

F4: Normes et échanges

Intervenant : Mr SION, GS1 France

GS1 France (ex GENCOD) a pour mission de regrouper les industriels afin de créer des standards internationaux entre tous les acteurs d'une même chaîne d'approvisionnement. Elle réunit aujourd'hui plus de 30000 industriels.

Contenu

Ces dernières années on a pu voir une évolution importante des entreprises cherchant à tracer leurs produits. Par exemple, entre 2004 et 2005, l'évolution du traçage des cartons dans les entreprises référencées à GS1, a augmenté de plus de 50% montrant bien l'intérêt et l'évolution du marché pour la traçabilité.

Le système de traçabilité doit être adapté au système de fonctionnement de l'entreprise et doit permettre d'identifier les produits au plus près du lot minimum (lot de fabrication, palette, carton, produit...). Aussi, le système doit être capable :

- de gérer les liens entre produits et sous-produits,
- de garder l'historique du produit en enregistrant les données collectées,
- de transmettre ces données aux partenaires (clients, pouvoirs publics...)

Les standards GS1.

Afin de créer une homogénéité dans la chaîne d'approvisionnement, GS1 a créé certains standards :

- en terme de codification :
 - o de lieux : GLN
 - o de produits : GTLN
 - o d'unité d'expédition : SSCC
- en terme d'identification automatique :
 - o Code barres : EAN 8, EAN 13, EAN 128
 - o RFID : EPC
- EDI

L'EDI et le Web-EDI

L'EDI (Echange de Données Informatiques) est le lien de communication de l'information qui unit le client au fournisseur.

L'une des priorités de mise en œuvre d'un système de traçabilité passe par l'envoi de l'avis d'expédition électronique. C'est pourquoi l'EDI et le Web EDI facilitent ces échanges. Quelque soit la méthode de transmission, il est nécessaire que l'envoi de la commande informatique par le client, soit suivi de l'avis d'expédition par le fournisseur lors du départ de la marchandise.

Le RFID

L'un des objectifs d'un système de traçabilité est de pouvoir suivre chaque produit au plus près de l'unité minimale de vente. La mise en place d'un système RFID permet, entre autres, de définir chaque produit comme une unité unique.

Par exemple, une bouteille d'eau minérale est actuellement référencée par son code SSCC, puis possède un numéro de lot et éventuellement un numéro de carton. La mise en place d'un RFID pousserait l'identification encore plus loin en référençant chaque bouteille de manière unique. Seul inconvénient à cette méthode : le coût. En effet, une puce RFID coûte entre 0,10 et 0,20 euro, ce qui limite fortement son utilisation actuelle. Cependant, on programme une généralisation de cette méthode dans les 10 prochaines années.