisation.

En complément de ce guide d'utilisation, un guide technique de mise en œuvre intitulé « Accord d'interchange, secteur matériaux de construction » est disponible à l'adresse suivante : http://www.EANnet-france.org/Groupes/NEGOCEDI/f_ni.htm

→ 1 Le contexte

Les informations produits

Tout au long de la chaîne d'approvisionnement, les acteurs ont besoin de disposer d'informations les plus fiables possibles sur les produits qu'ils vont acheter, vendre ou utiliser. Pour cela, les différents partenaires constituent des bases de données. Celles-ci ne contiennent pas toujours les bonnes informations aussi bien techniques que commerciales ou logistiques.

Or, l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement ne peut être réalisée sans s'assurer que les partenaires disposent de la bonne information au bon moment. Dans ce cadre, différentes instances professionnelles se sont donc réunies afin d'élaborer un standard de description des caractéristiques techniques des produits : le Standard de Description pour la Construction ou SDC.

Les produits et leurs conditionnements sont décrits au moyen d'une liste de caractéristiques générales et/ou spécifiques. Les caractéristiques générales communes à toutes les natures de produits sont issues des standards EAN•UCC. Les caractéristiques spécifiques sont en revanche définies pour chacune des natures de produits. Elles permettent de décrire les produits dans un vocabulaire « métier » compris par l'ensemble de la profession. Ce dictionnaire, en cours d'achèvement, est disponible auprès de Gencod EAN France.

Pour plus d'information : www.SDC.biz

Les catalogues électroniques

Avec le développement des bases de données et les problèmes rencontrés pour leur alimentation et leur mise à jour, les entreprises ont de plus en plus recours à des catalogues électroniques accessibles sur Internet. Les partenaires peuvent alors se connecter avec l'accord des fabricants sur ces catalogues et récupérer les informations nécessaires à leur activité de façon ponctuelle ou systématique pour un ensemble d'articles prédéfinis.

Ces catalogues gérés par les industriels peuvent être hébergés par un prestataire de services. Pour faciliter leur accès, une plate-forme d'interconnexion des catalogues électroniques a été développée par Gencod EAN France : EANnet.fr

Pour plus d'information : EANnet-france.org

Les contraintes environnementales et la traçabilité des produits

L'utilisation des standards EAN•UCC avec l'identification unique des produits, des unités logistiques et des partenaires permet de suivre le produit tout au long de sa vie.

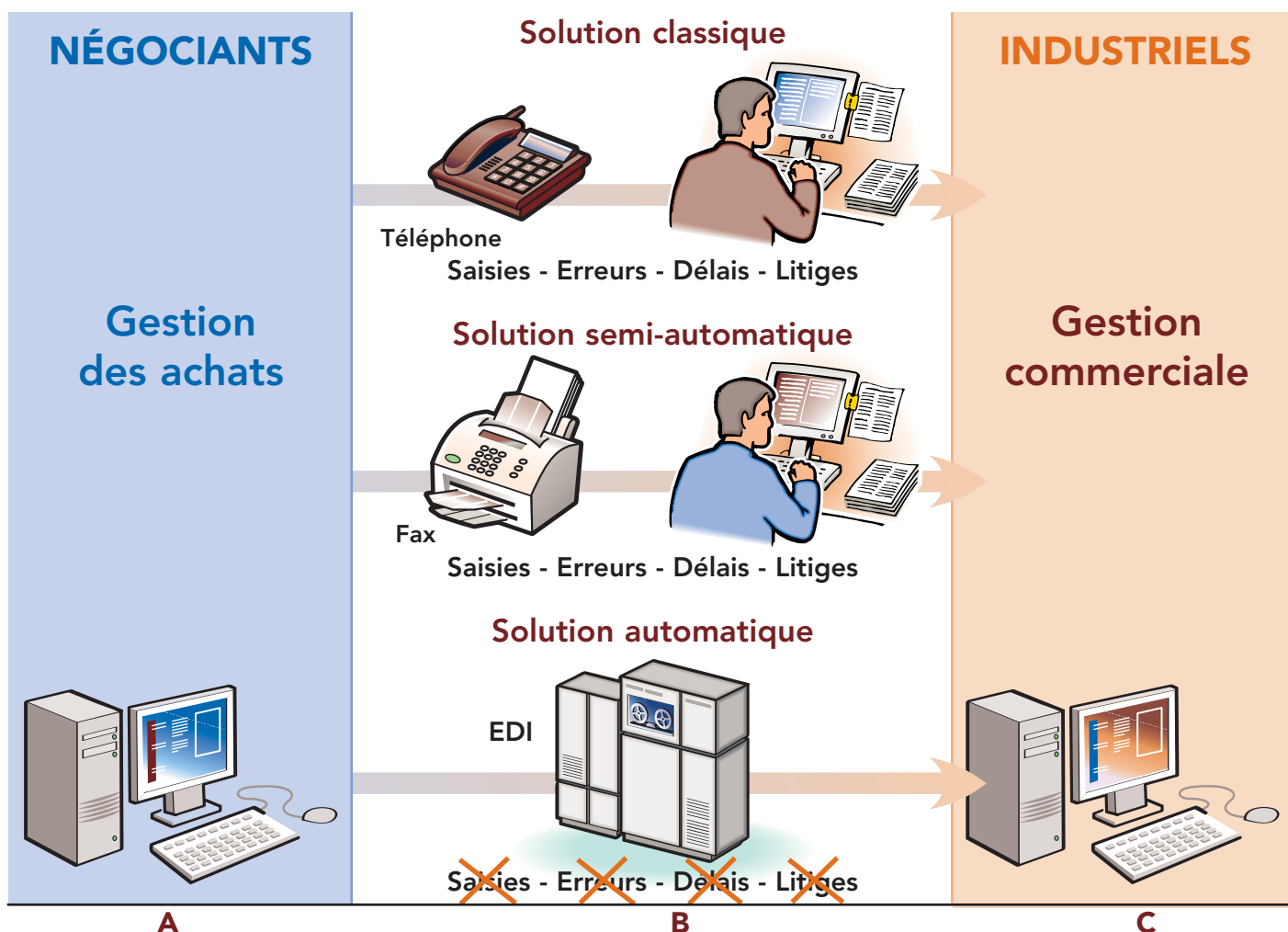
Si cette contrainte de traçabilité n'est pas très forte aujourd'hui dans le secteur des produits du bâtiment, à terme elle deviendra une nécessité. D'ores et déjà, certains industriels gèrent la traçabilité de leurs livraisons en indiquant des numéros de lot de fabrication et tout type d'information utile à cette traçabilité.

