



Synchronisez vos processus d'affaires



La mise en place du réseau GDSN® (Global Data Synchronisation Network) est née du besoin des entreprises d'optimiser leurs échanges d'informations produits. Les objectifs poursuivis sont multiples. Il s'agit à la fois d'optimiser les processus d'affaires en limitant les erreurs et litiges, mais également de réduire les coûts administratifs de maintenance des bases articles.

Réduire les coûts administratifs

Aujourd'hui, l'information produits existe mais elle est essentiellement échangée au format papier. Elle est donc coûteuse à gérer (en moyenne 65 € par fiche-produit et par an) et de qualité variable. En proposant un point d'accès unique à l'information produits et en facilitant ainsi sa diffusion, le réseau GDSN® ambitionne de ramener ce coût de gestion de l'information à moins de 10 €. C'est l'application du « Publier une fois, diffuser à tous – Souscrire une fois, recevoir de tous. »

Optimiser les processus d'affaires

La qualité des échanges des informations sur les produits a un impact fort sur le bon déroulement des transactions commerciales mais également sur la bonne circulation des produits dans la chaîne d'approvisionnement. Une étude menée par la Global Commerce Initiative – GCI et Capgemini montre que les défauts dans l'alignement de données coûtent 0,5 % du chiffre d'affaires du commerce de détail, soit 1,75 milliards d'euros à la chaîne d'approvisionnement française. La résolution de ce problème représente pour chaque entreprise de cette chaîne, fournisseur et distributeur, un potentiel de 10 à 15 % d'amélioration de son résultat net.

Une solution définie par les utilisateurs

GS1 et ses adhérents ont donc conçu un réseau permettant de répondre aux enjeux de la qualité de l'information produits. Basé sur des standards élaborés sur les besoins exprimés par les utilisateurs, il permet d'accélérer les processus d'affaires, au bénéfice du consommateur.

65€

Le coût de gestion
d'une fiche-produit papier par an

1,75 milliards d'Euros

le coût annuel de la mauvaise qualité des
données pour le commerce de détail français

Etude de cas : Albert Heijn

Le distributeur hollandais Albert Heijn souhaitait améliorer la précision des informations échangées sur les produits en dématérialisant les fiches-produits avec ses fournisseurs via le réseau GDSN®. Avant la synchronisation des données, 40 % des attributs de données sur les dimensions des produits étaient erronés.

Les gains :

- augmentation de 30% de la productivité du service de gestion des données,
- suppression des erreurs sur les dimensions des produits.

Etude de cas : Wal-Mart

Lorsque Wal-Mart a lancé son projet de synchronisation des données, l'étude préalable envisageait des gains significatifs. Toutefois, lorsque ces derniers ont commencé à être évalués, les résultats dépassèrent les attentes.

Les gains :

- la durée pour la maintenance des informations produits est passée de 15-30 jours à 1 jour,
- les ruptures de stock ont été réduites de 2,5%.

Etude de cas : E. Leclerc

Dans le mouvement E. Leclerc, la synchronisation des données fiches-produits sur l'ensemble du catalogue de l'industriel doit fournir à tous les niveaux de l'organisation une information fiable et exhaustive. Les gains attendus sont liés :

- à la réduction du temps d'introduction de nouveaux produits,
- à la diminution des traitements administratifs,
- à une meilleure connaissance des produits à chaque niveau de l'organisation et, ainsi, à une meilleure réponse aux besoins des consommateurs localement.

Etude de cas :

Provera (Cora et Supermarchés Match)

Le principal enjeu de la synchronisation des données pour Provera est l'amélioration des délais et des conditions de commercialisation des marchandises (sélection, référencement, commande, approvisionnement et passage en caisse du produit).

Les bénéfices aujourd'hui attendus sont :

- la diminution de moitié du temps de saisie et de contrôle d'une fiche-produit,
- une meilleure fiabilité des données,
- la réduction des litiges factures.

