



2c. Les étapes

Partager les informations

A l'heure où les délais raccourcissent, partager les informations est devenu une absolue nécessité. Gagner du temps, éviter les erreurs et disposer des bonnes informations au bon moment : voilà quelques-unes des clés. De nouveaux outils intègrent progressivement ces éléments sous le terme générique de « chaîne numérique ». Tandis que le sous-ensemble de la chaîne graphique numérique est plus particulièrement dédié aux décors et aux éléments d'information portés sur les emballages. Le niveau de complexité des emballages augmente quand il faut prendre en compte la diversité des produits contenus dans une même gamme. Langues, compositions, promotions... La liste est longue. Et, pour de nombreux acteurs, la marge entre délais courts et temps réel est infime. Il est désormais possible de développer un emballage en même temps que le produit qu'il doit contenir.

C'est pourquoi les outils informatiques ont pour fonction de mettre en place des flux d'information parallèles aux flux physiques, afin d'obtenir une meilleure visibilité sur l'ensemble de la chaîne logistique : suivre toute

la chaîne d'approvisionnement, connaître et évaluer les quantités achetées, produites, stockées, vendues, optimiser certains paramètres, effectuer des calculs prévisionnels. Bref, aider non seulement à la gestion mais aussi à la décision.

Pour supporter leurs processus de fabrication et de logistique, les entreprises peuvent s'appuyer sur des progiciels de gestion intégrés (PGI) et des outils de gestion de la chaîne logistique. Certains de ces logiciels apportent, d'ailleurs, des fonctionnalités adaptées à des secteurs d'activité, comme l'automobile ou la pharmacie, qui gèrent de manière spécifique leurs emballages. Certains peuvent aussi être adaptés directement aux métiers de l'emballage et à ses différentes fonctions.

Ainsi, DS Smith Kaysersberg utilise deux logiciels : Qualiact pour les finances, les achats et les stocks, Volupack pour la gestion de devis et de gamme de fabrication. Aujourd'hui, les relations de la société avec ses fournisseurs ne sont pas entièrement automatisées : les commandes sont gérées par le progiciel Qualiact et envoyées par fax aux fournisseurs, avec ressaisie chez ceux-ci. Concernant les clients, la société se sert aussi de Qualiact pour déterminer les saisonnalités des besoins.

Le progiciel Divalto (Interlogiciel) permet à Sophissac de gérer ses stocks, les ventes, les échanges et remises pour ses clients, et d'administrer, au plus fin, ses prix d'achat. Blanchet, qui produit des emballages pour les produits de la mer, s'est aussi équipé du PGI Divalto pour la saisie de production journalière, la gestion des stocks, les achats et les ventes. Dans un second temps, le logiciel gèrera aussi les coûts de production et les prix de revient.

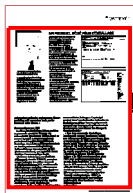
Gault & Frémont a mis en œuvre le progiciel Eurêka ERP depuis 1999 pour la gestion commerciale, les achats, les stocks et la production. La mise en œuvre du module traçabilité est prévue pour 2006. « Les achats de matières premières sont effectués via le module achat d'Eurêka », explique Sylvain Desbordes, responsable du projet Eurêka chez Gault & Frémont. « Eurêka est interfacé avec des systèmes d'informatique embarquée sur chariots via radio – chariots 3D filoguidés avec informatique

Chez SPI, tout est tracé avec l'EDI

SPI travaille avec des grandes entreprises de l'agroalimentaire pour lesquelles elle effectue du conditionnement à façon : mise sous film plastique, en packs, étuis, sachets, etc. « Lorsque SPI travaille avec les grands de l'agroalimentaire, équipés d'un PGI, SAP par exemple, deux solutions se présentent pour échanger les informations : la double saisie ou l'intégration via l'EDI.



Stil a choisi la seconde solution avec la plate-forme Seeburger », explique Olivier Steinberg, de STEL, la SSII qui a développé cette application. Celle-ci est partie d'un besoin de traçabilité : en entrée, SPI reçoit les produits avec l'emballage de base et fournit, en sortie, des palettes contenant les produits conditionnés. Le client envoie un message EDI pour informer SPI qu'il va recevoir N articles et qu'il doit produire X lots pour la date Y à livrer au lieu Z. Le message EDI génère un événement dans l'application de gestion de production assistée par ordinateur (GPAO) de SPI. A toutes les étapes, des terminaux de codes à barres transmettent les informations de traçabilité par radio au système d'information de SPI qui effectue le rapprochement avec le message de réception. « Tout est tracé avec ce qui vient de l'EDI », précise Olivier Steinberg.



