

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Echange de données informatisées : quel enjeu pour les entreprises ?

Roelandts, Christian

Published in:
Bulletin de la Fédération des Entreprises de Belgique

Publication date:
2012

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):
Roelandts, C 2012, 'Echange de données informatisées : quel enjeu pour les entreprises ?', *Bulletin de la Fédération des Entreprises de Belgique*, Numéro 12, p. 28-32.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

professionnels. Quant à la radio, elle permettra de diffuser de la musique avec la qualité d'un disque compact actuel.

Tous les appareils dont disposeront les utilisateurs seront reliés au réseau public à l'aide d'une seule fibre optique.

Le réseau Atm est en outre relié à un ou plusieurs distributeurs de programmes de radio et de télévision afin d'intégrer les services de distribution dans un même réseau de télécommunication. Au sein de l'Union européenne, il convient de ne pas entraver la libre concurrence. Celle-ci ne peut être que bénéfique pour l'utilisateur.

L'intégration des services de distribution aux services dits interactifs est le résultat d'un choix très spécifique. La télécommunication à larges bandes n'est pas seulement destinée à l'utilisateur professionnel. De plus, il s'agit de

la première étape d'un processus qui pourrait aboutir à la fusion de sociétés de télévision par câble et d'opérateurs en télécommunication dans le but de tirer un maximum de profit des investissements nécessaires à l'installation de câbles.

Enfin, l'on veille à ce qu'il soit possible de relier le système au réseau de télé-

communication dans le but de permettre un passage rapide de l'ancien système au nouveau et de rentabiliser les investissements actuels pour longtemps.

Ce réseau à larges bandes sera bientôt une réalité. Aux Etats-Unis, quelques «transporteurs» offrent d'ores et déjà un service Atm à larges bandes à leurs clients. En Europe, 18 services postaux ont annoncé le lancement d'un service Atm pour 1994. □

* MM. De Prycker et Fastrez sont cosecétaires de l'association.

ECHANGE DE DONNÉES INFORMATISÉES: QUEL ENJEU POUR LES ENTREPRISES ?

Feb - En quoi consiste l'utilisation de l'Edi ? Et quelle distinction y a-t-il lieu de faire entre le concept Edi et l'usage de protocoles de communication tels qu'Edifact ?

CR - L'Edi est un concept de management, et Edifact, un moyen de mise en oeuvre de ce concept.

L'Edi est un nouveau mode de transmission d'informations entre des sociétés qui décident d'échanger leurs documents commerciaux via ordinateur et non plus par voie de papier. La transmission se fait donc directement, sans intervention humaine, à l'aide d'une liaison par télécommunications entre les systèmes informatiques des deux

sociétés. Voilà pour le concept. Edifact, d'autre part, est le moyen de réaliser cette transmission d'informations. Car il va de soi qu'il est indispensable que chaque ordinateur comprenne les messages qui lui sont transmis par l'autre. Edifact est précisément le langage qui a été créé pour permettre aux ordinateurs de se comprendre.



Pour ce qui est de l'intérêt de l'Edi pour l'entreprise, il est double.

D'abord, il permet de supprimer le support «papier» dans la saisie d'informations en provenance d'un partenaire commercial et d'introduire ces dernières dans un ordinateur, qui les traite et les restitue sur un document «papier». Celui-ci est transmis au partenaire qui, à son tour, en introduira les informations dans son ordinateur. On estime généralement que 70 à 90% des données traitées par une entreprise proviennent d'informations générées par d'autres ordinateurs.

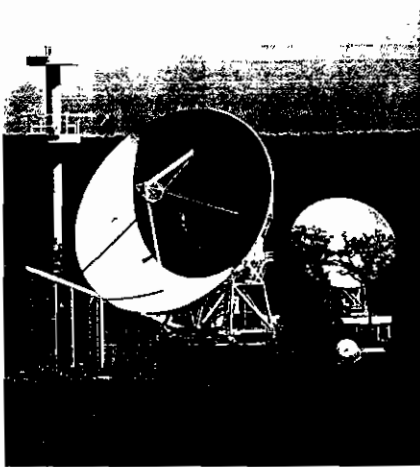
Mais la finalité réelle de l'Edi ne consiste pas uniquement à substituer des documents informatiques aux documents «papier»: son apport doit être recherché dans les effets qu'aura, sur la gestion de l'entreprise, cette nouvelle méthode de transmission d'informations.

