

Pourquoi installer de l'identification automatique dans son entrepôt ? Qu'a-t-on à y gagner et à quel horizon ? Comment faire en cas de panne ? Comment garantir la pérennité de son système ?... Telles sont les questions récurrentes que se posent les utilisateurs désireux de se lancer dans un projet d'identification automatique au sein de leur(s) entrepôt(s). Des réponses peuvent leur être apportées par les acteurs gravitant dans la sphère de l'identification. Mais qui sont-ils ? Et quel est le rôle de chacun dans cet univers, parfois complexe pour les novices ?

Identification automatique en entrepôt

Comment s'y prendre ?

78



©Motorola

Améliorer la traçabilité et la productivité sont les principales motivations qui poussent à mettre en place de l'identification automatique dans un entrepôt. Dans certains cas, il s'agit d'études d'une plus grande ampleur incluant également la mise en place d'un ERP (Enterprise Resource Planning) et /ou d'un WMS (Warehouse Management System). Sinon lorsque ces outils existent déjà, une étude d'impact doit être menée,

quelques ajustements comme le paramétrage du WMS pouvant être nécessaires. Côté utilisateur, la première question à se poser selon Alain Tardy, Responsable Grands Comptes chez GS1, est « *Comment dois-je répondre à la demande de mon client ?* ». Cassi Belazouz, Responsable Adjoint Grands Comptes chez GS1, complète : « *L'utilisateur doit s'interroger précisément sur son besoin, sur les unités qu'il désire marquer (colis, unités d'expédition, etc.) et sur les informations utiles dans l'avenir. GS1, en tant qu'organisme neutre, accompagne dans cette réflexion ses adhérents industriels et distributeurs et guide les futurs utilisateurs dans la préparation de leurs appels d'offre grâce à des formations et à l'accès à des guides de mise en œuvre. Dans un deuxième temps, nous leur conseillons de collaborer avec des sociétés de conseil/intégration* ».

Le fabricant, un interlocuteur souvent indirect

Avant de préciser le rôle des intervenants externes, rappelons que côté utilisateur, les deux principales direc-

tions concernées par ces projets sont celles des Systèmes d'Information et de la Logistique. Rapidement, le futur utilisateur entre en contact avec un intégrateur dont la palette de service se diversifie de plus en plus. Il est rare que l'entreprise ait un lien direct avec le fabricant de matériel de capture de données et de mise en place de réseau de communication. « *Pour rester compétitifs sur leur marché, les fabricants se focalisent maintenant sur la R&D (Intermec, Motorola, LXE, Vocollect, Zebra, etc.)* », précise Catherine Buzaré, Directrice des ventes chez Zetes. En effet, les fabricants ont tendance à diminuer leur force de vente et à s'appuyer davantage sur les forces commerciales des intégrateurs et sur leur connaissance du marché. Psion Teklogix se distingue de ce mode de fonctionnement avec une stratégie de vente mixte (directe et indirecte). « *Nous avons une importante force commerciale affectée à la vente directe* », approuve José Perez, Directeur Marketing & Communication de Psion Teklogix. Les fabricants et les distributeurs sont nombreux sur le marché. Toutefois,

« les acteurs majeurs en entrepôt sont Motorola, Intermec et Psion. A eux trois, ils couvrent plus de 80 % du marché », nuance Gilles Chasson, Président d'Infos.

Quelles offres pour les intégrateurs ?

Quant aux intégrateurs, ils adoptent une stratégie de partenariat étendu avec à la fois des fabricants, des distributeurs, des éditeurs de WMS et d'ERP, etc. Proposant les produits de plusieurs marques, ils se targuent ainsi de leur indépendance dans le choix des équipements. Le plus marquant est la place prépondérante qu'ils prennent dans ces projets. Leur offre est, en effet, très complète : ils n'interviennent plus seulement pendant, mais véritablement en amont et en aval des projets. Nombreuses sont les prestations proposées par ces derniers : conseil aussi bien sur les aspects métiers que techniques, formation, gestion du changement, maintenance, etc. « Au-delà des prestations de vente de matériel et de développement logiciel, nous jouons un véritable rôle de consultant en amont dans les projets. Ce phénomène s'est significativement accéléré les deux dernières années », commente Bernard Rubinstein, Président du Groupe Prisme. Gilles Chasson atteste également cette nouvelle orientation : « Notre prestation de conseil touche à divers sujets telles que la partie Wifi (Etude de site, analyse des besoins : infrastructure centralisée ou non, typologie de produits gérés, sécurité, installation) en tenant

Comment se porte le marché ?

