



Une coédition ECR FRANCE - GENCOD EAN FRANCE

ECR France - Gencod EAN France, tous droits réservés. Reproduction et diffusion interdites sans accord préalable et citation de source.



# Commerce électronique B to B

Outils et solutions pour les petites et les grandes entreprises



Membre associé ECR EUROPE  
12, rue Euler  
75008 Paris  
Tél. 01 56 89 89 30  
Fax 01 56 89 89 33  
e-mail : ecr.france@wanadoo.fr  
Site internet : www.ecr-france.org



Membre d'EAN International  
2, rue Maurice Hartmann  
92137 Issy-les-Moulineaux cedex France  
Tél. 01 40 95 54 10  
Fax 01 40 95 54 49  
e-mail : infos@gencod-ean.fr  
Site internet : www.EANnet-france.org

EUROPE 01 39 56 11 12



# Avant-propos

---

Alors que les échanges EDI se développent fortement depuis 1997 entre grandes entreprises de l'industrie et de la distribution, force est de constater que 50 % des commandes échangées avec ou par elles le sont encore sous format papier. Ce n'est plus entre grands distributeurs et grands industriels que se pose la question de la transmission électronique des commandes et des autres messages, mais bien dans leurs relations avec leurs partenaires plus petits qui représentent un nombre de transactions très important et qu'il convient de ne pas laisser en dehors de l'évolution des technologies de l'information.

L'utilisation de la fiche produit sous format standard électronique n'évolue pas depuis plusieurs années. Les passages à l'an 2000 puis à l'euro ne sont pas, à eux seuls, explicatifs de ce retard.

Dans un environnement où chaque jour nous apporte son lot de nouvelles solutions technologiques, les choix des entreprises deviennent de plus en plus complexes. C'est pourquoi ECR France et Gencod EAN France ont décidé de réunir un groupe de travail d'utilisateurs sur le commerce électronique "B to B" dont les objectifs sont les suivants :

- établir un état des lieux à date des technologies du e-commerce (solutions EDI / web EDI, langage EANCOM® / XML, RVA / Internet, ...)
- démythifier les outils ;
- rédiger un document à caractère pédagogique pouvant être remis à jour ;
- offrir une base de réflexion permettant d'orienter les choix ;
- créer une dynamique en identifiant des solutions applicables à chaque type de problématique entre acteurs.

Ce manuel a pour vocation d'aider les entreprises à mieux appréhender les enjeux de ces nouvelles technologies. Il leur propose une base pour tester et valider leurs choix en matière d'outils et de langages du commerce électronique, sans pour autant prétendre à l'exhaustivité. Il pourra être réactualisé si l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ou celle des performances et des coûts le nécessite.

Michel GALLO  
Coprésidents ECR France

Hubert PATRICOT  
Coprésidents ECR France

Jacques DE PASTORS  
Cogérants Gencod EAN France

Philippe LEMOINE  
Cogérants Gencod EAN France

# Comité de rédaction

---

## Co-animateurs du projet

Régis ASTIER  
Olivier DAGNAS

CARREFOUR  
L'OREAL

## Comité de rédaction

Régis ASTIER  
Géraldine FOUQUE  
Olivier LABASSE  
Eric SCHULER  
Benjamin COUTY  
Bruno JULIEN  
Caroline RAYMOND  
Bertrand TYMEN  
Michèle DURST  
Olivier DAGNAS

CARREFOUR  
ECR France  
ECR France  
GALERIES LAFAYETTE  
GENCOD EAN France  
GENCOD EAN France  
GENCOD EAN France  
KRAFT FOODS France  
LESIEUR  
L'OREAL

Pour plus d'informations, contacter :

### **Géraldine FOUQUE ou Olivier LABASSE à ECR France**

12, rue Euler, 75008 Paris  
Téléphone : 01 56 89 89 30 - Télécopie : 01 56 89 89 33  
E-mail : [ecr.france@wanadoo.fr](mailto:ecr.france@wanadoo.fr)  
Site internet : [www.ecr-france.org](http://www.ecr-france.org)

### **Bruno JULIEN à Gencod EAN France**

2, rue Maurice Hartmann, 92137 Issy-les-Moulineaux  
Téléphone : 01 40 95 54 10 - Télécopie : 01 40 95 54 49  
E-mail : [infos@gencod-ean.fr](mailto:infos@gencod-ean.fr)  
Site internet : [www.eannet-france.org](http://www.eannet-france.org)

# Remerciements

---

## Nos remerciements vont aux participants du groupe de travail :

Grégory MALLEVILLE  
Nicolas DEMELLIER  
Régis ASTIER  
Monica RAUNET  
François FERRY  
Philippe VASSEUR  
Florence CATHALA  
Denis GRANIER  
Philippe LECLAIR  
Jean-Louis SPOR  
Alain CALVET  
Eric SCHULER  
Patrick BOCQUILLON  
Mylène DUHAMEL  
Bertrand TYMEN  
Michèle DURST  
Julie VERMESSE  
Hugues de VILLARET  
Olivier DAGNAS  
Jean-Claude DELRIEU  
Jean PAQUERAULT  
Christophe BLAIN  
Laurence CHABRAN  
Dominique ANBERREE

AMORA MAILLE  
BALLANTINE'S MUMM  
CARREFOUR  
CASINO  
COLGATE PALMOLIVE  
COLGATE PALMOLIVE  
DANONE  
DOUWE EGBERTS  
FNAC  
FROMAGERIES BEL  
FROMAGERS ASSOCIES  
GALERIES LAFAYETTE  
HENKEL  
KRAFT FOODS France  
KRAFT FOODS France  
LESIEUR  
LEVER FABERGE  
LEVER FABERGE  
L'OREAL  
NESTLE France  
PERNOD SA  
RECKITT BENKISER  
SCHWEPPES  
SYSTEME U OUEST

## **pour leur contribution substantielle et à nos invités :**

Bertrand DESPLAT  
Boualem ALOUACHE  
Maël BARAUD  
Alexandre OVIGNEUR  
Florence BESSONNEAU  
Thierry ORMANCEY  
Dominique THOMAS  
André VITAL

BgoBIZ  
INFLUE  
INFLUE  
INFLUE  
IONA  
IONA  
IONA  
SERES

pour la présentation de leurs solutions

# Sommaire

---

<b>Avant-propos</b> .....	<b>1</b>
<b>Comité de rédaction</b> .....	<b>2</b>
<b>Remerciements</b> .....	<b>3</b>
<b>Les réponses aux questions que vous vous posez</b> .....	<b>5</b>
<b>1• Introduction au commerce électronique</b> .....	<b>6</b>
1.1 Qu'est-ce que le "commerce électronique" ?	6
1.2 Quelles sont les composantes du commerce électronique ?	6
1.2.1 Les données	6
1.2.2 Les langages et les messages	7
1.2.3 Les réseaux	9
<b>2• Les outils du commerce électronique B to B</b> .....	<b>10</b>
2.1 Le minitel et le courrier électronique	10
2.2 L'EDI intégré	11
2.2.1 Définition	11
2.2.2 Avantages et contraintes de l'EDI	12
2.2.3 Cas dans lesquels l'EDI intégré est adapté	12
2.2.4 Impacts organisationnels liés à l'utilisation de l'EDI	12
2.3 L'EDI hébergé par un tiers (infogérance)	13
2.3.1 Définition	13
2.3.2 Avantages et contraintes de l'hébergement par un tiers	13
2.3.3 Coûts	14
2.4 Le web EDI	14
2.4.1 Définition	14
2.4.2 Avantages et contraintes du web EDI	15
2.4.3 Cas dans lesquels l'outil web EDI est adapté	15
2.4.4 Impacts organisationnels du web EDI	16
2.4.5 Utilisation du web EDI dans la relation grandes à petites entreprises	16
2.5 Extranet et places de marché	18
2.5.1 Extranet	18
2.5.2 De l'extranet à la place de marché	19
2.5.3 Les places de marché	19
2.6 Les réseaux de catalogues électroniques	20
2.6.1 Définition du catalogue électronique	20
2.6.2 Le réseau français des catalogues électroniques : EANnet.fr	21
2.6.3 Avantages et contraintes des catalogues électroniques	22
<b>3• Annexes</b> .....	<b>23</b>
3.1 EDIFACT et XML	23
3.2 Mise en œuvre de l'EDI par les adhérents d'ECR France	24
3.3 Mise en œuvre de l'EDI-EFI par les adhérents de Gencod EAN France	24
<b>4• Glossaire</b> .....	<b>25</b>
<b>5• Bibliographie et liens utiles</b> .....	<b>28</b>

# Les réponses aux questions que vous vous posez

## **Vous êtes dans une grande société pratiquant le commerce électronique**

- *Quels propos tenir à mes partenaires qui n'ont pas encore accès aux outils du commerce électronique lorsque je suis moi-même initiateur de la démarche ?*  
Í Réponses paragraphe 1, 2.3.1, 2.4, 2.5.1
- *Comment faire adhérer mes petits clients à la démarche, si je suis un industriel qui souhaite mettre en place des échanges électroniques avec eux ?*  
Í Réponses paragraphe 2.4.5
- *Comment promouvoir une solution de commerce électronique touchant le plus grand nombre de mes fournisseurs si je suis distributeur ?*  
Í Réponses paragraphes 2.2.2, 2.3.2, 2.4.2, 2.4.5, 2.5.1
- *Quels paramètres prendre en compte pour atteindre le maximum de partenaires ? Volume, types de messages, fréquence d'échange, nombre de partenaire, antécédent des partenaires, niveau d'intégration, rentabilité.*  
Í Réponses paragraphes 2.2.3, 2.3.3, 2.4.3