→ 2 Les enjeux des échanges électroniques

Circuit des documents commerciaux

Dans une application d'échanges électroniques de documents commerciaux entre partenaires, le principe est « gagnant - gagnant ».

■ Exemple du circuit de la commande utilisant une solution EDI



L'EDI permet d'éviter les saisies successives génératrices d'erreurs, de litiges et d'avoirs.

A – L'information issue de l'applicatif est transmise électroniquement par des moyens de communication tels qu'un « centre serveur » ou une liaison Internet.

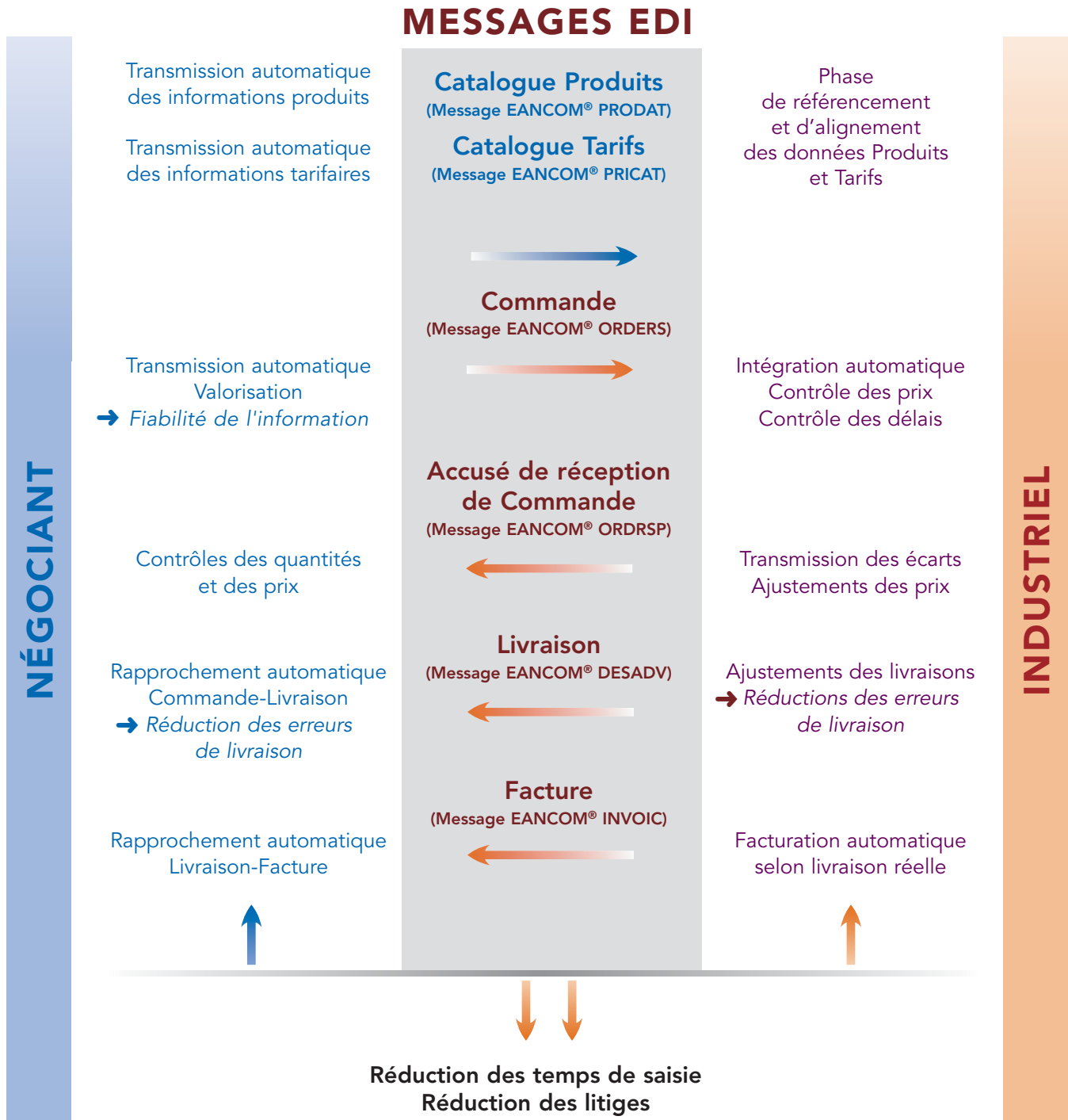
B – Le centre serveur se charge de déposer l'information dans une boîte aux lettres attribuée au destinataire.

C – Le destinataire récupère l'information sous forme de fichier, qu'il intègre directement dans son système informatique.

Pour que les données soient comprises, elles doivent être « traduites » selon un format « standard ». Chaque utilisateur conserve sa propre structure d'information qui doit intégrer au minimum une codification commune des articles et des partenaires.

Même si l'EDI peut entraîner des adaptations du système d'information, cela n'implique pas de modifications fondamentales.

■ Description d'un circuit d'échanges électroniques entre un négociant et un industriel



La phase de transmission des informations produits peut se faire par le biais d'échanges directs entre les partenaires ou par l'intermédiaire d'un catalogue électronique dans lequel le négociant pourra récupérer les données qu'il souhaite.

Ce schéma peut également être appliqué dans les relations :

- entre les industriels et leurs fournisseurs ;
- entre les négociants et leurs clients.

Les bénéfices directs de l'EDI

■ La réduction des temps de saisie