Malgré la difficulté d'obtenir des chiffres précis, il semble que les entrepôts ne soient pas à la traîne en matière d'équipements d'identification automatique. Toutefois, ce constat est nuancé selon la taille de l'entreprise. « Le marché n'est pas saturé. Il reste beaucoup de petits et moyens entrepôts à équiper. Par ailleurs, les fournisseurs qui livrent en centrales distributeurs devront, à moyen terme, étiqueter leurs produits », détaille Alain Tardy, Responsable Grands Comptes chez GS1. Il s'agit d'un marché de renouvellement mais également d'ouverture de comptes de moyenne taille. « Il semble qu'environ 30 % des entrepôts fonctionnent aujourd'hui en mode papier », illustre Catherine Buzaré, Directrice des ventes chez Zetes. De belles perspectives encore pour les intégrateurs et fabricants. Le Wifi est assez largement répandu dans les entrepôts. Pour les plus avancés sur ces sujets, nous devrions rapidement assister à une évolution technologique. « Nous verrons évoluer les entrepôts déjà équipés », confirme Rocco Spano, Directeur d'Athesi. Systèmes vocaux et RFID sont des possibilités de développement parmi d'autres. Comme souvent, ce sont les acteurs de grande taille qui sont à l'initiative de ces nouveautés. Sur les problématiques plus classiques, le constat global est une complexification des projets avec notamment « les architectures centralisées, la télé-maintenance et les problématiques croissantes liées à la sécurité », complète Gilles Chasson, Président d'Infos. **JF**

compte des évolutions possibles des métiers de nos clients (typologie de produits gérés, extension possible de site,...). Par ailleurs, notre intervention se poursuit même en aval avec des prestations de formation et d'accompagnement au changement notamment sur la partie exécution et utilisation des terminaux ». La gestion de la maintenance est également un atout particulièrement mis en avant par les intégrateurs comme chez Zetes, « Nous assurons une prestation dite Hot Line qui est une offre de service de support à l'utilisateur final ou au service informatique

de nos clients. Par ailleurs, Zetes est également capable d'assurer la maintenance des différents matériels commercialisés ; cette maintenance sous forme de contrat se décline sous plusieurs formes, J+1, J+5, retour atelier, swap, intervention sur site, visite préventive, suivant les contraintes opérationnelles de nos clients », énumère Catherine Buzaré. Le Groupe Prisme joue quant à lui la carte de la proximité pour valoriser son offre : « Nous possédons un atelier de maintenance agréé constructeurs en région parisienne où notre équipe technique réalise les prestations de



Bernard Rubinstein, Président du Groupe Prisme, « Nous incitons nos clients à choisir des technologies basées sur les standards du marché (Technologies Microsoft orientées Web Services – dont ASP, Ajax, .Net, etc.) »



Catherine Buzaré, Directrice des ventes chez Zetes, « Pour rester compétitifs sur leur marché, les fabricants (Intermec, Motorola, LXE, Vocollect, Zebra, etc.) se focalisent maintenant sur la R&D ».



Gilles Chasson, Président d'Infos, « Nous conseillons nos clients dans le choix du matériel car des différences notoires peuvent exister entre eux. Nous analysons avec nos clients leurs processus, les types de populations concernées afin de choisir le matériel le plus adapté à leurs besoins ».

MATÉRIEL

Ne ratez pas l'occasion !

