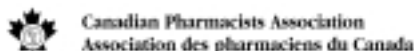


Nouvelles

L'EFFICACITÉ CONTINUELLEMENT RENOUVELÉE POUR LE RÉSEAU D'APPROVISIONNEMENT DES PHARMACIES.



FCPMC · FPACC



EDI : RÉDUCTION CONSIDÉRABLE DES COÛTS PAR DES DONNÉES PRÉCISES

Tous ceux, parmi les partenaires commerciaux, qui ne sont pas encore convaincus des avantages de l'échange de données informatisé n'ont qu'à jeter un regard sur les résultats d'une récente étude-pilote des services alimentaires entre le fabricant Lipton Monarch et le distributeur Serca Foodservice Inc. pour découvrir l'ampleur des économies à réaliser.

En tout, Lipton Monarch enregistre des économies de l'ordre de 34 % dans cinq secteurs d'activités, notamment les bons de commandes, la gestion des demandes, la facturation et le rapprochement, le recouvrement, la gestion des déductions et de l'administration générale. Rien que dans le traitement des bons de commande, ces économies ont atteint un sommet de 75 %; conséquence directe de l'implantation de la norme 850 (Bon de commande) et d'un nombre accru de bons de commandes sans erreur grâce à la synchronisation des données.

De même pour SERCA, dont 43 % des factures contenaient une erreur avant l'implantation de l'EDI. Il a suffi de mettre les transactions EDI en place pour voir ce chiffre chuter à 7 %. Si cette baisse spectaculaire a pu être réalisée en implantant la norme 850 avec un seul fournisseur, que dire du potentiel phénoménal, si on l'étendait aux autres. En effet, la synchronisation des données permet d'établir un langage commun dans l'échange de données sans avoir à recomposer sur clavier, à réintroduire les données ou à réinventer les ensembles de données pour chaque client.

SERCA a également synchronisé ses données à la norme 832 (Catalogue de vente/prix), exigée par le catalogue électronique de l'industrie, l'ECCnet (voir article suivant). Selon Xenia Schoenrock, Directrice nationale du cyber-commerce chez Serca, aucune erreur de prix n'est survenue depuis l'implantation de cette norme, et il est possible d'estimer sans exagération à 1 million de dollars les économies à réaliser. Toujours selon Mme Schoenrock, si la norme 832 était utilisée avec tous leurs fournisseurs, ces mêmes économies grimperaient à 1,5 - 2 millions de dollars. Tant pour le fournisseur que pour le grossiste, les économies provenant de la synchronisation de données sont tout simplement immenses.

Le directeur des services informatiques de Lipton Monarch, Brian Taylor, abonde dans le même sens et

confirme que leur taux d'erreur a considérablement baissé grâce à ce processus.

Pour Bryan McKenna, Directeur de la prospection et de la logistique chez Bristol-Myers Squibb Canada, les avantages sont substantiels dès lors que les bases de données des partenaires commerciaux sont configurées avec des données et des systèmes synchronisés. Il s'agit en fait de l'élimination pure et simple des coûts onéreux occasionnés par l'intervention manuelle lorsque les transactions ne concordent pas.

Pour M. McKenna, il s'agit d'un cas classique où une bonne préparation aplanit les obstacles. Ainsi, si la concordance des données est assurée au début, aucun effet domino ne peut annuler les économies réalisées par les deux partenaires commerciaux.

Après tout, comme l'explique Nigel Wood, Directeur des relations avec l'industrie du Conseil canadien du commerce électronique (CCCE), la qualité du commerce électronique dépend de la qualité des données transmises. Si on évolue dans le cyber-espace commercial avec des données inexactes, on ne fait que transmettre plus rapidement des données erronées et accélérer la concrétisation du problème. La plupart des entreprises avouent avoir un taux d'erreur de 40 à 50 % rien que dans leurs factures. « Commençons par corriger les données avant de les transmettre électroniquement », nous fait remarquer M. Wood, pour qui l'ECCnet s'avère le seul véhicule capable de réussir dans ce domaine.