« La Synchronisation des Données va permettre à nos équipes de disposer, au moment où elles en ont besoin, de données complètes, fiables et à jour. Au delà de la productivité attendue sur la gestion administrative, c'est un puissant levier pour accélérer la mise en marché des nouveaux produits et fiabiliser le processus promotionnel jusqu'au linéaire. »

Gérard LAVINAY, Directeur Organisation, Systèmes et Supply Chain du Groupe Carrefour

Bénéfices Distributeurs*

Les bénéfices du réseau GDSN® pour les entreprises de la distribution sont :

En termes de gestion de l'entreprise

- Simplification du suivi des résultats de l'entreprise
- Possibilité de sourcing mondial
- Mise en place de synergie entre toutes les entités de l'entreprise
- Elimination des bases de données redondantes

En termes de gestion de promotion par catégorie

- Augmentation du nombre de fournisseurs potentiels
- Meilleure connaissance des prix d'approvisionnement pour l'entreprise
- Amélioration de la visibilité en termes de prévision des niveaux de stock
- Réduction du temps passé à envoyer des réclamations liées aux litiges
- Simplification et amélioration du suivi des ventes par catégorie
- Réduction du délai de commercialisation des produits
- Réduction du délai de réalisation des opérations promotionnelles

En termes de gestion des données administratives

- Réduction du temps de maintenance des référentiels métiers
- Suppression des tables de correspondance
- Diminution du nombre de litiges factures
- Diminution du nombre de commandes erronées
- Amélioration du taux de service

En termes de logistique

- Réduction des erreurs de réception des marchandises
- Diminution du nombre de retours marchandises
- Réduction des retards de commandes/livraisons
- Diminution du stock de sécurité / excédentaire
- Optimisation du transport des marchandises

**Source : Capgemini Ernst & Young*



Etude de cas : Johnson & Johnson

La synchronisation des données de 1 300 produits sur 75 catégories a permis à Johnson & Johnson de :

- réduire les ruptures de stock de 2,5% chez Wal-Mart U.S.,
- faire passer les délais de création de 10 à 2 jours en moyenne,
- faire passer les délais de maintenance d'une fiche-produit de 10 jours à moins de 24 heures,
- éliminer les pénalités liées à l'intégrité des données.

Etude de cas : Nestlé France

Fort d'un catalogue de plus de 4 000 lignes (unité consommateur, carton, palette), Nestlé France s'est rapidement intéressé à la synchronisation des données en tant que facteur d'amélioration de l'efficacité de la chaîne globale d'approvisionnement. Les 2 axes majeurs identifiés par Nestlé France sont la démarche de réduction des coûts mutualisée et la mise en place d'une approche collaborative avec les clients. Les gains obtenus par Nestlé France sont :

- gains administratifs liés au remplacement quotidien de 10 à 20 fiches-produits papier,
- gain d'une semaine de CA sur la mise en place d'un nouveau produit pour les distributeurs et pour Nestlé,
- réduction des litiges sur les factures et la logistique (coût moyen de traitement d'un litige = 60 €).

Etude de cas : Lavazza France

La société Lavazza France (110 références dont 30 unités consommateurs) poursuit un objectif en déployant la synchronisation de données : offrir une qualité de service irréprochable à tous ses clients (les produits Lavazza sont vendus dans toutes les enseignes de la distribution française). Les bénéfices espérés par Lavazza sont :

- gain de temps dans la diffusion des fiches-produits (notamment pour les produits promotionnels) : 6 semaines / an,
- gain de temps dans le traitement des commandes et des factures (lié à la diminution des litiges) : 4 semaines / an.

Etude de cas : L'Oréal

Les gains attendus par L'Oréal sont les suivants :

- gain sur la transmission des fiches lié à la réduction des opérations de saisies par les assistantes commerciales,
- baisse du nombre de litiges à traiter pour le service client,
- amélioration du taux de service lié à l'intégration des commandes EDI.

Ces gains permettront d'alléger la charge administrative de l'ordre de 20 %. Ce temps ainsi libéré permettra de répondre à de nouveaux besoins, notamment ceux exprimés par les consommateurs en matière d'information produits. Par ailleurs, une fois la masse critique atteinte, la GDSN® réduira le « Time to Market » et donc contribuera à renforcer la dynamique de l'offre L'Oréal.