Le destinataire du message n'a plus à saisir le document reçu. Il peut effectuer automatiquement le contrôle des données et intégrer ces dernières dans son système informatique. La commande du négociant n'est pas ressaisie par l'industriel, de même que la facture de l'industriel n'est pas ressaisie par le négociant.

C'est ainsi que BPB Placo a constaté que le temps passé au traitement de la commande a diminué d'environ 30 % avec l'EDI.

La fiabilité des informations reçues améliore ainsi le traitement du processus depuis la commande jusqu'à la facture.

■ La réduction des litiges

L'intégration automatique et la diminution des saisies permettent de fiabiliser les informations et d'effectuer des contrôles auparavant longs et fastidieux. Ces contrôles réalisés au début de la transaction commerciale permettent de réajuster rapidement les écarts constatés et d'éviter les avoirs.

Les bénéfices indirects de l'EDI

■ La réduction des coûts

Le coût d'un litige est évalué entre 30 et 45 euros pour chaque partenaire. Chez Weber & Broutin France, la réception par EDI de commandes valorisées a diminué sensiblement le taux d'avoirs. Chez Chausson Matériaux, la réception de factures EDI a permis de diminuer le temps passé au contrôle et au rapprochement des commandes et des factures.

■ La revalorisation des tâches

De nombreuses entreprises ont observé que la réduction des temps de saisie a permis de redéfinir certaines fonctions administratives. Ainsi des personnes qui, autrefois, étaient chargées d'enregistrer par téléphone les commandes ou de contrôler avec le client les termes de la commande sont maintenant en contact avec ces mêmes clients pour leur transmettre des informations commerciales et techniques sur les produits, les nouveaux produits...