## **Vous êtes dans une entreprise qui n'a pas encore mis en place d'applications EDI**

- *Je suis industriel fournisseur et mon client souhaite mettre en place des échanges électroniques avec moi. Que faire, quelle solution choisir ?*  
Í Réponses paragraphe 1 et paragraphes 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1, 2.4.5, (2.6.1)
- *Je suis distributeur, quelle solution de commerce électronique dois-je choisir pour répondre aux besoins d'un maximum de mes fournisseurs ?*  
Í Réponses paragraphe 1.2 et paragraphes 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1, 2.4.5, 2.5.1
- *Vers quelle solution s'orienter face à la demande d'un partenaire souhaitant déployer les outils du commerce électronique ?*  
Í Réponses paragraphes 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1, 2.4.5, (2.5.1), (2.6.1)

## **Vous êtes dans une grande entreprise ou une PME, industrielle ou de distribution**

- *Faut-il aujourd'hui abandonner EANCOM® au profit d'XML dans les applications EDI ?*  
Í Réponses paragraphe 1.2.2 et annexe 3.1
- *L'utilisation d'XML modifie-t-elle la façon d'intégrer les données dans les gestions commerciales ?*  
Í Réponses paragraphe 1.2.2
- *Comment "vendre" XML dans son organisation ?*  
Í Réponses paragraphe 1.2.2 et annexe 3.1
- *Quels sont les avantages des catalogues électroniques ?*  
Í Réponse paragraphe 2.6.3

# 1. Introduction au commerce électronique

---

## 1.1 Qu'est-ce que le "commerce électronique" ?

---

Le commerce électronique correspond à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information dans les relations d'affaires. Le commerce électronique regroupe des opérations aussi diverses que la mise à disposition d'informations "produit", la vente en ligne à des particuliers ou à des professionnels, la réalisation de transactions commerciales ou les transmissions de déclarations fiscales.

Les types d'acteurs, parties prenantes dans les transactions, conduisent à distinguer cinq formes de commerce électronique.

Le **B to B** ou **Business to Business** concerne les échanges électroniques entre deux ou plusieurs entreprises (par exemple messages Commande / Avis d'expédition / Facture via l'EDI ou le web EDI). Le commerce électronique B to B est également appelé EEP ou échanges électroniques professionnels. Cette forme de commerce électronique est l'objet de ce manuel.

Le **B to C** ou **Business to Consumer** regroupe les transactions électroniques entre une entreprise et une personne privée. L'achat de produits (ordinateurs, livres, ...) ou de services (finance, voyage, immobilier, ...) via Internet en sont les principales manifestations.

Il est question de **B to A** ou **Business to Administration**, lorsqu'une entreprise communique avec une administration. La dématérialisation des déclarations de TVA et de l'impôt sur les sociétés, obligatoire depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2001 pour les sociétés de plus de 15,24 millions d'euros de chiffre d'affaires, est un exemple de B to A.

Parallèlement, le **A to C** ou **Administration to Consumer** concerne les transactions électroniques entre une administration et un particulier (par exemple, la possibilité pour un particulier de saisir sa déclaration d'impôt sur le site de la DGI).

Quand au terme **P to P** ou **Peer to Peer** (ou Person to Person), il désigne les échanges électroniques entre particuliers (forums de discussion sur Internet, petites annonces, enchères).

## 1.2 Quelles sont les composantes du commerce électronique ?

---

Le commerce électronique consiste à échanger des informations sous forme de **données**. Ces données sont structurées sous forme de **messages** dans un langage standard. Ces messages transitent par l'intermédiaire de **réseaux** (les "tuyaux" grâce auxquels les messages structurés sont véhiculés de l'émetteur vers le destinataire) selon des protocoles de communication définis.

Données, messages et réseaux sont considérés comme les trois composantes du commerce électronique, qui sont indépendantes les unes des autres.

Mettre en place un processus d'échanges électroniques consiste à choisir les données, les messages et les réseaux à utiliser.

### 1.2.1 Les données

C'est l'élément de base de tout échange puisqu'il s'agit des informations que l'on souhaite transmettre. Ces données sont dites "de base" lorsqu'elles constituent des clés d'accès vers les autres données (codes EAN) ; elles peuvent également être collectées (références, libellés, ...) ou calculées (quantités, dates, montants, ...).

## 1.2.2 Les langages et les messages

Un langage EDI est un ensemble de règles d'utilisation (syntaxe), associées à un dictionnaire de codes qui correspondent aux différents types de données. L'utilisation d'un langage commun permet l'échange de message et la compréhension par les systèmes informatiques de deux partenaires indépendants. Le choix d'un langage standard, c'est-à-dire reconnu par la communauté des utilisateurs, garantit une communication avec le plus grand nombre de partenaires.

Les premiers échanges EDI dans le secteur des produits de grande consommation apparaissent vers la fin des années 80. En France, les modèles de documents commerciaux standard échangés d'abord sous format papier se sont transformés, sous l'égide de Gencod EAN France, en langage EDI lorsque le besoin d'un langage électronique s'est fait sentir : le langage GENCOD. Ce langage encore utilisé aujourd'hui étant resté national, nous recommandons l'usage des langages internationaux qui continuent à s'enrichir en fonction de l'évolution des besoins des utilisateurs.

Il existe deux principales familles de langages standard et internationaux : EANCOM®/EDIFACT et XML.

### **EANCOM®/EDIFACT**

EDIFACT signifie Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport. Les Nations unies ont créé le langage EDIFACT en 1986 afin de faire face à la multiplication des langages nationaux et pour disposer d'un standard international permettant de structurer les échanges électroniques de données. Approuvé par l'International Standard Organisation (ISO) en 1997, EDIFACT fait maintenant office de norme internationale et est un langage à vocation multisectorielle.

Dans le domaine des biens de consommation, EAN International s'est appuyé sur cette norme EDIFACT pour créer le langage EANCOM® qui fixe les règles du jeu expliquant la manière d'utiliser le langage EDIFACT dans la communauté EAN.

L'utilisation de la norme EDIFACT est paradoxalement peu développée en Amérique du Nord (USA, Canada) où le langage régional AnsiX12 est largement répandu.

### *Les messages disponibles*

Le langage EANCOM® propose une cinquantaine de messages qui couvrent la majorité des échanges d'information entre les partenaires. En 2001, l'enquête interne ECR France "Mise en œuvre de l'EDI : 3<sup>ème</sup> vague" révèle que 100 % des industriels et des distributeurs, adhérents de l'organisme, savent échanger le message "Commande", 80 % le message "Facture", 73 % le message "Etat d'inventaire" et plus de 57 % le message "Avis d'expédition". Ces chiffres baissent considérablement lorsque l'on sort du périmètre des 90 sociétés et groupes de la communauté ECR France et que l'on prend en compte les 4 500 autres sociétés pratiquant le commerce électronique, adhérentes de Gencod EAN France (Cf. annexe 3.2 et 3.3).

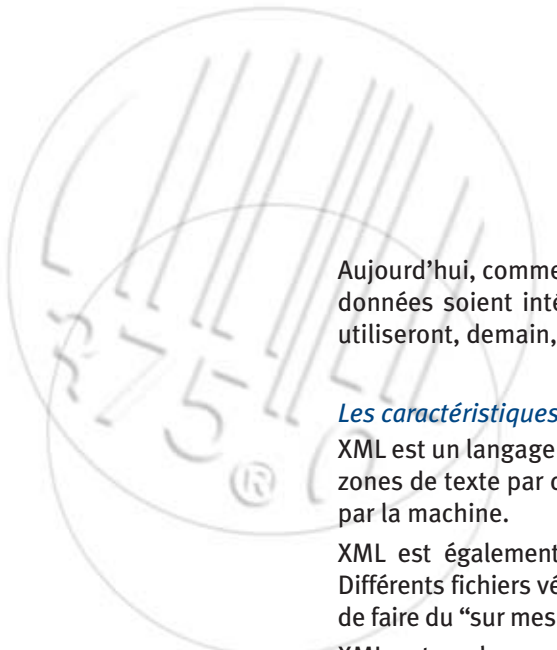
Les manuels de mise en œuvre et guides de ces messages sont disponibles auprès d'ECR France et de Gencod EAN France.

### **XML**

XML signifie *eXtensible Markup Language*. Le langage XML a été développé spécialement pour le monde Internet par le W3C (WorldWide Web Consortium) en février 1999. XML est à la fois plus puissant et plus simple que le langage HTML (Hyper Text Markup Language) qui est utilisé pour la présentation des pages web et non pour les échanges.

Son intérêt vient de sa souplesse : XML est "eXtensible", c'est-à-dire qu'il ne s'appuie pas sur un répertoire figé de données comme le fait EDIFACT, mais laisse l'utilisateur libre de créer son propre dictionnaire. Cette souplesse permet à XML de s'adapter à tout type de données, y compris les éléments multimédia (sons et images).





Aujourd'hui, comme pour EDIFACT, les messages XML doivent encore être traduits pour que les données soient intégrées dans l'applicatif. Il est probable qu'un grand nombre d'applicatifs utiliseront, demain, le langage XML rendant alors inutiles les traducteurs.

#### *Les caractéristiques*

XML est un langage simple. Il structure les informations de manière hiérarchique et encadre les zones de texte par des balises (tags), permettant ainsi une lecture aussi bien par l'homme que par la machine.

XML est également un langage ouvert dont le format est indépendant de la présentation. Différents fichiers véhiculent le contenu, la structure ou la présentation. Son extensibilité permet de faire du "sur mesure" et donc de prendre en compte les besoins de tous les secteurs d'activité.

XML est un langage de gestion de l'information, idéal pour le stockage, la publication, les échanges ou les requêtes.

#### *La standardisation d'XML*

XML étant un langage flexible, chacun peut l'utiliser à sa manière. Il a donc fallu développer une manière standard d'utiliser le langage XML. Une initiative a été créée à cet effet par les organisations EAN, ECR, UCC, les fournisseurs et les distributeurs de produits de grande consommation : la Global Commerce Initiative (GCI). Une première version des standards XML a été officiellement publiée en juillet 2001 (version 1), elle comporte cinq messages simples : l'Information partenaire, la Fiche produit, la Commande, l'Avis d'expédition et la Facture.