« Pour L'Oréal, la mise en œuvre de la « Global Data Synchronisation » et des technologies associées est en tout premier lieu un moyen d'améliorer encore le service au consommateur en lui apportant, en temps réel, une information produits de qualité et au bon moment. L'évolution des relations business industriels-distributeurs passe par la mise en œuvre de ce standard international qui constitue en fait un pré-requis à toute nouvelle forme d'organisation commerciale ou logistique. Nos pilotes en cours montrent que c'est aussi une formidable opportunité de renforcer la collaboration avec nos partenaires de la distribution au profit des consommateurs. »
Bertrand de SENNEVILLE, Directeur de l'Administration et des Opérations du groupe L'Oréal

Bénéfices Fournisseurs*

Les bénéfices du réseau GDSN® pour les industriels sont :

En termes de gestion de l'entreprise

- Simplification du suivi des résultats de l'entreprise
- Augmentation du nombre de clients potentiels
- Elimination des bases de données redondantes

En termes de gestion de promotion par catégorie

- Amélioration de la visibilité en termes de prévisions des niveaux de stock
- Amélioration de l'exposition des produits au point de vente
- Réduction du temps passé à envoyer des réclamations liées aux litiges
- Simplification et amélioration du suivi des ventes par catégorie
- Réduction du délai de commercialisation des produits
- Réduction du délai de mise à disposition des produits dans le cadre d'opérations promotionnelles

En termes de gestion des données administratives

- Suppression des tables de correspondance
- Diminution du nombre de litiges factures
- Réduction du nombre d'avois
- Diminution du nombre de commandes erronées

En termes de logistique

- Simplification de la traçabilité des commandes
- Diminution du nombre de retours
- Amélioration du pourcentage de commandes parfaites
- Diminution des commandes d'urgence
- Amélioration des prélèvements de stock
- Optimisation de la planification à court terme

**Source : Capgemini Ernst & Young*



Bénéfices commerciaux du réseau GDSN®

Les entreprises et leurs partenaires commerciaux sont pénalisés par des données de mauvaise qualité. Ces dernières donnent lieu à des erreurs de livraison de produits et à des ventes manquées. Le réseau GDSN® permet de supprimer ces erreurs coûteuses. Il propose un environnement dans lequel des données fiables sont échangées en continu entre les acteurs des chaînes d'approvisionnement mondiales, régionales et locales.

Plus de 10 000 entreprises figurant parmi les distributeurs et les fournisseurs les plus performants comptent sur le réseau GDSN® pour mener à bien leurs échanges commerciaux électroniques. Aujourd'hui, la précision et la standardisation des données constituent une obligation stratégique pour tous les fournisseurs et les distributeurs. Les bénéfices obtenus par ceux qui utilisent la synchronisation mondiale des données en sont la preuve :

- le distributeur hollandais Albert Heijn a augmenté la productivité de son service de gestion des données de 30 %,
- Wal-Mart a diminué la durée pour la maintenance des informations produits de 15-30 jours à 1 jour,
- Lavazza espère gagner 10 semaines par an dans les traitements administratifs et ainsi pouvoir dégager plus de temps pour optimiser la qualité de la relation avec ses clients,
- Johnson & Johnson a réduit les ruptures de stock de 2,5% chez Wal-Mart U.S. en éliminant les problèmes liés à l'intégrité des données,
- Nestlé France a gagné une semaine de CA sur la mise en place d'un nouveau produit,
- Provera souhaite améliorer sa productivité administrative et commerciale en diminuant de moitié le temps de saisie et de contrôle d'une fiche-produit.

Qu'est-ce que le réseau GDSN®?

Le GDSN® est un réseau qui se compose de catalogues électroniques internationaux, régionaux et locaux et d'un annuaire mondial, le GS1 Global Registry®. Cet annuaire permet de mettre en relation des créateurs d'informations (les fournisseurs) et des demandeurs d'informations (les distributeurs) qui, au travers de leur catalogue électronique respectif, vont échanger en temps réel des données standardisées.