■ Les enjeux de l'EDI dans l'entreprise

Au-delà des réductions de coûts administratifs, la mise en place de l'EDI pour les documents commerciaux est aussi l'occasion de formaliser les circuits d'échange d'information.

→ 3 Les conditions de réussite

Par la rigueur qu'elle entraîne, la mise en œuvre de l'EDI conduit souvent à s'interroger sur les procédures, à remettre en cause les pratiques de gestion, voire à réorganiser les structures internes. On sait que l'EDI représente 80 à 90 % d'organisation et 10 à 20 % de technique. Il n'est possible d'atteindre les objectifs optimaux de la mise en place d'une solution EDI que si la Direction Générale de l'entreprise s'implique dans le projet et accepte de mettre en place les ressources humaines et financières pour sa réalisation.

Selon les choix effectués par la direction de l'entreprise, il existe plusieurs préalables dont certains sont incontournables.

Les prérequis

- Un système informatique de gestion des achats chez le négociant.
- La cohérence des informations de base partagées par les partenaires grâce à :
 - la codification des produits ;
 - la codification des établissements ;
 - la codification des partenaires de la transaction ;
 - la mise à jour des bases tarifaires ;
 - la transmission des informations produits, prix et partenaires.

En fonction des applications propres à chacun, il peut y avoir d'autres prérequis qui seront alors identifiés au début du projet.

L'utilisation des échanges électroniques présuppose le recours à des standards communs d'identification des produits et des partenaires. La profession a retenu les standards EAN•UCC.

Formation interne

La motivation des membres du personnel concernés par ces nouveaux types de transfert et de traitement de l'information est une phase indispensable. Si elle est négligée, des dissensions internes peuvent apparaître qui freineront le développement de l'EDI.

Sensibilisation externe

Chacun doit prendre en compte le mode de fonctionnement de son interlocuteur à la faveur des rencontres entre les partenaires.

Ces réunions doivent permettre de dégager un consensus et d'élaborer des procédures communes.

Choix techniques

- Acquérir un traducteur auprès d'une société de services spécialisée*.
- S'abonner à un réseau à valeur ajoutée (RVA) ou à une solution de type WEB-EDI (EDI sur Internet)*.

* Une liste non exhaustive est disponible auprès de Gencod EAN France.

Intégration / Extraction des données

L'entreprise doit ensuite réaliser une interface entre les données reçues du partenaire et celles attendues par le module de gestion interne.

La maintenance

La maintenance est assurée par des interlocuteurs identifiés en interne et en externe qui doivent veiller à la bonne diffusion de chaque mise à jour d'un des éléments de la solution.

→ 4 Les étapes du projet

Une fois acquise la volonté stratégique de la Direction Générale, il faut définir les objectifs à court et moyen termes de façon à fixer un planning de réalisation.

Nomination d'un responsable de projet EDI

Pour assurer un bon départ, on nomme un « responsable de projet EDI ».

Pour le négociant, il est préférable de choisir une personne régulièrement en contact avec les fournisseurs. Une bonne connaissance de la fonction d'acheteur, un bon niveau de responsabilités et du dynamisme lui permettront d'impulser de l'énergie dans tous les services concernés.

Pour le fournisseur, il est souvent préférable qu'il soit issu du service « administration des ventes ». Il coordonne les étapes du projet et fait le lien entre les besoins d'organisation et de gestion de l'entreprise avec le système d'information.

Sa connaissance des produits et de la politique commerciale favorise ses contacts avec les partenaires. Il assure avec le responsable technique la coordination avec l'ensemble des acteurs concernés.

Étude de la faisabilité

La première mission du responsable EDI est de soumettre à sa direction une étude chiffrée de la réalisation du projet :

- en ressources humaines ;
- en ressources techniques ;
- en ressources financières.

Définition d'un planning de réalisation

Ce planning doit permettre aux utilisateurs de contrôler l'avancement du projet.

Le délai de mise en œuvre est variable d'une entreprise à l'autre.

Il doit tenir compte des capacités de chacun des partenaires et de leur stratégie respective de mise en œuvre.

Il doit également tenir compte de la structure des bases de données articles et partenaires et de leur capacité à pouvoir se synchroniser.

Choix des premiers partenaires EDI

Sur la proposition du responsable EDI et en accord avec la direction commerciale, le choix se fait selon plusieurs critères :

- la stabilité et la régularité des relations commerciales ;
- le volume très important de lignes de commandes ;
- l'existence de contacts privilégiés.