#### *Les coûts*

Pour la visualisation en clair d'un message XML, on peut utiliser la version 5 (et les versions supérieures) de Microsoft Internet Explorer et la version 4 (et les versions supérieures) de Netscape Navigator. De ce fait, le coût de visualisation est nul.

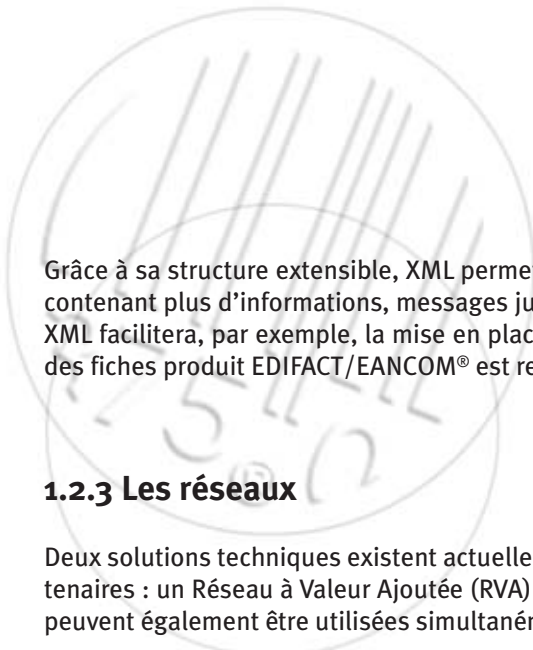
Concernant les outils de traitement du langage XML (traducteur, ...), les coûts dépendent de la complexité des applicatifs et de la richesse des messages comme pour le langage EDIFACT.

#### **Avantages et inconvénients d'XML par rapport à EDIFACT / EANCOM®**

<b>Avantages</b>	<b>Contraintes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Seul langage à couverture mondiale pour le commerce électronique</li><li>- Lisibilité de l'information par l'homme et traitement possible par une machine</li><li>- Facilité de transmission de données multimédia</li><li>- Facilité d'intégration accrue dans les systèmes d'information</li><li>- Parfaite compatibilité avec les technologies Internet</li><li>- Personnalisation et souplesse dans la présentation</li><li>- Traitement d'un niveau complexe d'information</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nouveau langage à apprendre</li><li>- Augmentation du volume des messages (de cinq à six fois)</li><li>- Standardisation récente et moins aboutie que pour EDIFACT/EANCOM®</li><li>- Dérives possibles à cause de la souplesse</li><li>- Nouveaux investissements nécessaires pour un acteur utilisant déjà les technologies EDIFACT/EANCOM®</li></ul>

Aujourd'hui, passer à XML pour faire ce qui existe déjà en EDI intégré n'apporte pas de valeur ajoutée ; les messages standard XML étant moins complets, la qualité de l'échange d'information est diminuée.

En revanche, XML va se développer pour répondre aux besoins d'alignement des données (catalogues électroniques). Dès lors, EDIFACT/EANCOM® et XML sont complémentaires (Cf. annexe 3.1). D'autant plus qu'aucune difficulté technique majeure n'empêche de développer des outils mixtes capables de supporter simultanément le standard EDIFACT/EANCOM® et XML.



Grâce à sa structure extensible, XML permettra aussi de transmettre des messages complexes contenant plus d'informations, messages jusqu'alors peu mis en place en EDIFACT/EANCOM®. XML facilitera, par exemple, la mise en place des catalogues électroniques, alors que l'emploi des fiches produit EDIFACT/EANCOM® est resté marginal.

### 1.2.3 Les réseaux

Deux solutions techniques existent actuellement pour transmettre un message entre deux partenaires : un Réseau à Valeur Ajoutée (RVA) ou l'Internet. Ces deux solutions complémentaires peuvent également être utilisées simultanément (pour le web EDI, par exemple).

#### Les Réseaux à Valeur Ajoutée (RVA)

Un RVA consiste en un réseau de télécommunication privé, permettant de faire communiquer des ordinateurs tout en apportant des fonctionnalités supplémentaires (accusé de réception, sécurité, ...). Ces réseaux sont spécialisés pour l'Echange de Données Informatisé. Ils peuvent transmettre aussi bien des messages EDIFACT/EANCOM® que des messages XML.

#### *Internet / Intranet / Extranet*

Dans le monde de l'Internet, on distingue les réseaux Internet, extranet et intranet. **L'intranet** est un réseau utilisant la technologie Internet et du web comme système d'information interne à l'entreprise.

**L'extranet** correspond à une extension sur Internet des applications développées pour un usage privatif, exclusivement réservé aux partenaires et fournisseurs d'une entreprise, généralement dans une optique de partage de l'information et de collaboration

**L'Internet** est l'ensemble de réseaux informatiques interconnectés entre eux, utilisant le même protocole de communication. Ce réseau des réseaux a pour vocation de créer un espace mondial d'échanges d'information. Les fonctionnalités d'Internet sont l'e-mail, les transferts de fichier, ... on peut également imaginer avoir recours à Internet pour transmettre des messages EDI malgré son niveau de sécurité qui peut encore constituer un frein.

#### *Les avantages et inconvénients des RVA par rapport à Internet*

La sécurité et la fiabilité sur Internet doivent encore s'améliorer pour atteindre le niveau de service offert par les RVA. En effet, la protection des données, le respect des délais d'acheminement ou la traçabilité des messages ne sont pas actuellement garantis sur Internet, bien que de nombreux travaux soient menés sur le sujet. Il peut toutefois sembler encore prudent de passer par les RVA dont la vocation, comme leur nom l'indique, est d'offrir une réelle valeur ajoutée.

#### *Les coûts d'un RVA*

Il peut exister différents systèmes de tarification liés généralement aux volumes échangés et/ou à la fréquence des échanges. Les deux principaux systèmes sont le forfait mensuel qui donne droit à un volume et à un nombre de connexions bien définis et l'abonnement qui donne accès à une tarification avantageuse au volume et à la connexion. Cette dernière formule sera privilégiée par les acteurs traitant de gros volumes.

Pour Internet, seule la connexion sera facturée. L'utilisation d'un RVA est donc nettement plus onéreuse mais elle est justifiée par un haut niveau de service défini contractuellement.

## 2. Les outils du commerce électronique B to B

---

Le commerce électronique peut faire appel à différents moyens :

- le minitel ;
- le courrier électronique (e-mail) ;
- l'EDI intégré ;
- l'infogérance ;
- le web (serveur d'application sur Internet) ;
- l'extranet ;
- les places de marché ;
- les catalogues électroniques.

### 2.1 Le minitel et le courrier électronique

---

Le minitel a été le précurseur du commerce électronique. Il est encore largement utilisé pour la passation des appels d'offres sur des produits de métiers (produits frais, marée, boucherie, fruits et légumes, ...), la passation des commandes et pour la consultation des avis de règlement.

L'absence d'intégration, de normes internationales et les coûts d'utilisation n'en font plus un outil d'avenir.

Le courrier électronique sert d'outil d'information et/ou de procédures de secours. Si l'information contenue est structurée, elle peut être intégrée semi-automatiquement dans les applicatifs internes. Ne s'appuyant pas sur un système de base de données, il n'est pas conçu pour une utilisation répétitive et systématique.

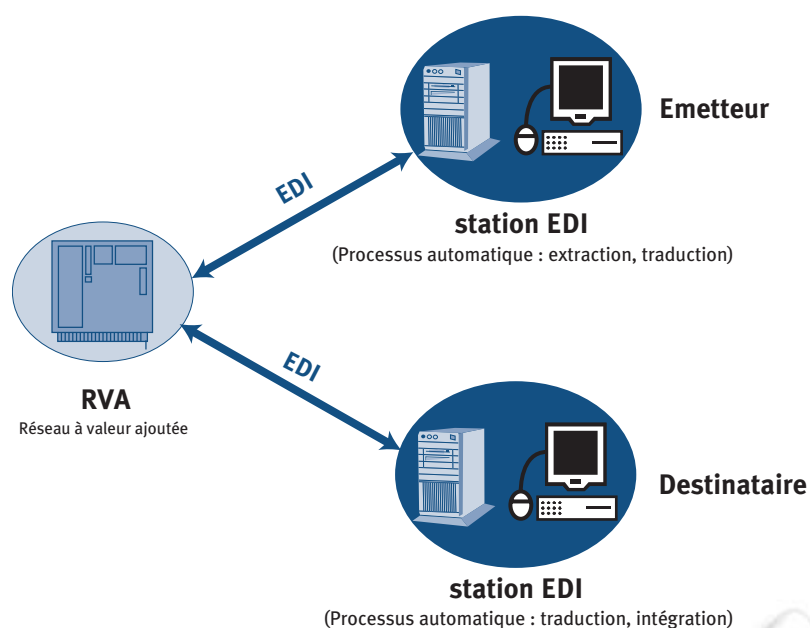
## 2.2 L'EDI intégré

Il existe, dans la pratique, deux types d'EDI : l'EDI "intégré" (avec intégration des informations dans le système d'information) et l'EDI "dégradé" (sans intégration). Aujourd'hui, l'EDI dégradé peut être remplacé par une solution web EDI. En conséquence, on ne traitera ici que de l'EDI intégré.

### 2.2.1 Définition

L'Echange de Données Informatisé, c'est :

- l'échange de données structurées
- d'ordinateur à ordinateur
- entre partenaires indépendants



La mise en œuvre de l'EDI doit s'appuyer sur les manuels disponibles auprès d'ECR France et de Gencod EAN France.