En cela l'Edi est un sujet qui dépasse le cadre informatique de l'entreprise, car il n'est pas simplement «technique». Il constitue un véritable outil stratégique permettant au chef d'entreprise de ré-examiner l'ensemble de sa gestion à la lumière de ressources nouvelles. L'Edi constitue donc un défi essentiellement pour le management relevant de la direction générale, car il influe sur la stratégie même de l'entreprise.

Feb - Comment expliquez-vous que tout le monde parle d'Edi et que peu d'entreprises l'utilisent ?

CR - Il est vrai qu'en Belgique peu d'entreprises ont perçu jusqu'ici les avantages qu'elles pourraient tirer de cette nouvelle pratique. Il n'en va pas de même au Royaume-Uni, où les organisations ont, depuis plusieurs années, été sensibilisées aux avantages compétitifs qu'elles peuvent tirer de l'Edi. La France et les Pays-Bas lui emboîtent le pas.

Certes, les grandes entreprises et les très nombreuses multinationales installées en Belgique sont bien conscientes des avantages de l'Edi. Mais l'ensemble des pmi et pme n'est pas fort sensibilisé à la question.



La structure même de l'économie belge fournit donc une explication à ce phénomène. Comme chacun sait, la Belgique est constituée d'une multitude de pme et ne comporte qu'un nombre relativement faible de grandes entreprises nationales.

Or, l'expérience à l'étranger a montré que l'Edi s'y est généralement développé par une sorte d'osmose entre les grandes sociétés nationales et leur environnement commercial immédiat. Ces sociétés ont véritablement joué un rôle de locomotive: elles ont «entraîné» dans leur sillage Edi leurs petits partenaires commerciaux, qui, ensuite, ont incité leurs propres partenaires à entrer dans la ronde. La pratique s'est ainsi répandue de manière exponentielle.

Feb - Quelles recommandations faites-vous aux entreprises qui envisagent de travailler en Edi avec leurs fournisseurs, leurs clients, des banques d'informations ou des administrations ?

CR - Si l'initiative vient de l'entreprise elle-même, la première recommandation est d'apprécier, au préalable, si l'informatisation de l'entreprise est suffisamment avancée et si elle concerne un nombre suffisant d'applications internes pour que soit atteint le socle minimum sur lequel devra nécessairement s'appuyer un système de communication externe. Il s'agira, au besoin, d'intégrer ces applications internes entre elles avant de les ouvrir vers l'extérieur.

Ensuite, il convient de réaliser l'Edi service par service. On commence généralement par la fonction *Achats* et, une fois cette première application réussie, on peut envisager d'étendre l'Edi à la fonction *Facturation* ou *Logistique* et ainsi de suite. Comme le dit Charles des Cognets, «l'Edi progresse par sédimentations successives».

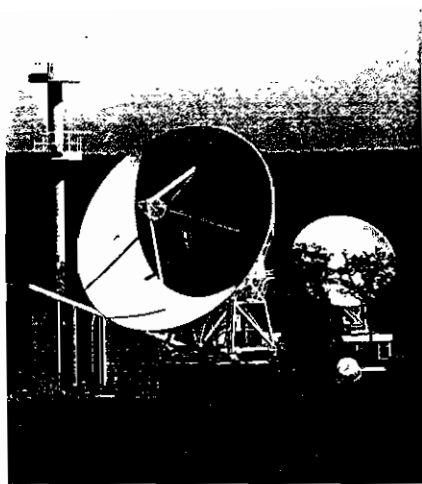


En parallèle, on procédera à la réorganisation des flux d'informations, qui supporteront les nouveaux processus mis en place.

Enfin, lorsque l'Edi touchera l'ensemble des applications possibles dans l'entreprise, il faudra inévitablement se pencher sur l'organisation de l'entreprise, service par service, et la reconstruire sur la base du nouveau système d'information, qui assurera désormais sa cohérence.