Armand de Garsignies,
Pdg de Volume Software :

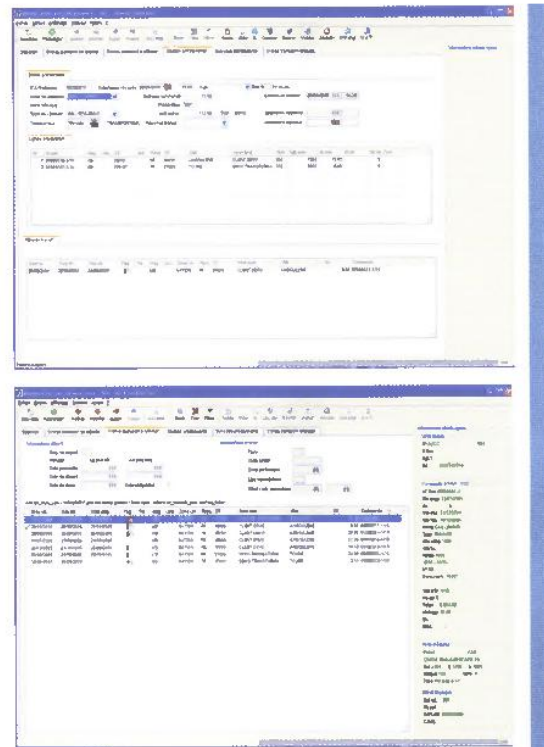
« Les entreprises d'emballage travaillent de plus en plus en flux tendu. Nous leur proposons un progiciel intégré gérant la logistique et les caractéristiques de l'emballage. A partir du stock de produits finis, il permet de préparer en automatique les commandes et bons de livraison, d'optimiser le chargement du camion, d'optimiser la tournée

UN PROGICIEL DÉDIÉ POUR L'EMBALLAGE

du transporteur, de préparer la facturation des transporteurs, avec possibilité de suivi du positionnement au moyen d'un GPS. Pour optimiser le chargement, on définit le module palette en tenant compte des contraintes – gerber ou pas les palettes – et le nombre de palettes à charger en fonction de la taille du plancher du camion, avec représentation graphique du chargement. La dimension des palettes est optimisée en fonction de ce qu'accepte le client.

Tout cela est calculé de façon automatique dans le logiciel de Volume Software. »

A partir du 1^{er} janvier 2006, Volume Software intégrera un module EDI pour la communication avec les industriels et avec les places de marché des distributeurs (CPG Market, par exemple), pour permettre les processus électroniques de commande, facturation par le fournisseur (self-billing), gestion de stock. Ces fonctions sont très demandées, notamment dans l'industrie automobile.



embarquée et gestion des emplacements. Chaque produit est suivi en entrée et sortie par des lecteurs de codes à barres. »

Communiquer par EDI

Les fabricants d'emballages doivent aussi être en mesure de recevoir ou d'envoyer des informations à leur donneur d'ordres, lequel est souvent équipé de systèmes très puissants, pas toujours à la portée des spécialistes de l'emballage. Des solutions s'offrent néanmoins à ces derniers, notamment des plateformes facilitant l'échange interentreprises ou B2B (Business-to-Business), quel que soit le format choisi par l'une et accepté par l'autre.

C'est le cas de Seeburger, une plateforme d'échanges de données B2B/EDI, prenant en compte les besoins des métiers. Autour de sa plateforme d'échange EDI, cet éditeur offre des solutions aux entreprises. « Nous mettons à disposition de ces entreprises une plateforme standard associée à des outils de développement dédiés, qui permettent de mettre les messages sous la forme adaptée à leur système d'information, souvent propriétaire, et pallier les faiblesses des outils de gestion des entreprises », indique Laurent Billard, ingénieur

commercial chez Seeburger. « Le principal standard de communication dans le domaine de l'emballage est AS2 sur Internet, qui permet de connecter tous les acteurs, où qu'ils soient basés dans le monde, pour effectuer des échanges de données sécurisés. »

« Pour leurs commandes d'emballages, les très grands comptes fonctionnent en EDI avec des messages spécifiques pour chaque client, et nous intégrons ces différents messages EDI dans le logiciel Volupack », explique Christophe Schoor, de DS Smith Kaysersberg. « Pour les plus petits clients, les relations se font par téléphone, fax et saisie manuelle dans le logiciel. »

Chez Gault & Frémont, Sylvain Desbordes indique : « En 2005, nous avons mis en place l'EDI pour le colisage avec génération du message d'avis d'expédition. Actuellement, il y a un EDI commande, EDI avis d'expédition et bientôt EDI facture. » Toutefois, la majorité des échanges entre les acteurs du marché (clients, producteurs et fournisseurs) se font encore de manière classique. « L'EDI va progressivement s'imposer pour améliorer la productivité client-fournisseur », estime Stéphane Battie. ■

CLAIRE RÉMY