## 2.2.2 Avantages et contraintes de l'EDI (avec intégration des données dans le système d'information)

Avantages	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>- Suppression des temps de saisie à la réception et réduction des temps de saisie à l'émission</li><li>- Meilleure qualité de l'information (diminution des litiges) et fiabilité dans la transmission</li><li>- Gains de productivité administrative sur des tâches sans valeur ajoutée</li><li>- Automatisation et accélération des échanges d'information</li><li>- Outils de communication multifonctions (possibilité de communiquer avec des banques, des transporteurs, des prestataires logistiques, les administrations, ...)</li><li>- Traitement de flux d'information importants</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Alignement préalable des données</li><li>- Importance de l'investissement financier</li><li>- Compétences en informatique requises pour les équipes de chaque partenaire</li><li>- Délais de mise en place variables selon l'expérience des partenaires</li></ul>

## 2.2.3 Cas dans lesquels l'EDI intégré est adapté

L'analyse des entreprises ayant déjà mis en place l'EDI intégré fait ressortir tout ou partie des caractéristiques suivantes :

- chiffre d'affaires concerné par les échanges électroniques significatif par rapport au montant de l'investissement financier ;
- volume d'information échangé élevé ;
- nombre de transactions important ;
- fréquence des échanges ;
- messages complexes (flux allotis, GPA, ...) ;
- diversité des messages ;
- processus d'approvisionnement tendus nécessitant un suivi de l'information en temps réel.

## 2.2.4 Impacts organisationnels liés à l'utilisation de l'EDI

Pour une pleine intégration, l'EDI nécessite une adaptation des outils informatiques. Ce nouveau type de transfert et de traitement de l'information doit s'accompagner d'une formation des utilisateurs et a des conséquences sur l'organisation de l'entreprise. Ainsi, si des commandes EDI sont envoyées le samedi matin, les interlocuteurs du service clients doivent être présents ce jour-là.

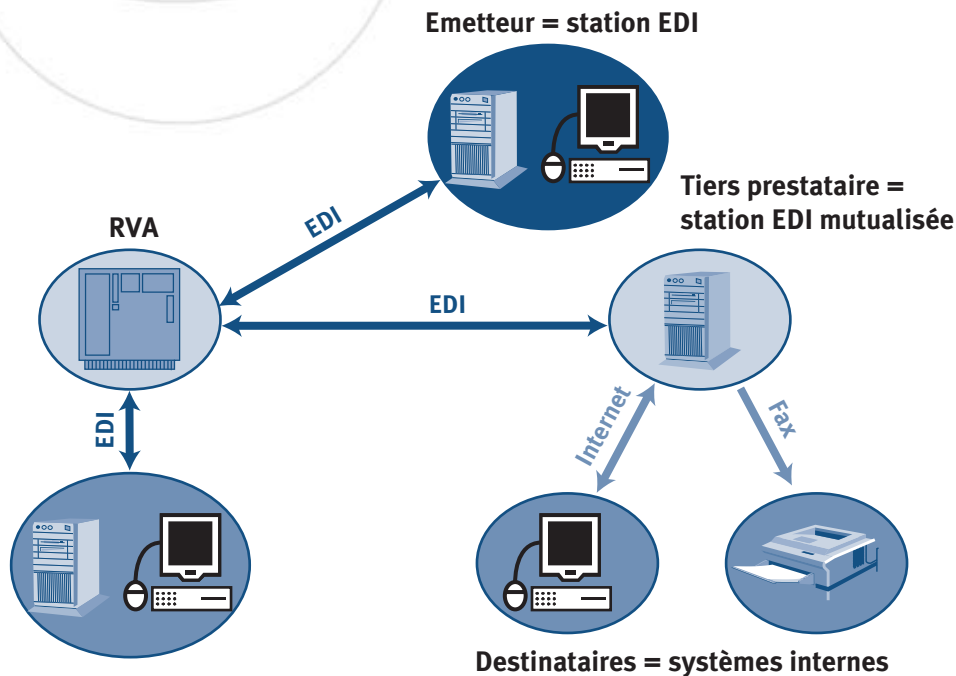
La réduction, voire la suppression de la saisie, nécessite de redéfinir certaines fonctions administratives. Les tâches des opérateurs de saisie évoluent vers des opérations de contrôle du contenu des messages et favorisent les contacts "commerciaux" avec les partenaires (renseignement sur les produits, présentation des nouveaux produits, ...).

## 2.3 L'EDI hébergé par un tiers (infogérance)

### 2.3.1 Définition

Un prestataire extérieur héberge une solution EDI pour le compte d'un client.

Cette solution permet d'échanger des messages commerciaux, d'intégrer et/ou d'extraire des fichiers personnalisés des applications du client "infogéré" et de déporter la traduction des messages EDI. L'hébergement EDI illustre la tendance consistant à mutualiser les moyens informatiques, les logiciels et les réseaux, afin de réduire les investissements et les coûts d'exploitation.



Il existe deux types d'infogérance :

- l'infogérance lourde : l'environnement est entièrement dédié au client. Cette solution concerne plutôt les entreprises de grande taille qui ont choisi d'externaliser une partie de leurs applicatifs. La solution proposée par le tiers sera complètement dépendante des besoins du client ;
- le serveur mutualisé : cela concerne les entreprises de taille plus modeste qui mutualisent leur infrastructure EDI afin d'en diviser les coûts. Un tiers maintient une station EDI pour plusieurs clients, il re-routera les messages sous différentes formes (fichier à plat, formulaire, voire même fax).

### 2.3.2 Avantages et contraintes de l'hébergement par un tiers

Avantages	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>- Productivité et fiabilité de l'EDI intégré (sauf recours au fax)</li><li>- Choix possible entre différents prestataires</li><li>- Coûts en ressources humaines inférieurs à ceux nécessaires à l'EDI intégré</li><li>- Rapidité de mise en œuvre</li><li>- Simplicité d'utilisation</li><li>- Réactivité accrue :<ul style="list-style-type: none"><li>- à l'intégration de nouveaux partenaires</li><li>- aux changements de version de standards</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Souscription d'un abonnement à un prestataire extérieur</li><li>- Absence d'autonomie par rapport à la solution développée par le prestataire</li></ul>

### 2.3.3 Coûts

Les coûts varient avec le volume échangé et le niveau de service fourni par le prestataire. Pour de l'infogérance lourde, ils peuvent être extrêmement variables, à partir de 2 000 euros par an. Pour un serveur mutualisé, il s'agit en général d'un abonnement annuel et le paiement se fait sous forme de loyers (mensuels voire trimestriels). Pour de l'infogérance plus simple, comme par exemple, la traduction sous forme de fax d'un message commande émis initialement par EDI, les tarifs commencent à partir de 15 euros par mois, payables par le bénéficiaire de la traduction fax.

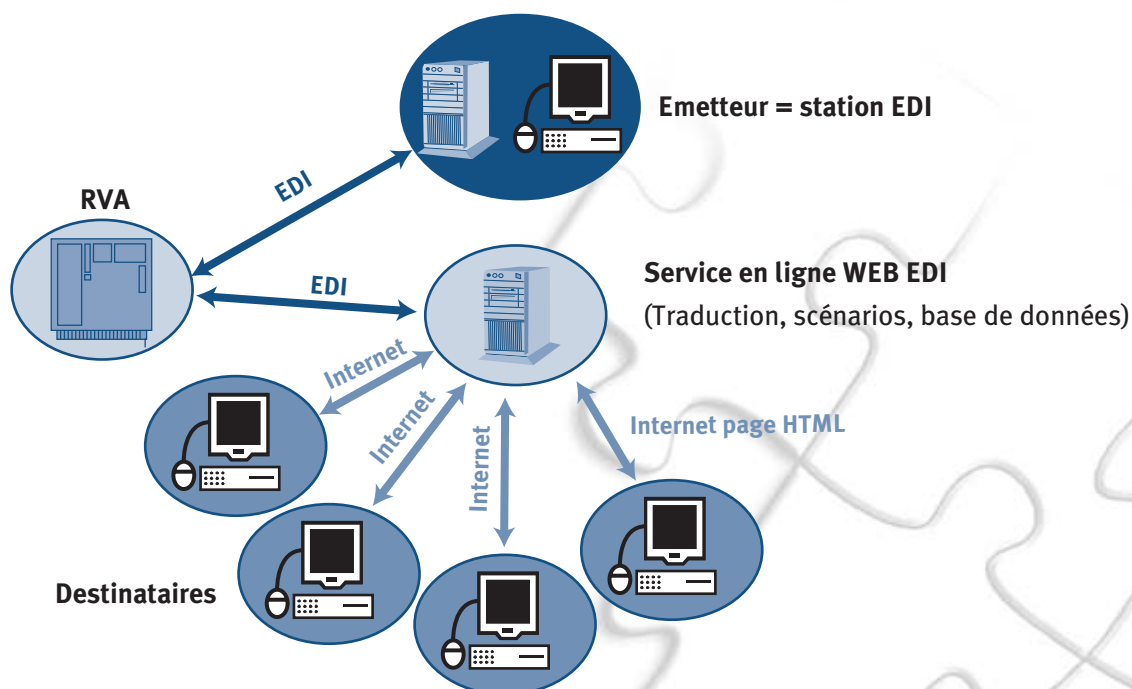
## 2.4 Le web EDI

### 2.4.1 Définition

Le web EDI est une solution EDI prête à l'emploi, maintenue à distance, définitive ou transitoire et bâtie sur les standards Internet et EDI.

Cet outil permet l'échange de données entre une communauté d'entreprises qui utilise des traitements d'échange automatisés (EDI intégré) et une communauté d'entreprises qui utilise des formulaires électroniques.

Aujourd'hui, ces outils permettent la mise à jour de l'information produit ou partenaire (catalogue électronique) et l'échange de messages commerciaux (commande / avis d'expédition / facture). Ils peuvent être ouverts à d'autres processus tels que la Gestion Partagée des Approvisionnements, l'échange de prévisions, ...