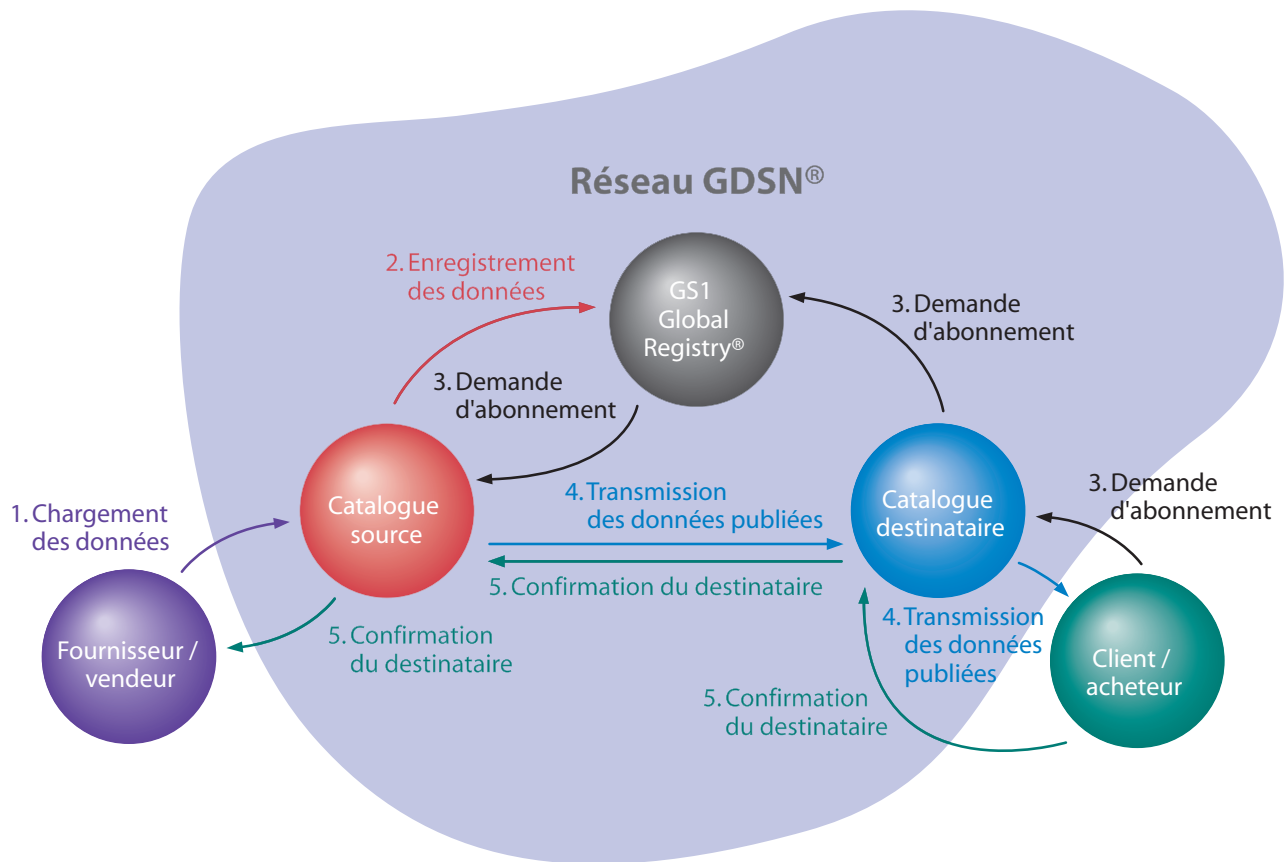
La capacité des catalogues à communiquer entre eux et avec le GS1 Global Registry® en utilisant les standards GS1 est validée par la certification GDSN® des catalogues électroniques, certification délivrée par GS1. La liste des catalogues certifiés GDSN® est disponible sur le site de GS1 à l'adresse suivante : www.gs1.org > products & solutions > list of GDSN® certified data pools.

Le réseau GDSN® est basé sur les standards GS1 de codification (GTIN, GLN) et de classification (GPC).

Le Conseil d'Administration GDSN® a été créé par GS1 afin de s'assurer que le réseau GDSN® soit conforme aux besoins commerciaux de la communauté d'utilisateurs. Le Conseil d'Administration GDSN® est composé de représentants de fournisseurs, de distributeurs, d'Organisations GS1 nationales et de catalogues électroniques certifiés.

« La synchronisation des données produits est le socle de la collaboration Industrie - Commerce. Elle est la garantie de l'efficacité et de la qualité dans l'introduction des nouveaux produits et des promotions, la logistique de réapprovisionnement, la traçabilité et la relation avec le consommateur. Et avec le réseau GDSN®, elle peut se déployer aussi bien au niveau local qu'au niveau international. »

Pierre GEORGET, Président de GS1 in Europe et Directeur Général de GS1 France



Comment fonctionne le réseau GDSN®?