Interview de Behzad Sabzeh,
Gérant et fondateur de Megacom



« **M**egacom se positionne sur quatre activités principales : la maintenance, la location d'équipements, la vente d'équipements reconditionnés et le rachat d'équipements obsolètes ou en surplus. Notre cœur de métier est la maintenance des terminaux d'identification automatique. Nous intervenons en cas de panne, à la fois au moyen d'une maintenance curative, par des interventions au coup par coup, ou de manière préventive sous forme de contrat de maintenance. Ce service représente depuis l'origine une alternative, par rapport aux fabricants, pour les clients qui souhaitent prolonger la durée de vie de leurs équipements ou compléter leur parc existant. A ce jour, plus de 3.000 clients, représentant un parc d'environ 25.000 terminaux, font appel à notre offre de maintenance. Ce succès s'explique, d'une part, par la qualité de nos prestations et la garantie offerte après réparation, pour un coût d'intervention inférieur en moyenne de 50 % à celui des fabricants, et d'autre part, par des délais d'intervention jusqu'à trois fois inférieurs, grâce à un stock permanent de plus de 6.000 produits. La demande croissante de clients, bénéficiant de notre service de maintenance, et qui doivent faire face à des besoins concernant des équipements qui ne sont parfois plus fabriqués depuis des années ou qui sont tout simplement vendus à des prix prohibitifs par les fabricants, nous a tout naturellement conduit à mettre en place une offre d'équipements reconditionnés. Cette offre permet ainsi à nos clients de prolonger la durée de vie de leur parc existant tout en bénéficiant d'équipements performants et fiables avec une garantie identique aux équipements neufs et des coûts d'acquisition jusqu'à 50% inférieurs. A ce jour, notre offre d'équipements reconditionnés concerne la plupart des modèles phares des principaux fabricants leaders de l'identification automatique (Symbol-Motorola, Psion Teklogix, Intermec, Datalogic-PSC, Metrologic, Denso, Casio...). Nous possédons également un parc propre, constitué de 5.000 terminaux, que nous mettons à la disposition de nos clients durant les opérations de maintenance ou dans un cadre de location plus classique, pour des besoins d'équipements supplémentaires ponctuels (pic d'activité, inventaires, etc.). Ce service remporte un franc succès auprès de nos clients, car il leur fait bénéficier d'équipements paramétrés et prêts à l'emploi, et ce en moins de 24 heures. Enfin, notre expérience de plus de 10 ans en gestion de parc d'équipements d'identification automatique nous permet d'offrir à nos clients la possibilité de valoriser leurs équipements obsolètes ou en surplus. Grâce à ce service, nos clients tirent profit de leurs équipements destinés au rebut dans le cadre d'une vente, d'un échange ou d'une rature sur nos services de location/vente. Les équipements fonctionnels et performants, ainsi rachetés, entrent dans notre processus de test et de reconditionnement, tandis que les équipements les plus sensibles sont décomposés pour alimenter le stock de pièces détachées. »

Propos recueillis par Julia Fustier

réparation, de paramétrage et de chargement logiciel. Au-delà de la réactivité liée au fait de disposer de notre propre atelier, nous sommes également capables d'intervenir à distance si nécessaire. Notre mot d'ordre est d'aider le client dans sa continuité de fonctionnement », se félicite Bernard Rubinstein.

Les grands jalons d'un projet d'identification automatique

A quelques détails près, les façons de travailler des intégrateurs sont similaires, dans la démarche du moins. Certains, comme le Groupe Prisme, se positionnent également sur des pré-études aidant ainsi les clients à cadrer le sujet avant même l'appel d'offre. Plus couramment, la première étape consiste à réaliser un audit au cours duquel l'intégrateur s'imprègne de la situation actuelle et prend connaissance des variations futures prévues dans le schéma directeur de l'entreprise (ouverture/fermeture/modifications des entrepôts, augmentation du portefeuille produits, etc.). Une équipe projet est formée dès le départ et constituée à la fois de représentants de l'intégrateur mais également de protagonistes côté client, aussi bien du département informatique que des métiers. La partie terrain est essentielle pour bien comprendre les façons de travailler des opérateurs et appréhender leurs besoins. « A l'issue de la phase d'audit, nous procédons à l'analyse fonctionnelle », explique Catherine Buzaré. Puis vient le temps des préconisations sur l'amélioration des processus et sur la partie « hardware ». L'utilisateur est guidé par l'intégrateur dans le choix du matériel. « Nous conseillons nos clients dans le choix du matériel car des différences notoires peuvent exister entre eux. Nous analysons avec nos clients leurs processus, les types de populations concernées afin de choisir le matériel le plus adapté à leurs besoins », confirme Gilles Chasson. C'est également à ce moment que les décisions liées au

réseau et aux interfaces avec le WMS ou l'ERP sont prises. Une fois le calendrier de déploiement défini, une phase de pilote est lancée. « *Le pilote a pour objectif non seulement de confirmer la faisabilité et les gains attendus mais également de générer en interne enthousiasme et support pour le projet. Nous pouvons alors passer au déploiement avec les meilleures chances de succès* », conclut Bernard Rubinstein. Les projets durent en général : « *Suivant la taille du projet, entre trois et six mois si l'ERP et l'informatique sont déjà en place* », estime Catherine Buzaré. Bernard Rubinstein est plus prudent et évoque « *des projets d'une durée moyenne d'un an* ».

