



12-09-2005 : Le commerce électronique par le biais du code à barre ! par : Khaled BOUMIZA.



On croyait l'avoir perdu dans les dédales de l'administration, après sa sortie honorable de Tunisie TradeNet. Comme le sphinx, il renaît pourtant de ses cendres et réapparaît, le blason redoré d'une reconnaissance de ses compétences en la matière, dans une nouvelle mission toujours en relation avec le commerce électronique.

Karim Gharbi, depuis juillet dernier à la tête de Tunicode, met les dernières touches à une nouvelle plateforme de commerce électronique « B to B » par le biais la codification. SSI privées, industriels, grande distribution et économie nationale y gagneront beaucoup ! De quoi s'agit-il ? Interview

Depuis juillet 2005, vous êtes à la tête de Tunicode. Peut-on déjà faire un état des lieux de cette entreprise chargée de la codification ?

La Société Tunisienne de Codification (Tunicode) est une structure paritaire, créée en 1992, suite à une concertation entre fabricants et distributeurs, pour mettre en place en Tunisie le système de codification le plus répandu à travers le monde. Son activité est la gestion et l'attribution du code à barres en Tunisie, pour les produits destinés aux circuits de distribution pour en faciliter le traitement.

A ce jour Tunicode compte quelque 1800 adhérents dans différents secteurs, de l'alimentation générale jusqu'aux produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques. A côté de ces entreprises identifiées et codifiées, nous avons 250 000 articles répertoriés, référencés et codifiés qui circulent dans les circuits de la grande distribution.

Ce qu'il faut savoir, c'est que notre activité relève d'une codification internationale qui dépend de l'organisation GS1 qui gère la norme internationale EAN. Il y a donc une propriété intellectuelle du système de codification et Tunicode est la seule entreprise, habilitée par cette organisation internationale, qui gère le système de la codification en Tunisie.

Depuis juillet 2005, le conseil d'administration de Tunicode a décidé d'engager l'entreprise dans un plan de développement, dont l'objectif est d'intégrer de nouveaux services qui toucheraient essentiellement l'assistance technique aux adhérents au niveau de l'étiquetage et la codification, la formation des adhérents sur les systèmes de codification et les innovations technologiques en matière d'étiquetage. On intégrera bientôt l'étiquette à radio fréquence qui facilitera le passage des articles par les caisses enregistreuses, sans avoir à les déposer sur le tapis devant les caissières.

Il y a aussi, comme autre axe de développement, la mise en place d'un registre global des articles, ou catalogue électronique, qui va fusionner avec un registre mondial. Cela devrait permettre à la grande distribution au niveau mondial, de connaître les produits fabriqués localement au niveau de chaque pays et marché, et éventuellement les commander.

Ce registre sera diffusé de quelle manière et sera visible par quel moyen par les entreprises ou les donneurs d'ordre d'achats à l'étranger ?

Pour les entreprises étrangères, le registre global sera visible sur Internet, moyennant adhésion à cette place d'information. Cela sera bien sûr fait avec les outils de sécurités nécessaires à l'accèsion à toute base de données, en code d'accès et autre abonnement. Le registre constituera donc une opportunité pour le tissu industriel tunisien pour se faire connaître et faire la promotion de leurs produits par le biais de Tunicode.

N'estimez-vous pas que le nombre des entreprises adhérentes au système de codification reste loin, si l'on peut parler en terme de cible, du nombre total d'entreprises commerciales et industrielles en Tunisie ? Pourquoi n'y viennent-elles pas ?

La codification intéresse surtout les produits destinés aux grandes surfaces et circuits de distribution. Tous les industriels qui ont des produits en relation avec la grande distribution sont aujourd'hui adhérents à Tunicode et nous comptons chaque année une centaine de nouveaux adhérents. Pour les autres, comme le secteur de la confection, une certaine prise conscience de l'importance de la standardisation et de la codification pour passer au marché international, commence à se former et elles y viendront.

Avant de venir à Tunicode, Karim Gharbi était à la tête de l'entreprise pionnière en matière de commerce électronique, TTN, par son projet de dématérialisation des documents du commerce extérieur. Ce dossier semble vouloir vous « coller à la peau » puisque vous restez, à côté de vos nouvelles fonctions de Pdg de Tunicode, chargé du dossier du commerce électronique auprès du ministre du commerce.

Peut-on actuellement dire que la Tunisie dispose maintenant d'une stratégie claire en matière de commerce électronique, et si oui quels en sont les grands axes ?

Depuis mai 2005, nous disposons en effet d'une stratégie « e-business », validée par le gouvernement. Sa grande orientation c'est donner la priorité, en matière de commerce électronique, au « e-business » entre entreprises ou ce qu'on appelle le « B to B ».