SHOPPERS DRUG MART ET PROCTER & GAMBLE PRÊTS POUR L'ECCnet EN DIRECT

Shoppers Drug Mart et Procter & Gamble sont les premiers à être prêts à utiliser l'ECCnet, la base de données en direct lancée par le Conseil canadien du commerce électronique (CCCE).

Le président et chef de la direction du CCCE, Art Smith, trouve que l'ECCnet avance à un rythme très satisfaisant. Dès que les premiers participants l'utiliseront à plein potentiel, de plus en plus de fabricants et distributeurs rejoindront les rangs. Les

.../2

Visitez www.ecrx.org

profits, en termes de rentabilité, sont incommensurables. Les premières évaluations de la performance indiquent une réduction de plus de 75 % dans les interventions manuelles pour corriger la saisie des données.

Procter & Gamble se ronge littéralement le frein pour s'y lancer. « Maintenant que toutes nos données sont dans le système », déclare Heather Smeall, Codirectrice du service à la clientèle et des logistiques pour le Canada, « il ne reste plus qu'à pousser tous les détaillants à se servir de l'information et à encourager beaucoup plus de fournisseurs, comme nous, à y inscrire leurs données afin d'atteindre la masse critique d'utilisation nécessaire. »

Les membres de la CACDS et de l'Association des grossistes en médicaments du Canada (CWDA) parrainent officiellement l'ECCnet, comme option de catalogue privilégiée pour l'industrie. Mike Corey, de Shoppers Drug Mart, invite tous les détaillants et fournisseurs à profiter de ce catalogue le plus rapidement possible en leur soulignant l'importance des économies qu'ils feront grâce à l'utilisation rapide et simple de données précises sur les produits. Selon lui, tous les détaillants gagnent au change, les petits détaillants en accédant aux données par le truchement d'une page Web et les gros détaillants en important les données et en les diffusant directement sur les étiquettes.

Pour les fabricants, Mme Smeall prévoit une amélioration de 10 % de la productivité du personnel des ventes et du service à la clientèle chez Procter & Gamble, rien que par l'élimination des formulaires à remplir pour les clients. Elle révèle également que dans un projet américain semblable, Procter & Gamble a réussi à diminuer leurs déductions connexes de 75 %, grâce à une plus grande exactitude des données. L'entreprise s'attend à éliminer de nombreuses erreurs dans le système à l'origine de déductions de factures à la fin du processus.

Il est possible de se procurer les formulaires « Se préparer pour l'ECCnet » sur le nouveau site web du CCCE, www.eccnet.org ou en communiquant avec Robyn Brooking au (416) 510-8039, poste 2240.

ACCÈS À LA MONDIALISATION PAR DES CODES À BARRES À 14 CHIFFRES

Alors que les partenaires commerciaux s'habituèrent au CUP (Code universel de produit) comme à une bonne vieille paire de chaussures, voici qu'un nouveau venu se pointe à l'horizon pour prendre sa place. Il s'agit du numéro d'article du commerce mondial (NACM).

On dirait que nous avons trop vite grandi et qu'il nous faut une nouvelle paire de chaussures.

Comme l'explique Nigel Wood, Directeur des relations avec l'industrie du Conseil canadien du commerce électronique (CCCE), le CUP à 12 chiffres est répandu en Amérique du Nord, tandis que son équivalent mondial, la NEA (Numération européenne des articles) à 13 chiffres, est utilisée en Europe. Le problème, selon M. Wood, provient surtout du fait que la plupart des entreprises américaines ne peuvent pas inscrire un numéro à 13 chiffres dans leurs bases de données. En effet, celles-ci ont été conçues en ne tenant compte que du CUP. Autrement dit, si votre entreprise européenne expédie votre produit en

Amérique du Nord avec une NEA de 13 chiffres, la base de données la rejettera. Voilà pourquoi le *Uniform Code Council Inc. (UCC)* tente d'harmoniser toutes les normes à l'échelle mondiale.