Prévoir les évolutions

Les deux mots d'ordre à retenir sont standardisation et évolution. Standardisation car il ne faut pas se laisser



De gauche à droite :
Alain Tardy,
Responsable Grands
Comptes GS1 France,
Nadia Taleb,
Directrice Communication
GS1 France et
Cassi Belazouz,
Responsable Adjoint
Grands Comptes
GS1 France.

enfermer dans du « propriétaire » sur la partie software. « *Nous incitons nos clients à choisir des technologies basées sur les standards du marché (technologies Microsoft orientées Web Services – dont ASP, Ajax, .Net, etc.). De cette façon, nous leur assurons une meilleure pérennité de l'investissement* », reconnaît Bernard Rubinstein. Par ailleurs, une réflexion approfondie sur l'évolution doit être menée. Par exemple, si un client, ne possédant

qu'un ou deux sites, prévoit d'en ouvrir davantage, il est nécessaire d'en tenir compte et d'adapter l'architecture. Dans ce cas, on favorisera probablement une centralisation qui simplifiera l'administration des réseaux et la maintenance, tout en réduisant les coûts. Concernant le matériel, certains intégrateurs se démarquent en proposant des solutions innovantes. C'est le cas de Psion Teklogix avec son offre « Open Source Mobility ». « *Le principe*

consiste à fournir des briques de départ essentielles au client pouvant être complétées progressivement par des briques additionnelles (module de lecture 2D, module de RFID, etc.) au fur et à mesure des besoins. Le client peut ainsi faire évoluer son investissement en lui allouant tout ou partie des technologies. Il n'est donc pas nécessaire, dans ce cas, de changer de terminaux. Bien entendu, nous y intégrons des systèmes d'exploitation demandés par le marché comme



©LXE

Windows », détaille José Perez. Pour les nouveaux utilisateurs, ces solutions méritent par conséquent d'être étu-

diées de près. Pour les autres, le passage à de nouvelles technologies nécessitera quelques adaptations, comme ceux, par exemple, qui feront migrer leur solution existante vers la RFID. « Ce sont encore les coûts (tags, impact sur le réseau, acquisition de nouveaux terminaux de lecture, etc.) qui freinent les projets de RFID. La technologie

A chacun son matériel !

A la réception, à la mise en stock, à la préparation ou même à l'expédition, l'identification automatique est omniprésente. Ces processus requièrent des typologies de matériels propres à chacun d'eux. Qu'en est-il précisément ?

Une grande variété de produits existe, qui correspond à différentes utilisations. Les populations à équiper au sein d'un entrepôt sont diverses et toute la magie consiste à leur allouer le bon matériel. « Il en existe trois principales : les caristes, majoritairement avec des embarqués et des douchettes laser (avec ou sans câble) ; les préparateurs de commande, avec des matériels wearable (sur le bras, etc.) ou durcis, de format gun (pistolet avec un écran et un clavier) ou brique (PDA) ; et enfin, les opérateurs affectés à l'expédition, équipés très régulièrement de terminaux de format pistolet », développe Gilles Chasson, Président d'Infos. Chaque processus pré-détermine donc le matériel à favoriser. « Toutefois, le matériel et la technologie dépendent de la situation spécifique du client. Les généralités sont donc à proscrire », modère Catherine Buzaré, Directeur des ventes chez Zetes.

Réception et mise en stock

Malgré cette dernière nuance, de grandes tendances sont observables. Bien souvent, « à la réception, on trouve des terminaux fixes de quai ou sur une table mobile (servante). Il s'agit alors de terminaux pleine page. Dans les cas où l'opérateur doit se montrer mobile sur le quai, il peut utiliser un petit terminal portable », illustre Rocco Spano, Directeur d'Athesi. Pour la mise en stock ou les mouvements de stocks, ce sont les ter-

minaux embarqués dans les chariots élévateurs qui ont le plus la cote. Ils sont en « pleine page » (taille écran de PC) et très souvent associés à un lecteur à main, avec ou sans fil, dont la distance de lecture est élevée (jusqu'à 15 mètres). « La principale caractéristique de l'informatique embarquée est sa grande résistance aux niveaux élevés de vibrations », ponctue José Perez, Directeur Marketing & Communication de Psion Teklogix.