## 2.4.2 Avantages et contraintes du web EDI

### Avantages

#### Par rapport à l'EDI intégré :

- Investissement limité pour l'utilisateur :
  - un ordinateur, un modem, un navigateur Internet (1000 euros) mais souvent déjà disponibles ;
  - un abonnement à un fournisseur d'accès Internet (autour 50 euros par mois) souvent déjà disponible ;
  - un abonnement à un service web EDI
- Facilité et rapidité de mise en place
- Aucune connaissance technique en informatique nécessaire
- Simplicité d'utilisation :
  - formulaire écran pour la lecture et la saisie des informations (contrôles associés) ;
  - automatisation possible des scénarii d'échange par partenaires ;
- Rapidité de mise en place d'autres messages
- Solution temporaire : il peut être opportun de commencer à travailler avec une solution web EDI en attendant de mettre en place l'EDI intégré dans son entreprise.

### Contraintes

- Pas d'accès automatisé à sa boîte aux lettres électronique
- Dépendant de la qualité de la connexion Internet
- Peu d'intégration automatique
- Limitation de la volumétrie échangée

#### Par rapport aux flux papier (fax, ...) :

- Coût d'exploitation nettement inférieur
- Totale transparence des flux pour les partenaires EDI :
  - applicatif : ce sont les mêmes messages EDI qui sont utilisés ;
  - exploitation : mise à disposition d'accusé de réception et d'état de traitement pour une meilleure traçabilité des transactions ;
- Possibilité d'intégrer les informations dans la gestion commerciale (même si la pratique la plus courante est la ressaisie)
- Sécurité assurée par un certificat d'authentification et par le cryptage des données

## 2.4.3 Cas dans lesquels l'outil web EDI est adapté

Les membres du groupe de travail considèrent que le système web EDI est particulièrement adapté aux entreprises réunissant quelques unes des caractéristiques suivantes :

- système d'information développé : non indispensable ;
- système de gestion commerciale non stabilisé ;
- relation commerciale naissante ;
- chiffre d'affaires concerné peu significatif par rapport au partenaire ;
- volume échangé peu élevé ;
- nombre de transactions peu important ;
- entreprise désirant répondre rapidement à la demande EDI de son partenaire, ...





#### 2.4.4 Impacts organisationnels du web EDI

L'utilisation d'une solution web EDI n'a qu'un impact limité sur l'organisation de l'entreprise. Le seul changement vient du fait que l'échange d'information ne se fait plus par courrier, fax ou minitel mais par l'intermédiaire d'un site web.

#### 2.4.5 Utilisation du web EDI dans la relation grandes à petites entreprises

Dans cette relation web EDI, des acteurs de tailles différentes sont en présence. Cette relation se rapproche généralement de celle du type "one to many". Le "one" tiendra un rôle de leader, il devra apporter des solutions aux problèmes de ses partenaires souvent plus petits que lui. Chaque acteur doit trouver des avantages à la mise en place d'une solution web EDI. Le plus petit, qui adoptera tôt ou tard ce genre d'outil, apprendra à en tirer des bénéfices, grâce à l'aide de son partenaire.

##### - Dans la relation "gros fournisseur - petit client" :

Certains fournisseurs proposent, à partir de leur extranet, un service privatif équivalent au web EDI sur lequel leurs petits clients vont pouvoir récupérer des fiches produits ou envoyer des commandes.

L'investissement nécessaire à la mise en place d'un tel service par le fournisseur est de l'ordre de 20 000 euros (pour l'outil web EDI uniquement) auquel se rajoutent les coûts d'analyse et le déploiement. Cela sera fonction de la complexité des fonctionnalités développées.

Les avantages / contraintes du web EDI pour le client dans la relation "petit client - gros fournisseur" :

Avantages	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>- Liberté du moment de passation de commandes</li><li>- Gratuité de la passation de commandes</li><li>- Amélioration de la qualité de l'échange</li><li>- Traçabilité de la commande (le client sait comment a été traitée sa commande, sa livraison, ...)</li><li>- Meilleure information sur les produits du fournisseur</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ressaie de l'information</li><li>- Multiplicité pour le client des connexions aux sites web propriétaires de ses différents fournisseurs pour saisir les commandes (différentes URL, différents masques de saisie, ...)</li></ul>

### - Dans la relation "gros client - petit fournisseur" :

Aujourd'hui, la majorité des distributeurs propose à leurs petits fournisseurs d'utiliser, via des prestataires, des solutions web EDI.

Plusieurs prestataires web EDI sont présents sur le marché. Il est conseillé aux industriels fournisseurs de comparer les coûts des fonctionnalités proposées au regard de leur cahier des charges.

Les coûts se décomposent selon les prestataires choisis, en une redevance initiale de raccordement (de l'ordre de 300 euros, la première année) et :

- soit un abonnement en fonction du nombre et du volume des messages (200 à 300 euros pour 600 messages) ;
- soit une redevance annuelle forfaitaire (environ 360 euros par an quelque soit le nombre de messages).

La plupart des distributeurs proposent une ou plusieurs solutions tout en sachant intégrer l'ensemble des prestataires web EDI. Il est donc possible pour un fournisseur d'utiliser un même outil avec plusieurs clients.

A titre d'illustration, Carrefour propose principalement trois prestataires Agena 3000, Influe et Seres tout en travaillant avec une douzaine d'autres prestataires nationaux ou internationaux choisis par les fournisseurs. Aujourd'hui, Carrefour utilise le web EDI avec 700 fournisseurs.

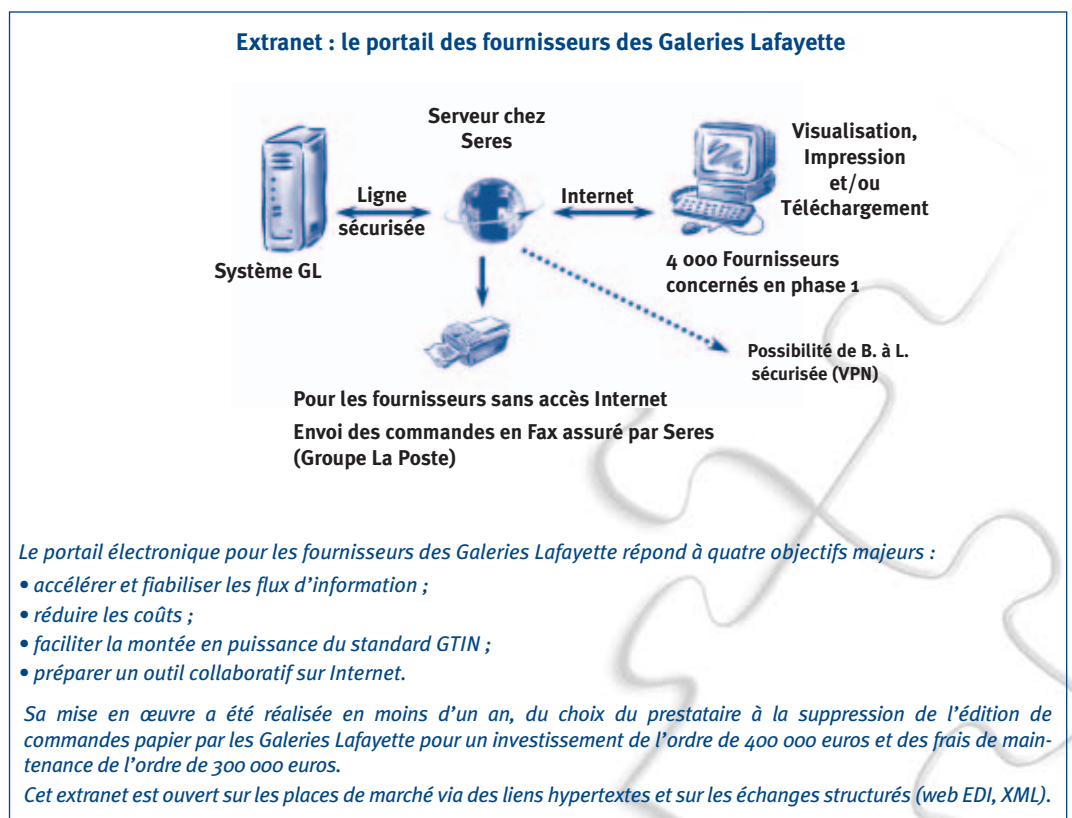
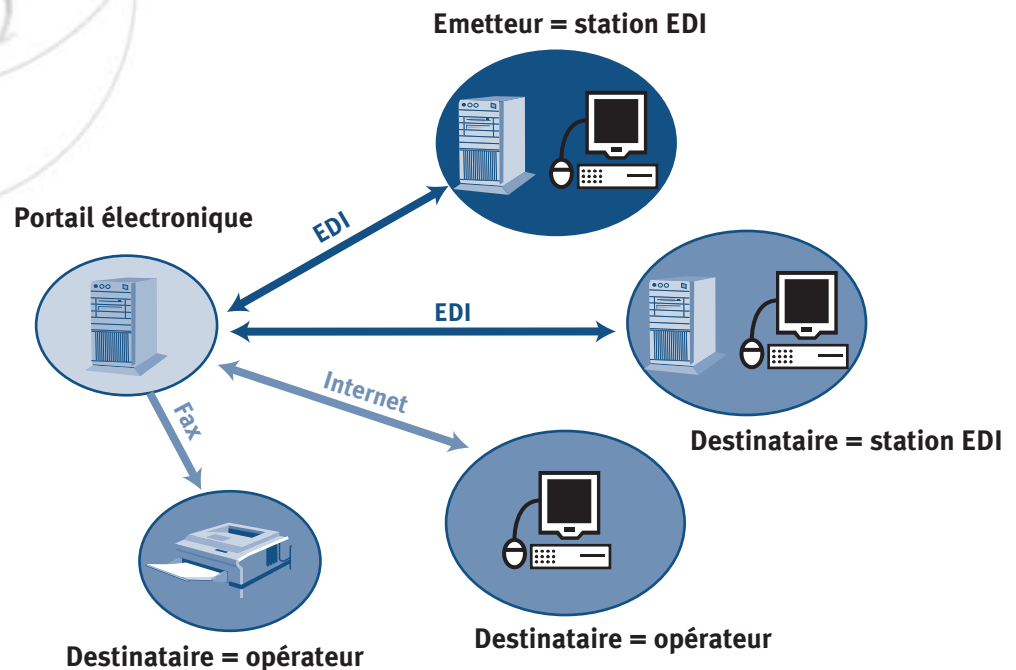
Les avantages / contraintes du web EDI dans la relation "gros client - petit fournisseur"