Définition des flux

La mise en place d'une solution EDI repose avant tout sur la confiance entre les partenaires et leur volonté d'améliorer les flux d'informations.

Comme l'expérience le prouve, le premier flux concerne la commande, première étape de la transaction commerciale. Ce flux nécessite la synchronisation des référentiels produits entre les partenaires de façon à s'assurer que les bases de données sont bien en phase, on parle alors de « synchronisation ou d'alignement des données ».

L'alignement des données facilite le contrôle des réceptions, en améliorant la connaissance des conditionnements et des conditions de livraison, et permet de valoriser la commande. Les écarts de prix sont donc mis en évidence dès le début du processus.

Accord d'interchange

Les différents éléments d'une solution EDI et les accords de mise en œuvre entre les partenaires peuvent être regroupés dans un « accord d'interchange ». Ce document permet de préciser les heures et modes de connexion, les procédures de reprise en cas de dysfonctionnement, les noms des différents interlocuteurs et toute autre information jugée nécessaire entre les partenaires.

Ce document n'est pas contractuel mais permet de cadrer la mise en œuvre des échanges électroniques.

Pour plus d'information : EANnet-france.org

Choix de la solution EDI

La mise en place d'une solution EDI, indépendamment des critères d'organisation, requiert des outils techniques qui peuvent être maintenus par le service informatique interne ou par une société de services externe.

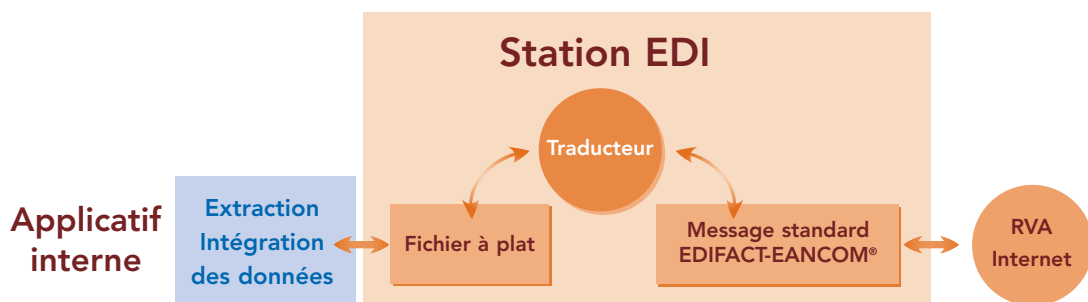
→ 5 Les éléments d'une solution EDI

Une solution EDI nécessite :

- un applicatif de gestion des achats (négociant) ou de gestion commerciale (industriel) ;
- une station EDI équipée d'un traducteur et de ses modules associés ;
- un accès serveur/abonnement réseau ;
- une carte de communication.

Des solutions disponibles sur Internet permettent aujourd'hui aux entreprises de petite taille d'avoir accès aux échanges électroniques professionnels sans pour autant que cela implique des investissements très lourds.

Dans le cas d'une station EDI classique, il est nécessaire de gérer les modules suivants :



RVA : Réseau à valeur ajoutée (Allegro, Atlas 400...)

Le traducteur et ses modules associés

L'applicatif se charge de transmettre au traducteur les données « à plat » qui seront converties selon un format standard.

Le secteur utilise le profil NEGOCEDI basé sur le standard international et multisectoriel EDIFACT (Échange de Données Informatisé pour l'Administration, le Commerce et le Transport).

L'administration de la station

La station doit être correctement administrée pour gérer les évolutions du langage, le suivi des messages émis et reçus, les transferts...

Extraction / Intégration des données

Les données qui sortent ou qui entrent dans l'applicatif interne doivent être traitées dans une interface spécifique, à réaliser.

Cette interface a pour rôle de contrôler les informations avant de les intégrer dans la base de données et d'assurer la traçabilité des transactions.

Les réseaux

Il existe plusieurs Réseaux à Valeur Ajoutée (RVA) qui assurent le transfert des messages EDI. Les principaux en France sont : Allegro et Atlas 400. Ces réseaux sont, par définition, sécurisés. Le réseau Internet, par le système des Web-EDI, assure également ce type de transferts, mais celui-ci n'offre pas encore le même niveau de sécurité et de service que les réseaux à valeur ajoutée.

Dans le cas d'échanges par Internet, ce sont des fichiers joints qui sont reçus. Il est donc ensuite nécessaire d'assurer l'intégration de ces fichiers dans l'applicatif interne.