Rocco Spano

©Athesi



José Perez

©Psion Teklogix

Préparation et expédition

De nombreuses alternatives existent pour la préparation. Le terminal piéton portable avec un clavier, un petit écran et une crosse, pour améliorer l'ergonomie, est l'équipement le plus courant. La deuxième option consiste à libérer les mains de l'opérateur en employant une technologie tel que le vocal. « Le terminal peut être attaché à la ceinture de l'utilisateur et n'être plus qu'un support qui intègre le module de reconnaissance vocal », explique José Perez. Dans ce cas, la communication avec le système ne fonctionne qu'avec la voix. Ce sont des lecteurs mobiles, de type PDA, équipés ou non d'imprimante qui sont généralement utilisés à l'expédition. Ajoutons à cela que globalement, les terminaux portables sont plus sujets à la casse. « Les populations dans les entrepôts sont en moyenne équipées à 50 % de terminaux fixes et à 50 % de portables », conclut Rocco Spano. **Julia Fustier**

existe et fonctionne mais le coût global reste trop élevé. Toutefois, nous observons que ces projets sont en progression et il est clair que les prix devraient diminuer dans les prochaines années », résume Catherine Buzaré.

Et le ROI dans tout ça ?

Améliorer la qualité, la traçabilité, la productivité, la performance et la réactivité, voici les résultats escomptés sur ces projets. Bien que les ROI dépendent de multiples paramètres, certains n'ont pas peur d'avancer des chiffres comme Gilles Chasson qui évoque « des augmentations de productivité comprises entre 10 et 15 % et des ROI en moyenne de 12-18 mois », ou même Bernard Rubinstein qui pousse plus loin en avançant « des ROI compris entre 4 et 12 mois lorsque la situation initiale est 100 % papier ». Alors n'hésitez plus à franchir le cap !

Julia Fustier

Trois critères principaux en entrepôt

- 1. La robustesse :** il est nécessaire d'utiliser des produits durcis, résistants aux chocs et à l'environnement (température, poussière, etc.)
- 2. L'autonomie :** l'utilisation incessante du Wifi et la lecture de codes barres sont très consommatrices d'énergie. Par ailleurs, la durée d'utilisation des terminaux peut excéder huit heures.
- 3. L'ergonomie :** une bonne taille d'écran est recommandée. Certains fabricants sont en mesure de proposer des produits avec écrans de taille satisfaisante tout en maintenant des poids raisonnables. La couleur améliore également son utilisation puisqu'elle facilite la lecture d'un plus grand nombre d'informations. Aujourd'hui, pratiquement tous les terminaux sont en couleur. De façon générale, l'utilisation du clavier est préférée au tactile dans les entrepôts, principalement pour des raisons liées à la robustesse.



©DataLogic

Voir tableaux pages 84, 85 et 86 ➔

Inscrivez-vous

Pour être sûr de recevoir **GRACIEUSEMENT** les prochains numéros de **Supply Chain Magazine**

Renvoyez ce coupon à Brigitte Le Coniac - SCMag - Service Diffusion - Lisveur - 56410 Erdeven - France

Nom _____ Prénom _____

Fonction _____

E-mail _____

Téléphone _____

Société _____

Adresse _____

Code Postal _____ Ville _____

Pays _____ (Pour l'étranger 60 euros pour un an de contribution aux frais d'envoi)

Secteur d'activité _____

Taille de l'entreprise Moins de 50 salariés De 51 à 500 salariés
 De 501 à 2 000 salariés Plus de 2 000 salariés

**Soyez toujours
au plus près
de l'information**



Conformément à la Loi informatique et libertés, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des informations vous concernant.