Avantages	Contraintes
<b>Pour le fournisseur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Traçabilité des commandes : permet de gérer son fichier commande pour l'ensemble de ses clients directement sur le site web</li><li>- Ergonomie unique quels que soient les clients (masque de saisie, boutons d'action pour la consultation des messages, pour la saisie de l'avis d'expédition, de la facture, ...)</li><li>- Délais de transmission des messages plus courts que par fax ou téléphone</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mise en place avec le service client du fournisseur d'une procédure de connexion vers le site web à heures précises</li></ul>
<b>Pour le client</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Traçabilité des messages émis</li><li>- Facilité de mise en œuvre de nouveaux messages (transport, banque, ...)</li><li>- Fiabilité due à l'alignement des données, préalable à tous les échanges EDI ;</li><li>- Richesse du message EDI par rapport au fax (gestion logistique, tarifs, ...)</li></ul>	

## 2.5 Extranet et places de marché

### 2.5.1 Extranet

L'extranet est un réseau fermé qu'un grand intervenant ouvre à ses partenaires qui trouvent les informations qui les concernent en se connectant. La structure est privée et la relation de type "one to many" (un à plusieurs).



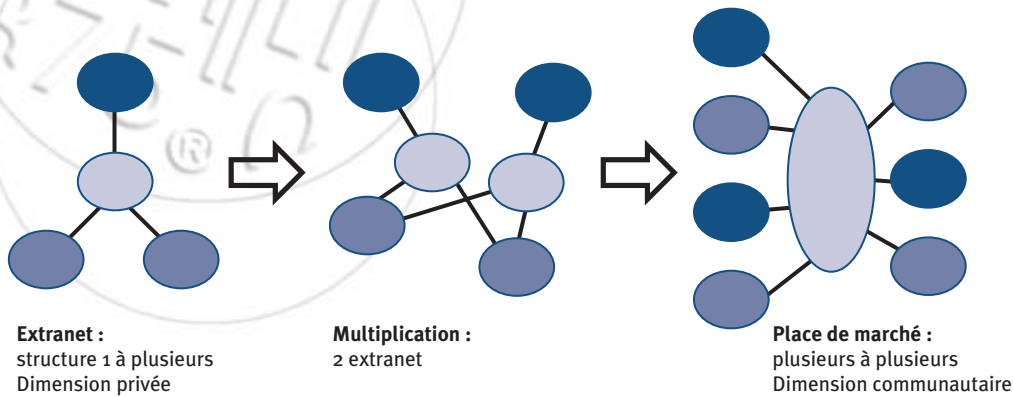
Le portail électronique pour les fournisseurs des Galeries Lafayette répond à quatre objectifs majeurs :

- accélérer et fiabiliser les flux d'information ;
- réduire les coûts ;
- faciliter la montée en puissance du standard GTIN ;
- préparer un outil collaboratif sur Internet.

Sa mise en œuvre a été réalisée en moins d'un an, du choix du prestataire à la suppression de l'édition de commandes papier par les Galeries Lafayette pour un investissement de l'ordre de 400 000 euros et des frais de maintenance de l'ordre de 300 000 euros.

Cet extranet est ouvert sur les places de marché via des liens hypertextes et sur les échanges structurés (web EDI, XML).

## 2.5.2 De l'extranet à la place de marché



## 2.5.3 Les places de marché

Une place de marché est une plate-forme technique de commerce au sens où elle est constituée d'un ensemble d'outils informatiques et de solutions de télécommunications permettant de traiter des opérations commerciales à partir d'Internet.

Cette plate-forme électronique (e-marketplace), lieu de rencontre virtuel, est d'abord destinée à faciliter les transactions commerciales entre des partenaires identifiés et connus qui forment une communauté d'acheteurs et vendeurs.

Les places de marché publiques apparaissent séduisantes pour le partage et le traitement des données issues de la collaboration. En effet, s'appuyant sur les technologies Internet et un grand nombre d'acteurs participant à leur développement, aussi bien du point de vue technique que financier, elles sont accessibles au plus grand nombre et moins coûteuses à l'utilisation que des systèmes privés.

Les grandes places de marché électroniques publiques du secteur des produits de consommation (CPG Market, GNX, Transora et WWRE) sont basées sur trois idées forces :

- les technologies ;
- les standards ;
- les processus collaboratifs.

### Les fonctionnalités :

- mise à disposition de solutions web EDI catalogues électroniques produits ou entreprises ;
- mise à disposition de solutions web EDI applications de transaction commerciale ;
- possibilité de faire des enchères inversées ou non (appels d'offres) ;
- création d'un espace de collaboration neutre sur lequel les partenaires vont pouvoir s'échanger et partager de l'information ;
- possibilité pour le client de suivre le déroulement de sa commande (traçabilité au niveau des transactions).

## 2.6 Les réseaux de catalogues électroniques

### 2.6.1 Définition du catalogue électronique

Un catalogue électronique se définit comme un outil qui s'appuie sur les technologies Internet afin de permettre à une entreprise (éditeur) d'administrer la mise à disposition de ses informations produit (ou les rassembler) auprès de ses partenaires et à ces derniers d'administrer l'intégration des informations reçues en vue de l'alignement ou de la synchronisation de leurs bases articles réciproques (Master Data Alignment).

Ces catalogues peuvent en outre contenir des informations détaillées telles que, par exemple, les caractéristiques techniques des produits, les notices d'emploi ou des présentations multimédia.



#### Catalogue propriétaire et catalogue multientreprises

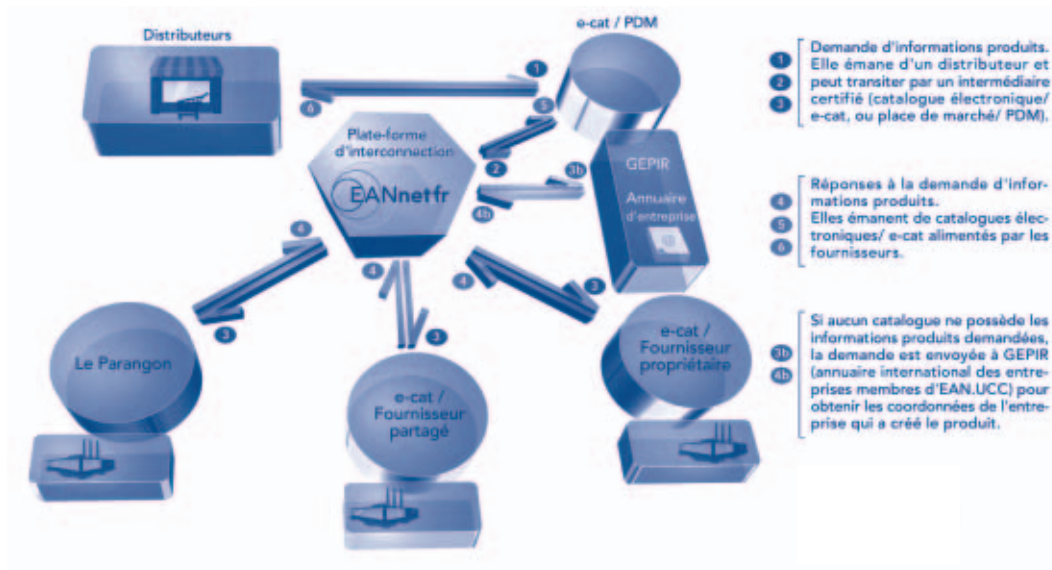
Chaque entreprise est responsable de son propre catalogue électronique. Selon son choix, l'entreprise peut administrer la mise à disposition de ses informations (ou administrer l'intégration des informations reçues) en faisant appel à une solution de catalogue électronique propriétaire ou au moyen d'un espace accessible sur un service de catalogue électronique multientreprises. On parle aussi dans ce cas de "catalogue électronique local" auquel l'entreprise fait appel.

## 2.6.2 Le réseau français des catalogues électroniques : EANnet.fr

EANnet.fr est une initiative des industriels et des distributeurs sous l'égide de Gencod EAN France pour interconnecter les catalogues électroniques qui opèrent en France et permettre la synchronisation des informations produit entre les partenaires du commerce. Cette interconnexion est basée sur les standards internationaux et les technologies Internet, ce qui garantit l'ouverture internationale du réseau.

### Publier une fois diffuser à tous ; souscrire une fois recevoir de tous.

Le réseau EANnet.fr permet aux industriels de publier une seule fois les descriptifs de leurs produits dans le catalogue de leur choix et d'atteindre en même temps tous leurs clients. De même, il permet aux distributeurs de s'abonner au catalogue de leur choix tout en ayant accès aux données des produits disponibles dans l'ensemble des catalogues connectés au réseau EANnet.fr.





### 2.6.3 Avantages et contraintes des catalogues électroniques

Comme pour les échanges de fiches produit EDI, l'industriel peut rassembler ses informations produit qui sont généralement disséminées dans toute l'entreprise (service marketing, logistique, ...).