Le choix d'un réseau est généralement lié aux choix effectués par les partenaires principaux dans le secteur d'activité concerné, sachant que tous les réseaux à valeur ajoutée (RVA) sont interconnectés entre eux.

Le langage de communication

Comme indiqué précédemment, tout échange électronique présuppose l'utilisation de standards communs à la profession. Le standard d'identification des produits, des unités logistiques et des partenaires est le standard de codification à 13 caractères d'EAN•UCC.

Les spécifications sont disponibles auprès de Gencod EAN France : EANnet-france.org

Le langage pour les échanges électroniques retenu dans le secteur des produits du bâtiment est EANCOM®, au profil NEGOCEDI.

Ce profil est un sous-ensemble du standard EDIFACT (Electronic Data Interchange For Administration Commerce and Transport), **langage international et multisectoriel défini depuis 1985 au sein des Nations unies.**

Ce standard a été développé car, pour transférer des données et faire en sorte qu'elles soient compréhensibles par les systèmes informatiques internes des partenaires, elles doivent utiliser un mode de présentation connu de tous.

L'association EAN International, qui regroupe 103 organisations EAN nationales (Gencod EAN France en France), a défini un guide d'utilisation des messages EDIFACT-EANCOM®, applicable au commerce national et international.

À partir du guide EANCOM® encore trop général, un guide de référence pour les professionnels des produits du bâtiment a été élaboré pour prendre en compte les particularités du secteur. Un groupement des fédérations du négoce de matériaux de construction (FFNMC), du sanitaire-chauffage-climatisation (FNAS), d'industriels matériaux (AIMCC), de céramique sanitaire (AFICS) et mécanique (FIM), avec l'appui de Gencod EAN France, a créé une cellule de réflexion « NEGOCEDI ».

À partir des documents mis à leur disposition par NEGOCEDI, des groupes de travail ont regroupé leurs expériences pour faciliter l'accès à l'EDI aux PME du secteur.

Un groupe a donc été constitué avec des industriels et des négociants de matériaux de construction. Ce groupe d'utilisateurs est notamment composé de : BPB Placo, Chausson Matériaux, Gérard Pignier, Lafarge Ciments, Lafarge Couverture, Lafarge Plâtres, Point P, le groupe Saint Gobain, SAMSE, Weber & Broutin France. Ce groupe est ouvert aux entreprises du secteur qui souhaitent partager leur expérience.

L'évolution des utilisations de l'EDI dans les différents pays a amené l'ONU à régulièrement mettre à jour le contenu du langage EDIFACT. De ce fait, les entreprises sont susceptibles d'avoir à gérer des versions différentes. NEGOCEDI préconise l'utilisation de la version D.96A éditée en 1997. Cette version a été normalisée par le CEN (Comité Européen de Normalisation).

Les échanges électroniques peuvent également être réalisés en utilisant le langage XML (eXtensible Markup Language), langage de description de bases documentaires complexes avec liens interdonnées.

Ce langage de balisage est une application de SGML (Standard Generalized Markup Language), norme ISO de structuration des données textuelles. XML utilise également HTML (Hyper Text Markup Language) qui répond aux besoins spécifiques de la mise en page, sur le Web, d'informations textuelles.

XML a été inventé pour associer aux caractéristiques d'HTML la possibilité de véhiculer des informations, le type de contenu des différentes parties d'un texte et d'améliorer les liens hypertextes sans pour autant avoir recours à la complexité du langage SGML.

Aujourd'hui, pour les échanges EDI, le langage EDIFACT-EANCOM® est largement répandu et la majorité des plates-formes électroniques l'utilisent.

Avec XML, on s'aperçoit que, malgré les évolutions de langage, les données restent les mêmes. Il devient alors nécessaire de spécifier et de stabiliser le rôle de chacune de ces données et des liens entre elles. Ainsi, une fois les données spécifiées il devient plus facile pour les entreprises de vérifier que les applicatifs sont en mesure de recevoir et d'émettre de l'information et que celle-ci soit traitable.

L'aspect langage n'est plus que l'affaire des traducteurs. Ceux-ci sont appelés des « parceurs » dans le cas de l'utilisation du langage XML, mais le principe reste le même.

→ 6 Exemples d'applications EDI

BPB Placo



BPB PLACO a, dès octobre 1996, commencé à développer les EDI en langage EDIFACT-EANCOM® avec Point P Rhône-Alpes dans le cadre du groupe de travail NEGOCEDI.