Si, par contre, l'initiative vient du partenaire et qu'elle est plus ou moins imposée à l'entreprise, je recommanderais d'examiner préalablement comment il lui est possible de tirer également profit du système à mettre en place, et tout particulièrement de voir comment ce nouveau mode de communication peut s'intégrer dans ses procédures internes.

C'est aussi le moment de s'interroger sur la manière dont l'entreprise entend répondre à ce nouveau mode de communication, car cette première demande de communiquer par Edi sera très probablement suivie d'autres !



Feb - Quel rôle devraient, selon vous, jouer les organisations patronales en vue de faciliter l'utilisation de l'Edi ?

CR - Les pme ont absolument besoin d'assistance pour intégrer les techniques modernes de gestion dans leurs activités, et l'Edi n'échappe pas à cette contrainte. Ces entreprises non seulement ne perçoivent généralement pas les avantages qu'elles pourraient tirer de l'Edi, mais surtout manquent individuellement de moyens humains et financiers pour le mettre en oeuvre.

En l'absence de rôle moteur joué par de grandes entreprises nationales, l'aide peut venir de divers programmes de la

CE et d'organismes gouvernementaux. Mais l'on pourrait également confier ce rôle aux grandes organisations patronales ainsi qu'aux nombreuses fédérations professionnelles que compte notre pays.

Des initiatives ont déjà été prises en ce sens par certaines associations professionnelles, à la suite, parfois, d'une impulsion de la fédération européenne à laquelle elles sont attachées. On a assisté ainsi à la création d'organismes tels qu'Editex (textile), Editap (papier), etc., qui tous visent à favoriser l'usage de l'Edi au sein d'une profession spécifique.

Ces expériences sont cependant circonscrites et ne contribuent pas à une diffusion intersectorielle de l'Edi. Aussi il y a de la place pour une action de promotion par une organisation patronale telle que la Feb, qui regroupe un grand nombre de pme et pmi opérant dans tous les secteurs d'activités. Cette action viserait à sensibiliser, de manière générale, les membres à l'émergence inévitable de l'Edi et aux opportunités qu'il peut leur offrir. A condition qu'il soit véritablement intégré, et non superposé, à leur organisation interne. □

EDI FINANCIER:

L'EXPÉRIENCE DU SECTEUR BANCAIRE

Dans une brochure récente (*), l'Association belge des banques (Abb) décrit l'intérêt de ce secteur comme utilisateur de l'Edi. Depuis 20 ans déjà, les établissements de crédit ont recours à l'échange électronique de données financières pour traiter et échanger un nombre croissant d'opérations.

L'Edi financier permet de modifier fondamentalement les relations inter-entreprises et les processus commerciaux avec la clientèle. Le Jit (*just in time*) et l'usage de codes-barre en sont deux exemples concrets. Le potentiel de l'Edi dépend à 90% du degré d'intégration et de (ré)organisation des entreprises, constate l'Abb.

Le recours à la monnaie et aux titres scripturaux a permis de remplacer les flux financiers matériels par des flux d'informations. L'objectif a toujours été d'intégrer l'Edi le plus tôt possible dans la chaîne de traitement de ces informations et d'en poursuivre l'usage, sans interrompre la chaîne.

L'EDI AU SEIN DU SECTEUR FINANCIER

Depuis 1973, Swift (*Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*) procède à l'échange électronique de messages entre institutions financières à travers le monde (1,6 million de messages Edi échangés

quotidiennement en 1992).

Depuis 1974, le Centre d'échange des opérations à compenser (Cec) du système financier belge gère l'échange interbancaire électronique des opérations; 2,8 millions de messages électroniques ont été échangés quotidiennement en 1992, soit plus de 97% des opérations interbancaires.

Banksys, issu en 1989 de la fusion de Bancontact et Mister Cash, a recours à l'Edi dans l'échange d'informations avec les établissements de crédit et d'autres systèmes de paiement.

Dans les marchés monétaires et des capitaux, l'Edi s'est imposé par ses qualités de rapidité et d'efficacité.