Sans pour autant négliger le commerce électronique qui cible le consommateur ou « B to C », important approfondir la culture numérique, Notre priorité va donc pour le B to B. Notre choix est motivé, comme vous en doutez, par l'importance de ce mode de commerce dans le volume global du commerce électronique au niveau mondial. Pour y arriver, la stratégie mise en place compte sur l'effet d'entraînement que peut générer l'adhésion des entreprises publiques à ce mode de commerce.

Avez-vous déjà identifié les entreprises publiques susceptibles de s'engager dans cette voie ?

Notre stratégie suppose trois phases : la sensibilisation, l'identification à travers un processus d'évaluation du potentiel de commerce électronique au sein de chaque entreprise et ensuite la mise en place de vrais projets de commerce électronique avec ces entreprises.

Aujourd'hui, nous sommes au stade de l'évaluation et nous attendons de la part d'un nombre d'entreprises publiques, un premier rapport d'évaluation pour pouvoir mettre en place les priorités et identifier les projets.

Notre stratégie n'a pas non plus oublié les entreprises privées et c'est à travers les programmes d'appuis nationaux, notamment le Famex, que nous aborderons avec elles la question du commerce électronique, avec la même démarche empruntée pour les entreprises publiques, c'est-à-dire sensibilisation, identification et mise en place.

A travers les études des marchés à l'export que finance le Famex, une partie sera dédiée aux potentialités de commerce électronique et en e-business. Cette mission de diagnostic et d'identification sera bien sûr financée par le Famex. C'est ensuite d'autres programmes d'appuis, tels que la mise à

niveau et le Fodec, qui prendront le relais pour éventuellement financer des projets de commerce électronique en « B to B » pour les entreprises privées.

A Tunicode, ces deux préoccupations semblent se croiser et semblent offrir de nouvelles opportunités pour faire de l'entreprise dont vous avez la charge, le fer de lance de cette nouvelle stratégie pour le commerce électronique ou l'agent facilitateur du « B to B ». Qu'en est-il au juste ?

Effectivement, le plan de développement de Tunicode et la stratégie gouvernementale de commerce électronique convergent. Il en est né un nouveau projet. Il consiste à prolonger le catalogue électronique pour créer une place de marché qui cible en priorité le secteur de la grande distribution.

Ce dernier aura ainsi à sa disposition une base de données qui contiendra toutes les informations nécessaires sur les articles codifiés au niveau de Tunicode. Il pourra faire des recherches multi critères pour savoir qui fabrique quoi et faire même des comparatifs de spécificités et de prix. Il pourra ensuite faire commandes en lignes auprès des commerces adhérents à Tunicode. Nous allons en quelque sorte fusionner notre base clients dans une base de données commerciales et la rendre accessible pour la grande distribution.

On va ainsi faciliter la vie à l'adhérent qui n'aura plus à se présenter chez nous avec ses références pour pouvoir recevoir l'identification. Il pourra désormais accéder en ligne à notre serveur, s'auto enregistrer, recevoir la codification et faire basculer les produits qu'il veut mettre à disposition de la grande distribution sur la base de données commerciale qui deviendra une sorte de vitrine virtuelle, en ajoutant même à ces produits les renseignements techniques, commerciaux et marketing nécessaires à l'acheteur potentiel qui pourra les consulter et en faire commande en ligne.

Question importante, qui va être chargé de l'exécution de ce projet ? Qui va le piloter ? Et comprendra-t-il le paiement en ligne de la commande ?

C'est Tunicode qui va piloter le projet. Le développement sera sous-traité chez les développeurs du secteur privé. Ce ne sera pas sur appel d'offre, mais par voie de consultation et celle-ci a déjà démarré. Le projet est en cours et sera présenté, on l'espère, à l'occasion du SMSI de Tunis en novembre prochain. Mais il sera fonctionnel avant cette importante date.

Qui aura la gestion de cette nouvelle plateforme de commerce B to B ?

Rien n'est encore décidé à ce sujet. Tunicode jouera peut-être au début le rôle d'incubateur. Le conseil d'administration de Tunicode pourra peut-être par la suite décider de la création d'une entité autonome, pour ce projet qui ne nécessitera par ailleurs pas une grande équipe.

Et pour le paiement des commandes ?

La démarche serait de faire une activité complémentaire de Tunicode, du type réseau de service à valeur ajoutée avec un gestionnaire de plateforme, qui permettra aux opérateurs de communiquer entre eux. Ceci en sachant que dans ce modèle de B to B, le paiement se fera par les voies normales et les modes de transactions conventionnels et classiques.