Depuis, l'idée a fait son chemin : BPB Placo reçoit environ 25 % de ses commandes par liaison EDI. S'il est vrai que la commande par EDI a surtout un intérêt pour le fournisseur, la deuxième étape, la facturation, apporte, quant à elle, de réels avantages financiers et des gains de temps pour le négociant. BPB Placo est en mesure d'émettre des factures EDI depuis 1999 avec ses clients français et européens.

Par ailleurs, la phase de lancement avec ses premiers clients – qui paraissait le plus souvent longue et laborieuse – est complètement maîtrisée et, désormais, BPB Placo peut répondre à toute nouvelle demande en une semaine. Fort de son expérience, BPB Placo souhaite en faire bénéficier d'autres clients ; d'autant plus que l'installation d'une liaison EDI permettant l'envoi des commandes peut être très rapide.

À titre d'exemple, il a suffi de deux mois seulement à l'un de ses clients non équipé pour mettre en place son système complet (matériel, traducteur et interface compris). Un des facteurs de la réussite de BPB Placo vient sans aucun doute de la volonté de sa Direction Générale de développer les EDI. BPB Placo étudie actuellement la possibilité de poursuivre le développement des EDI jusqu'à la dématérialisation des factures qui constitue pour les deux parties une source d'économies non négligeables.

Chausson Matériaux



Les premiers échanges EDI de Chausson Matériaux ont débuté en août 1993.

Il s'agissait alors d'envoyer les commandes en langage Gencod à Lafarge Plâtres avec lequel il se lançait dans l'aventure... La réception de messages EDI en retour (les factures) n'a commencé qu'un an plus tard, en juillet 1994, toujours avec Lafarge Plâtres. Chausson Matériaux a rapidement pu travailler en EDI avec plus d'une vingtaine de fournisseurs, souvent avec ceux qui étaient déjà opérationnels parce que leurs clients l'avaient souhaité. Les fournisseurs plus orientés vers le « Négoce » ont été moins rapides pour faire de l'EDI une réalité, mais la voie semble ouverte. À suivre...

Chez Chausson Matériaux, les factures reçues par EDI sont automatiquement contrôlées, comptabilisées avec ventilation analytique exacte, et payées sans autre intervention manuelle que la signature sur le chèque. Ce sont de tels gains de productivité que Chausson Matériaux souhaite élargir la démarche au plus grand nombre de ses partenaires. Dès ses premiers envois, l'entreprise a travaillé, dans le cadre du groupe d'expérimentation NEGOCEDI, à la définition de messages plus adaptés à son métier que ne le sont les messages en langage Gencod, plus ciblés sur la grande distribution. Chausson Matériaux échange avec quelques partenaires ces messages en langage EDIFACT-EANCOM®, depuis octobre 1998.

■ Historique des EDI chez Lafarge Plâtres

Lafarge Plâtres, pionner de l'EDI dans le secteur des matériaux de construction, a démarré en avril 1992 ses premiers échanges électroniques de commandes en langage GENCOD.

La création du groupe de travail NEGOCEDI lui a permis deux ans plus tard (1994) d'initier, avec Point P Rhône-Alpes, les échanges de commandes en langage EDIFACT-EANCOM®, au profil NEGOCEDI, celui-ci étant plus adapté au secteur des matériaux de construction.

■ Conditions de réussite

La mise en œuvre des EDI chez Lafarge Plâtres a nécessité une forte implication de la direction générale et de la direction commerciale. Ce mode d'échanges, déjà très répandu en 1992 dans le secteur de la grande distribution, a été pour Lafarge Plâtres, habitué au téléphone et au fax, un changement important.

C'est sur sa capacité à repenser son organisation, ses procédures et ses modes de gestion que Lafarge Plâtres s'est appuyé pour réussir ce changement.

La synchronisation des bases articles et tarifaires est également une tâche incontournable à réaliser préalablement à tout démarrage des EDI. La synchronisation étant une des garanties majeures de qualité des échanges, il est indispensable de la réitérer à chaque fois que le catalogue évolue ou à la demande des clients.

■ Situation des échanges électroniques à fin 2003

Les clients de Lafarge Plâtres opérationnels en EDI sont :

- Chausson Matériaux
- Point P (6 régions)
- Samse
- PBM (Réseau Pro, Panofrance)
- Marinier.

Lafarge Plâtres traite actuellement environ 40 % de ses commandes et 22 % de ses factures en EDI.