Les autres avantages et inconvénients des catalogues électroniques sont identiques à ceux du web EDI. On peut cependant les compléter des avantages suivants pour l'industriel et le distributeur :

Avantages	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>- L'industriel peut facilement administrer ses informations produit (possibilité de définir des autorisations d'accès à l'information, ...)</li><li>- L'industriel peut choisir le mode d'alimentation de son catalogue électronique (saisie manuelle, fichiers structurés selon un standard (EANCOM® ou EAN.UCC XML), fichiers structurés selon accord (fichier texte type CSV))</li><li>- Il permet au distributeur de contrôler les informations entrant dans son système d'information car il est à l'origine des demandes. En revanche, les mises à jour d'une référence sélectionnée par le distributeur lui sont transmises automatiquement</li><li>- Dans le cadre du réseau EANnet.fr, tous les catalogues implémentent les recommandations du GCI et les standards EAN.UCC sur l'alignement des données. De cette façon, ces différents catalogues électroniques peuvent communiquer entre eux</li><li>- Si un industriel dépose ses informations dans un catalogue certifié EANnet.fr, il est certain que son information est disponible pour l'ensemble de ses clients</li><li>- Si un client fait une demande à partir d'un catalogue certifié, il est certain que sa demande est envoyée à l'ensemble des catalogues du réseau</li><li>- Les places de marché proposent également des catalogues électroniques qui peuvent être interconnectés au réseau EANnet.fr</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- L'organisation du fournisseur doit lui permettre de mettre à jour son catalogue en temps réel</li><li>- Pour être interconnecté à EANnet.fr, il convient de choisir un prestataire dont le catalogue a été certifié par Gencod EAN France. Cette certification garantit aux utilisateurs l'interopérabilité des catalogues au travers du réseau EANnet.fr</li></ul>



## 3. Annexes

---

### 3.1 EDIFACT et XML

---

#### **Quelle est la façon la plus efficace d'échanger des données entre deux applications informatiques ?**

*Dans le cadre des échanges interentreprises, l'EDI a résolu efficacement la question pendant les vingt dernières années. Présentée d'abord comme la solution universelle pour les échanges inter applications, XML n'a finalement pas écrasé l'EDI classique.*

*Aujourd'hui, le débat est apaisé et l'on est en mesure d'examiner sereinement les possibilités offertes par l'une ou l'autre technique. XML, dépouillé de ses attributs de solution magique, apparaît comme une solution séduisante pour étendre les échanges interentreprises à de nouveaux domaines.*

#### **Une fausse querelle**

*Les compétences de l'EDI (EDIFACT) et celles d'XML sont de natures différentes. L'EDI est une des applications développées dans la mouvance des technologies de messagerie, tandis qu'XML est un produit des technologues du Web (le W3C en est le père). En simplifiant, on peut dire que l'EDI appartient au domaine de l'échange de fichiers, alors qu'XML appartient à celui de la publication en ligne de données. Pour reprendre une terminologie familière aux acteurs d'Internet, l'EDI est du "push", XML est du "pull". Un message EDI est composé d'un ou de plusieurs blocs de données qui sont envoyés ou "poussés" vers un destinataire. Une requête XML permet en fait d'accéder à des informations disponibles sur un serveur.*

*Les puristes contesteront cette présentation simpliste. Les zélateurs de l'EDI invoqueront l'EDI interactif qui permet aussi de pratiquer le mode requête / réponse, mais ils doivent reconnaître que les applications en sont très limitées et fort rudimentaires par rapport aux ressources d'XML. Quant à ceux d'XML, ils pourront également faire valoir la possibilité de l'utiliser pour échanger des fichiers structurés tout en reconnaissant que le fichier ainsi constitué serait 8 à 10 fois plus volumineux que son équivalent EDI (EDIFACT).*

*La querelle n'a donc pas lieu d'être ; l'EDI est à l'évidence plus performant dans l'échange régulier de grands volumes de données, comme, par exemple, dans les échanges commerciaux entre distributeurs et leurs fournisseurs ou dans les relations entre les constructeurs automobiles avec leurs fournisseurs de premier rang. En revanche, dans les applications où la prédictibilité des échanges est moins grande, comme avec les fournisseurs ou les clients occasionnels, ou encore pour accéder à des données en fonction des besoins de traitement, ou des opérations en cours, XML séduit par sa flexibilité.*

#### **XML un mode radicalement nouveau de conception des échanges de données**

*La grande différence entre XML et l'EDI se situe donc dans la façon même d'échanger et de partager de l'information. Autant l'EDI s'inscrit dans un schéma de pensée qui est encore celui du courrier postal, autant XML appartient déjà à celui du partage en temps réel de ressources informatiques. Un envoi de factures par EDI est une transposition électronique de l'opération manuelle consistant à imprimer, mettre sous enveloppe, affranchir et déposer dans une boîte à lettres.*

*En XML, ce ne sont pas des fichiers qui sont échangés, traités ; ce sont directement des informations que les spécialistes appellent des "objets métier" (Business Objects) qui sont manipulés. En pratique, l'utilisation d'XML devrait permettre d'établir un dialogue direct entre bases de données distantes, sans passer par l'intermédiaire d'un fichier d'échange. Dès lors, les échanges ne se font plus nécessairement par lot, mais peuvent se dérouler en temps réel, une réelle interactivité pouvant s'instituer entre deux systèmes d'information distants.*

*Avec XML, la dichotomie entre échange intra-entreprise et interentreprises s'estompe. En théorie une application de réception de marchandise devant contrôler la référence d'un produit ou d'une unité logistique peut émettre une requête XML aussi bien à la base de produits interne qu'à celle du fournisseur du produit, ou encore à un catalogue électronique géré par un tiers. Chacune de ces trois bases fournira une réponse en XML parfaitement interprétable. Cet exemple est transposable à l'extraction de données sur des statistiques de ventes, à la consultation de niveau de stock ou de commande en cours ou à bien d'autres sources d'information existantes.*

*Le potentiel, en termes d'optimisation des ressources informatiques est considérable, le premier gain étant dans la réduction du stockage redondant de données, le second étant dans la limitation du transfert de données au strict minimum.*

*Ces nouveaux schémas d'échange sont en gestation dans les réflexions menées par le GCI, que ce soit, par exemple, au travers de la mise en commun de données bases de produits et de partenaires dans des catalogues électroniques, dans le développement de schémas XML pour conduire les processus du CPFR, ou encore dans le concept d'une visibilité totale de la chaîne d'approvisionnement.*

*XML est bien la technologie la plus opérationnelle aujourd'hui pour porter cette vision d'une informatique partagée puisant sans limite dans un océan de données comparable à la toile Internet. Dans l'univers des affaires, une telle vision ne peut cependant se réaliser que si la technologie est en mesure de satisfaire les impératifs de sécurité et de confidentialité. La pénétration d'XML dans les échanges électroniques interentreprises est donc liée à l'émergence de nouvelles applications dans le contexte d'une collaboration renforcée. Si l'EDI a été la principale technologie support de l'ECR, XML pourrait être celle qui en portera encore plus loin l'accomplissement. Mais la réponse à cette question appartient aux dirigeants des entreprises de l'industrie et du commerce.*



## 3.2 Mise en œuvre de l'EDI par les adhérents d'ECR France

Enquête interne réalisée en 2001 auprès des 90 adhérents d'ECR France :

- 53 industriels répondants représentant un chiffre d'affaires de 21 milliards d'euros ;
- 10 distributeurs répondants représentant un chiffre d'affaires de 88 milliards d'euros.

Messages échangés en EDI	Début 2001 par les industriels répondants	Début 2001 par les distributeurs répondants
Commande (ORDERS)	100 %	100 %
Réponse à la commande (ORDRSP)	13,2 %	40 %
Modification de commande (ORDCHG)	5,7 %	20 %
Avis d'expédition (DESADV)	52,8 %	80 %
Facture (INVOIC)	84,9 %	60 %
Avis de paiement (REMADV)	5,7 %	20 %
Informations partenaires (PARTIN)	3,8 %	20 %
Catalogue - Informations produit (PRODAT)	30,1 %	30 %
Informations tarifaires (PRICAT)	5,7 %	20 %
Etat des ventes (SLSRPT)	9,5 %	20 %
Etat d'inventaire (INVRPT)	73,6 %	70 %
Accusé de réception de marchandise (RECADV)	7,5 %	20 %

## 3.3 Mise en œuvre de l'EDI-EFI par les adhérents de Gencod EAN France

Enquête réalisée le 30 janvier 2003 auprès des 26 500 adhérents de Gencod EAN France (entreprises de toutes tailles).

Le trafic mensuel s'élève environ à **22 millions de messages échangés**.

	Nombre d'entreprises pratiquant l'EDI - EFI
Distributeurs et grossistes	215
Fabricants	4515
Prestataires	40
<i>Total général des entreprises</i>	<i>4770</i>
<i>Nombre total de sites utilisateurs</i>	<i>Environ 12 000</i>

Pourcentage des adhérents fabricants, pratiquant l'EDI - EFI dans chaque secteur d'activité :

Secteurs d'Activités	EDI-EFI	Total des adhérents	Pourcentage
Epicerie sèche et liquide	1135	8950	12,7 %
Produits frais et surgelés	1059	4995	21,2 %
Droguerie Parfumerie Hygiène	190	1225	15,1 %
Bricolage & Marchandises générales	1745	8829	19,8 %
Textile	386	1622	23,8 %
Total général	4515	25651	17,6 %

## 4. Glossaire

---

### **Convention d'interchange :**

Contrat privé entre deux partenaires commerciaux prescrivant un agencement de règles juridiques et techniques réciproquement acceptables. Il permet d'asseoir la force probante de leurs transactions électroniques et de régir l'utilisation de la technologie appliquée aux communications d'affaires. Ce document est habituellement accompagné d'un manuel de l'utilisateur décrivant par exemple, le niveau de syntaxe, les messages, les considérations commerciales et juridiques et les prescriptions en matière de télécommunication et de sécurité.

### **EANCOM® :**

Standard international d'EDI, géré et maintenu par EAN International, et conforme aux règles UN/EDIFACT

### **E-commerce :**

Vente de biens ou de services grâce à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information (EDI, Internet, minitel, ...).