- 1. Chargement des données :** le fournisseur charge les informations produits et informations sur son entreprise dans le catalogue électronique certifié GDSN® de son choix. Cette opération peut se faire manuellement sur le catalogue ou au travers d'un outil PIM (Product Information Management), outil installé chez le fournisseur et chargé de la gestion des fiches-produits en interne et de leur chargement sur le catalogue électronique certifié GDSN®.
- 2. Enregistrement des données :** les données de base sont enregistrées dans l'annuaire GS1 Global Registry® (dont le GTIN du produit, le GLN du fournisseur, le code de classification GPC et la zone de commercialisation du produit) ainsi que l'adresse du catalogue qui contient ces données. Le produit est alors visible sur le réseau GDSN®.
- 3. Demande d'abonnement :** le client, via son catalogue électronique, souscrit à un produit ou à une catégorie de produits et/ou à un fournisseur pour recevoir les informations produits correspondantes. A l'aide de l'annuaire GS1 Global Registry®, le (les) catalogue(s) électronique(s) disposant des informations produits et des informations entreprises requises (sont) identifié(s).
- 4. Publication et échange des données :** après autorisation de la diffusion de ses informations au client, le fournisseur, via son catalogue électronique, transmet l'intégralité des informations produits et entreprises auprès du catalogue électronique de son client.
- 5. Confirmation du destinataire :** via son catalogue électronique, le client envoie alors une confirmation directement au catalogue électronique du fournisseur.

GS1 France Le Parangon, la porte d'entrée sur le réseau GDSN®

Le Parangon est le connecteur français au réseau GDSN® des catalogues électroniques. Au travers du réseau GDSN®, il permet la communication avec 23 autres catalogues présents dans le monde. Ainsi, en France, Le Parangon permet d'atteindre de nombreux distributeurs parmi lesquels Auchan, Carrefour, Cora, E. Leclerc et Supermarchés Match. Il permet également d'atteindre des distributeurs étrangers tels que Ahold, Métro, Tesco, Wal-Mart.

GS1 France QualifGDS, la qualification des outils de gestion de fiches-produits

La qualification **QualifGDS** proposée par GS1 France, s'adresse aux offreurs d'outils de gestion de l'information produits (de type PIM - Product Information Management - ou catalogue électronique ASP). Elle permet à ces derniers d'offrir à leurs utilisateurs industriels un accès au réseau GDSN® pour la synchronisation mondiale de leurs informations produits.

GS1 France QualiDATA, pour des données de qualité

Pour aider les entreprises françaises à contrôler la qualité de leurs informations produits, GS1 France propose le service **QualiDATA**. Il consiste à comparer les informations transmises par l'industriel dans sa fiche-produit avec les informations relevées par GS1 France suite à des contrôles sur les produits physiques (pesage, mesure, comptage, lecture de l'étiquette). Une fois les écarts identifiés, GS1 France communique un rapport complet à l'industriel testé.

Expertise, Formation et Assistance au service des entreprises

Le **Centre de formation** de GS1 France propose des formations (dans ses locaux, sur site ou en ligne) à l'utilisation des standards GS1 pour la synchronisation des données. Le **Centre d'expertise** de GS1 France propose des prestations personnalisées de conseil pour accompagner les entreprises dans leurs projets. Le **Service d'Assistance Technique** est également disponible pour répondre à toutes les questions sur les standards et solutions GS1.



GS1 : The Global Language of Business

GS1 est la structure de concertation de l'industrie, du commerce et de leurs nombreux partenaires. Son objectif est de piloter la conception et la mise en œuvre de standards internationaux afin d'améliorer la chaîne d'approvisionnement.

Les standards internationaux de communication GS1 (codes à barres, RFID et EDI) optimisent les processus du commerce électronique et la traçabilité des produits.

GS1 propose également une large gamme de services, comprenant la formation, la certification, le conseil et le soutien technique.

GS1 est implanté dans 108 pays et s'adresse à plus de 20 secteurs d'activités : de la grande consommation à la santé, en passant par les transports, la défense, l'aérospatiale...

Les standards GS1 - les plus utilisés dans le monde - permettent à un million de sociétés de toutes tailles d'exécuter plus de cinq milliards de transactions par jour.

GS1 France, membre fondateur et représentant français de GS1, regroupe plus de 30 000 entreprises adhérentes.

Pour plus d'informations, consultez www.gs1.fr



France

2, rue Maurice Hartmann
92137 Issy-les-Moulineaux cedex
T +33 (0)1 40 95 54 10
F +33 (0)1 40 95 54 49
E infos@gs1fr.org

www.gs1.fr