■ Les apports de l'EDI

L'EDI apporte sans conteste, à la chaîne d'approvisionnement, une plus grande rigueur, une fiabilité de traitement accrue (réduction des litiges et donc diminution des avoirs), une meilleure réactivité (contrôles amont) et des gains de temps (pas de ressaisies).

Les bénéfices sont à porter au crédit, tant du fournisseur que de ses clients... et c'est bien là l'intérêt !

Point P



Point P, avec un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros en 2003 est leader sur le marché français du négoce de matériaux de construction avec 1 500 points de vente négoce et 20 000 salariés. La clientèle de Point P va du particulier aux grandes entreprises avec une nette prédominance d'artisans du bâtiment. Nationaux, régionaux, voire locaux, les fournisseurs de Point P sont divers et variés, tant par la taille que par les produits vendus. 70 % des achats sont réalisés avec 50 fournisseurs nationaux.

Point P souhaite d'abord faire de l'EDI en amont avec les fournisseurs qui sont demandeurs et, à terme, avec certains clients de grande taille.

■ **Historique de l'EDI chez Point P**

L'EDI chez Point P s'est développé au rythme de la mise en place de la gestion des approvisionnements par informatique. Depuis 2000, l'ensemble du groupe Point P est à même de pratiquer l'EDI avec ses fournisseurs.

Historiquement, les deux entités qui s'appuient depuis l'origine sur l'EDI pour les commandes sont :

- Rhône-Alpes dans le secteur des matériaux de construction ;
- DSC (Cedeo, Dupont sanitaire) dans le domaine du sanitaire-chauffage.

Les principaux partenaires opérationnels de Point P en nombre de lignes de commandes EDI sont :

- Atofindley
- BPB Placo
- CICH (Chappée)
- Giacomini
- Lafarge Plâtres
- Nicoll
- Les stocks centraux de Point P
- Velux
- Weber & Broutin France

■ **Les messages échangés chez Point P**

- Émission des commandes vers ses fournisseurs.
- Réception des factures de la part d'un fournisseur : Lafarge Plâtres.

■ **Conditions de réussite**

- Au plan technique

Point P n'a pas rencontré de problèmes particuliers et la solution actuellement en place s'avère fiable.

→ Au plan de la codification

L'EDI amène toutefois Point P à revoir la codification EAN 13 de ses produits, à voir leur définition, afin d'être en phase avec ses fournisseurs. Toutefois, il n'a pas été trouvé de solution satisfaisante pour les contremarques.

→ Au plan de l'organisation

L'EDI révèle systématiquement les faiblesses des circuits d'information et des pratiques en vigueur. La mise en place de la commande fournisseur en EDI permet à Point P de revoir ses procédures en leur apportant une plus grande rigueur. La rapidité de cette évolution dépend de sa capacité à revoir les organisations et parfois aussi à vaincre les réticences humaines.

■ **Les apports de l'EDI**

Le premier effet visible des commandes en EDI a été de diminuer les litiges.

On a noté, par exemple, une baisse des avoirs entre Point P Rhône-Alpes et l'un de ses fournisseurs de 8 % à 0,8 %. Réduction significative qui induit, outre le gain qualitatif, un gain financier.

Par une généralisation à d'autres échanges que la commande, c'est-à-dire par une plus grande intégration de son système d'information avec celui de ses partenaires commerciaux, Point P attend de l'EDI une amélioration de sa réactivité et donc de sa qualité pour le plus grand bénéfice de ses clients.

Weber & Broutin France



L'EDI chez Weber & Broutin France est né de la volonté de sa Direction générale de se rapprocher de ses clients et d'instaurer le plus de transparence possible dans sa gestion commerciale.

Les premiers échanges ont débuté en 1996. Depuis cette date, Weber & Broutin France réceptionne environ 170 commandes par jour issues de 800 points de vente différents ; il prévoit, en 2004, de démarrer plus d'une centaine de points de vente supplémentaires.

Dans le cadre du démarrage d'un nouveau projet, Weber & Broutin France définit avec son client les différentes étapes à suivre en le faisant profiter de son expérience dans ce domaine. Ce qui aboutit rapidement à de très bons résultats.

La commande est le premier message EDI qu'il faut échanger dans ce type de projet. Celle-ci une fois mise en place, le gain de temps occasionné par les échanges permet à Weber & Broutin France de consacrer plus de temps à ses clients. Afin de leur apporter un service supplémentaire, il est prêt également à envoyer la facture selon le même principe.

Conscient de l'intérêt et des bénéfices de ce mode d'échange pour les négociants, Weber & Broutin France les invite à prendre contact avec leur interlocuteur qui saura répondre à toutes leurs questions.