Cette fois-ci, on tente de l'harmoniser avec une vision élargie de l'avenir. Ainsi le UCC 'recommande vigoureusement' aux fournisseurs, aux détaillants et aux autres intervenants traitant des produits CUP, de rechercher des solutions qui accepteraient un CUP/NEA à 14 chiffres, soit un nombre plus grand réunissant tant les CUP à 12 chiffres que les NEA à 13 chiffres, tout en laissant la place à une structure de codage polyvalente permettant l'ajout de plus d'information.

Mais ne cédez pas encore à la panique! Ne jetez pas encore votre ancienne paire de chaussures de pointure 12. Le UCC recommande aux entreprises de prendre les mesures nécessaires pour que leurs bases de données acceptent les codes à 14 chiffres au plus tard en janvier 2005.

CYBER-COMMERCE DES STUPÉFIANTS

Pour répondre aux questions de sécurité posées par le cyber-commerce des stupéfiants et des substances réglementées, les représentants de l'industrie ont soumis une série de recommandations destinées au programme des produits thérapeutiques de la Division des produits et aliments de santé du gouvernement. Au cours de la prochaine rencontre prévue pour ce mois-ci, la formation d'un groupe de travail en vue de changer les directives actuelles sera examinée. Selon Nigel Wood, directeur des relations avec l'industrie du Conseil canadien du commerce électronique (CCCE), ces directives ne correspondent pas vraiment à la réalité du réseau d'approvisionnement d'aujourd'hui. Elles ne l'abordent que du point de vue du pharmacien, alors qu'elles devraient y intégrer autant les perspectives que les préoccupations du fabricant et du distributeur et englober les questions de transferts, reventes et destruction du produit.

RENDUS ET INVENDABLES

Le Comité des rendus et invendables poursuit son mandat qui consiste « à élaborer et à recommander une méthode de gestion plus efficace des rendus à toutes les étapes du réseau d'approvisionnement ».

Les coprésidentes, Allison Anisef de Medis et Judy Porter de Warner Lamber, organisent actuellement des réunions de comités avec des groupes de travail plus petits axés autour de différents sujets reliés à ce projet. À ce jour, le comité a rédigé une définition des invendables et examiné le milieu actuel et les meilleures pratiques de l'industrie. Selon Mmes Anisef et Porter, plusieurs options (pour traiter les invendables) ont été évaluées et consignées, notamment le traitement indépendant, l'option de frais fixes et le traitement en magasin. Les recommandations du comité seront présentées à la prochaine réunion des intervenants ECRx.

SUR LE POINT DE FUSIONNER OU D'ACQUÉRIR UNE NOUVELLE ENTREPRISE?

Si vous êtes sur le point de fusionner ou de faire l'acquisition d'une nouvelle société, il est essentiel que vous décidiez si la nouvelle entité utilisera les codes à barres de l'une des deux anciennes entités et que vous notifiez le CCCE de votre décision.

Association canadienne des chaînes de pharmacies
Monika Simon
416-226-9100
www.cacds.com

Association des pharmaciens du Canada
Noëlle-Dominique Willems
1-800-917-9489
www.cdnpharm.ca

Conseil canadien du commerce électronique
Art Smith
416-510-8039
www.eccc.org

Association canadienne de l'industrie des médicaments en vente libre
Robert White
613-723-0777
www.ndmac.ca

Association canadienne des cosmétiques, produits de toilette et parfums
Charles Low
905-890-5161
www.cctfa.ca

Association des grossistes en médicaments du Canada
Christina Bisanz
416-222-3922
www.cwda.com

Fabricants de produits alimentaires et de consommation du Canada
Elaine Smith
416-510-8024
www.fcpmc.com

Les compagnies de recherche pharmaceutique du Canada
Murray Elston
613-727-1380
www.canadapharma.org

L'Association canadienne des fabricants de produits pharmaceutiques
Julie Tam
416-223-2333