### **ECR France :**

ECR France est l'organisme français officiel de l'ECR (Efficient Consumer Response). Il réunit en deux collèges l'ensemble des distributeurs généralistes de notre pays et plusieurs distributeurs spécialistes ainsi que 80 entreprises et groupes industriels représentant tous les secteurs des produits de grande consommation. Ouvert aux industriels et aux distributeurs, il est géré par un Conseil d'Administration paritaire composé actuellement de 10 industriels et 10 distributeurs. Sa représentativité permet la mise en œuvre plus rapide, plus large et plus efficiente du nouveau modèle de travail entre fabricants et commerçants dans les quatre domaines de l'ECR reconnus mondialement : la gestion de la demande, l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement, les intégrateurs et les supports technologiques

ECR France est membre actif d'ECR Europe et dispose de 4 postes d'administrateurs au conseil d'administration d'ECR Europe.

### **ECR nationaux :**

Les ECR nationaux sont les organismes créés pour définir un langage commun, identifier de meilleures pratiques, faciliter la mise en œuvre de l'ECR et construire la masse critique d'opérateurs pour une mise en œuvre plus rapide, plus complète et à moindre coût de l'ECR en tenant compte des spécificités nationales. Les ECR nationaux fournissent le socle des initiatives bilatérales conduites par les entreprises entre elles. Il y a aujourd'hui 21 ECR nationaux coordonnés sous l'égide d'ECR Europe.

### **EDI (Echange de données informatisé) :**

Echange par télétransmission de données structurées d'ordinateur à ordinateur selon des formats standard.

### **EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport) :**

Echange de Données Informatisé pour l'Administration, le Commerce et le Transport. Norme des Nations Unies concernant l'échange de données informatisé pour l'administration, le commerce et le transport, elle se compose d'un ensemble de normes approuvées à l'échelon international, de répertoires et de directives pour l'échange électronique de données structurées, concernant le commerce des biens et services, d'applicatif à applicatif et entre entités indépendantes.

### **EEP (Echanges électroniques entre professionnels) :**

Les EEP peuvent se définir comme étant les activités nécessaires à l'échange d'information de système d'information à système d'information sans intervention humaine. Par extension, on étend la définition aux interfaces distantes avec un partenaire qui n'intègre pas les données directement dans son système d'information (WebEDI, EFI, site marchand, ...)

### **EFI (Echanges de formulaires informatisés) :**

Voir Web EDI



**GCI (Global Commerce Initiative) :**

Structure de travail créée en 1999 par des distributeurs et des fabricants internationaux afin de faciliter les échanges et simplifier les processus commerciaux au niveau mondial par l'utilisation de méthodologies communes, sans pour autant être un organisme de standardisation. Son bureau réunit aujourd'hui 23 industriels et 23 distributeurs et ses coprésidents fondateurs sont ceux d'ECR Europe. Des "sponsors" comme AIM (Association des Industries de Marques), CIES, EAN International, UCC (Uniform Code Council), VICS (Voluntary Interindustry Commerce Standards Association), FMI (Food Marketing Institute) et GMA (Grocery Manufacturers of America) participent également à cette démarche. ECR France est représentée au conseil d'administration du GCI par ECR Europe et participe à certains de ses travaux.

**GCIP (Global Commerce Internet Protocol) :**

Le premier standard mondial pour le commerce des biens de consommation sur Internet. C'est un standard de communication en XML pour l'échange de données B to B via internet.

**Gencod (Langage) :**

Langage EDI défini par Gencod EAN France et utilisable dans le cadre national pour les échanges de données informatisés.

**Gencod EAN France :**

Groupement d'Etude, de Normalisation et de Codification. Gencod EAN France est la structure de concertation de l'industrie, du commerce et de leurs partenaires en la matière. Regroupant plus de 26.000 entreprises adhérentes. Elle est chargée de définir et de diffuser les standards EAN.UCC.

Membre fondateur et représentant français d'EAN International, association rassemblant les organisations de 101 pays, Gencod EAN France contribue à ce titre aux travaux du GCI (Global Commerce Initiative).

Les standards de communication EAN.UCC (codes à barres et e-business) assurent l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement. Leur utilisation optimise les processus du commerce électronique et la traçabilité des produits.

**GTIN (Global Trade item Number) :**

Code identifiant une unité commerciale standard (unité consommateur, unité de regroupement, unité logistique, service, ...) de façon internationale et unique. Ce code dont la structure est définie par EAN.UCC peut prendre la forme des codes standard suivants : EAN/UCC8, UCC-12, EAN/UCC-13 ou EAN/UCC-14.

**HTML (HyperText Markup Language) :**

Langage de description de documents et de présentation permettant de créer des pages web. Il permet d'indiquer la police de caractère, la taille de ceux-ci, la mise en page, d'insérer des images ou des liens hypertextes. Le document transmis sur le réseau est interprété sur le poste client par un programme appelé browser par les anglophones, et navigateur ou butineur par les francophones. Les noms des fichiers HTML, contenant des données des pages web ont souvent des suffixes .html ou .htm.

**NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) :**

Expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'Internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialistes. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel, les NTIC s'adressent au plus grand nombre.

**Réseau EANnet.fr :**

Le réseau français des catalogues électroniques opérants en France. Il s'articule autour d'une plate-forme d'interconnexion qui assure l'interopérabilité entre l'ensemble des catalogues électroniques interconnectés au Réseau EANnet.fr. La fonction du Réseau EANnet.fr consiste à router les utilisateurs vers les catalogues propriétaires ou multientreprises qui contiennent le détail des informations produites cherchées ou pour lesquelles ils souhaitent souscrire à la réception des informations mises à jour.

**RVA (Réseau à Valeur Ajoutée) :**

Réseau de télécommunication géré par un opérateur, permettant de faire communiquer des systèmes d'information hétérogènes en apportant des fonctionnalités supplémentaires.

**Web Services (ou Services web) :**

Application web pouvant interagir dynamiquement avec d'autres programmes en utilisant des protocoles d'échanges basés sur XML. Des procédures de description et de recherche de ces services ont pour nom ebXML (electronic business XML), UDDI (Universal Discovery, Description and Integration) et WSDL (Web Services Description Language). Le but est de permettre à une application de trouver automatiquement sur Internet le service dont elle a besoin et d'échanger des données avec lui. Si le service est payant, la procédure de règlement sera comprise dans la description du service.

**W3C (World Wide Web Consortium) :**

Instance regroupant des experts, des représentants des utilisateurs et des industriels de l'informatique, chargée de développer et maintenir les standards, par exemple XML, HTML, ... sur lesquels s'appuient les technologies Internet.

**Web EDI :**

Outil permettant l'échange de données entre une communauté d'entreprises qui utilise des traitements d'échange automatisés et une communauté d'entreprises qui utilise des formulaires électroniques. Le Web EDI ou EDI formulaire est une solution EDI maintenue à distance et bâtie sur les standards EDI et Internet. La fonction de ce Web EDI est de traduire les messages en clair et d'en permettre la consultation, via une connexion Internet, par une petite entreprise.

**XML (eXtensible Markup Language) :**

Langage Extensible de Balisage. XML est le langage destiné à succéder à HTML sur le World Wide Web. Comme le HTML, c'est un langage de balisage (Markup), c'est-à-dire un langage qui présente de l'information encadrée par des balises. Contrairement à HTML, qui présente un jeu limité de balises orientées présentation (titre, paragraphe, image, lien hypertexte), XML est un métalangage, qui va permettre d'inventer à volonté de nouvelles balises pour isoler toutes les informations élémentaires (titre d'ouvrage, prix d'article, numéro de sécurité sociale, référence de pièce, ...) ou agrégats d'informations élémentaires, que peut contenir une page Web.

## 5. Bibliographie et liens utiles

---

- **“La Commande EDI - Manuel des Meilleures Pratiques”**  
(Mai 1998 ; 44 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“La Fiche Produit EDI - Manuel des Meilleures Pratiques”**  
(Juin 1998 ; 28 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“The EDI Order - Manual of Best Practices”**  
(Avril 1999 ; 33 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“L'Etiquette Logistique et l'Avis d'Expédition - Manuel des Meilleures Pratiques”**  
(Juillet 1999 ; 36 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“EDI et Gestion Partagée des Approvisionnements - Manuel des Meilleures Pratiques”**  
(Juillet 1999 ; 36 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“La Facture EDI – Manuel des Meilleures Pratiques”**  
(Février 2001 ; 28 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **Réception de Marchandises – Manuel de mise en œuvre du message EDI  
“Accusé de réception de livraison des marchandises” ou “RECADV”.**  
(Mars 2001 ; 20 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“Intégration des prestataires logistiques  
Flux d'informations industriels-prestataires-distributeurs”**  
(Juin 2001 ; 28 pages ; ECR France - AXELBOSS et GENCOD EAN France)
- **“Plan, prévisions et approvisionnements concertés - Manuel de mise en œuvre du CPFR”**  
(Septembre 2001 ; 76 pages ; Coédition ECR France/GENCOD EAN France)
- **“Le commerce électronique pour l'entreprise”**  
(Janvier 2002 ; 80 pages ; EDIFRANCE - GENCOD EAN France)
- **“Mise en œuvre de l'EDI : état d'avancement - 3<sup>ème</sup> vague - étude 2001”**  
(Janvier 2002, 44 pages ; ECR France)
- **“L'avis de paiement EDI REMADV”**  
(Juin 2002 ; 16 pages ; ECR France - GENCOD EAN France)
- **“Livre blanc pour la mise en réseau des catalogues électroniques”**  
(Novembre 2002 ; 28 pages ; GENCOD EAN France)

**Liste des prestataires de service Web EDI (consulter Gencod EAN France)**

**Site d'ECR France : [www.ecr-france.org](http://www.ecr-france.org)**

**Site du GCI : [www.globalcommerceinitiative.org](http://www.globalcommerceinitiative.org)**

**Site de Gencod EAN France : [www.eannet-france.org](http://www.eannet-france.org)**

Tous droits réservés ECR France – Gencod EAN France : avril 2003