

Assises Régionales de la Traçabilité

Avantages Marketing – Y. Peurière

La traçabilité : source de contrainte(s) ...ou source d'opportunité(s) ?

La traçabilité est souvent repérée comme un outil de crise, une contrainte voire un effet de mode. La traçabilité est en réalité un domaine en développement qui se dote de ses propres outils et méthodes et qui donne aux chefs d'entreprises des moyens nouveaux pour aborder les problématiques de compétitivité, de maîtrise des risques et d'innovation.

La traçabilité s'appuie sur les TIC et les composants des systèmes d'information (ERP, MES, WHM, GPAO, etc.) tout en les complétant. On parle de système de traçabilité.

La traçabilité s'appuie sur deux fonctions de base : l'identification et l'authentification, elle concerne les biens, les services et les personnes.

S'agissant des biens, l'information associée au produit va en permettre la gestion, la localisation et l'authentification.

La traçabilité permet de répondre aux attentes :

- Des consommateurs qui sont attentifs à leur sécurité.
- Des professionnels qui se protègent des effets des crises et cernent mieux leurs responsabilités.
- Des autorités qui disposent de leviers pour agir.

La traçabilité ouvre des perspectives nouvelles :

- Pour les consommateurs en leur servant de guide pour leurs achats.
- Pour les professionnels en leur permettant de disposer d'outils marketing innovants et de créer de nouveaux services.

Au delà de la stricte application réglementaire, la traçabilité génère des opportunités pour les différentes parties prenantes. Il appartient à celles-ci de les convertir en autant d'avantages, et cela dans la durée.

Total : 230 mots