PRINCIPAUX ACTEURS DE

Nom	Pays d'origine	CA France 2009 (M€)	Trois dernières références	Activité					Matériel			
				Fabricant	Distributeur	Intégrateur	Société de conseil	Autres	PDA	Terminal	Tags RFID	Réseau sans fil
Acces Diffusion	France	5	Adrexo, Aprolis, Mairie de Lyon		●				●	●		
Add.Scan	France	NC	Adrexo, Ville de Lyon		●				●	●	●	●
Athesi	France	NC	Geopost, Bretagne Contrôle Laitier, Nielsen		●				●	●		
Avery Dennison Systèmes d'étiquetage	Etats-Unis	NC	Maître Prunille, Fichaux, Anios	●	●	●	●			●	●	●
Balogh	France	NC	Caladero	●						●	●	
Baracoda	France	NC	Paprec, Starbucks, Printemps	●					●	●	●	
Cognex	Etats-Unis	NC	NC	●		●						
Datalogic Mobile	Italie	68	FM Logistic, Geodis, ATH Schenker, Carrefour, Casino, Eram, Jennifer, Honda, etc.	●					●	●	●	●
Datalogic Scanning	France	NC	NC	●								
DILEC	France	NC	La Poste, MERCK, L'Oréal		●	●	●	●	●	●	●	
ELA Innovation	France	NC	Vinci, Bouygues TP, Carrefour	●							●	
Groupe Prisme	France	< 7	DHL, Office Dépôt, de nombreux CHU, le Groupe La Poste		●	●	●	●	●	●	●	●
Honeywell Scanning & Mobility	Etats-Unis	NC	UPS, Chronopost, Coexpan	●					●	●		
ID Services	France	NC	Casino, Carrefour, Franprix Leader-Price	●	●	●	●	●	●	●	●	●
IER	France	46	Geodis, Pomona, Thyssenkrupp	●		●		●	●	●	●	●
Infos	France	10	Cdiscount, Jules, GSK		●	●	●		●	●	●	●
Intermec Technologies	Etats-Unis	23,4	Fnac Logistique, SCAP Nord, Geopost	●					●	●	●	
Iris-RFID	France	0,15	Scarmor (groupe Leclerc), Système U, Banque internationale (pas nommable)	●	●	●	●		●	●	●	●
JAM France	France	4,8	Majuscule, Air Terminal Handling, Hopital Montlucon			●			●	●		●
Jidelec	France	NC	Air France, Syndicat Inter Hospitalier de Pau, Thalès		●	●	●	●	●	●	●	●
Lisa	France	NC	Thales, Top Tex Groupe, Rossmann	●	●	●		●	●	●	●	●
LXE	Etats-Unis	NC	Autovision	●						●		●
MAINtag	France	NC	Airbus, Allibert, SNCF	●		●			●	●	●	
Megacom	France	NC	Auchan, Edouard Leclerc, Système U, Socopa, Exacompta		●				●	●		
Motorola	Etats-Unis	NC	Groupe C.A.T., Système U Ouest, ERDF	●					●	●		●
Neopost	France	NC	STG, DHL, Australia Post		●	●	●		●	●	●	
Nitica	France	5,9	Gifi, DCNS, Transgourmet	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Nomadadvance	France	26	ERDF, But, Prestalis			●		●	●	●	●	●
Norcod	France	7,1	Koodza, Leroy Merlin, L'Oreal		●	●	●	●	●	●		●
Page Up	France	2	Canon, Dactyl Bureau, Total Gaz	●	●	●	●		●	●	●	●
Psion Teklogix	Angleterre et Canada	46	Saint Gobain Autover, Orium, Dalkia	●					●	●		
Rayonnance Technologies	France	8,8	OCF, France Boissons Heineken, Norauto-		●	●	●	●	●	●	●	●
STid	France	3,3	PSA, Airbus, Eurocopter, Renault	●				●		●	●	
Tagsys RFID	France	NC	Serge Blanco, Rica Lewis, SIH de Pau	●						●	●	
Timcod	France	3,8	Système U Ouest, Barbier, César		●	●	●		●	●	●	●
Zetes Interscan	Belgique	NC	L'Oreal, Sun Chemical, Postes consulaires et frontières Belges	●		●		●	●	●	●	●

NB : Figurent dans ce tableau les sociétés que nous avons contactées et qui nous ont répondu dans les temps. Les informations ont été fournies par les fabricants / distributeurs / intégrateurs.

Une étude instructive

L'organisme GS1 France réalise une enquête annuelle, auprès de ses adhérents, sur la mise en œuvre des standards GS1. Voici quelques chiffres issus de cette étude, concernant d'une part le marquage des cartons et des unités d'expédition (tableau 1) et d'autre part, la perception de la RFID au sein des entreprises (tableau 2).

**Tableau 1 :
Marquage des cartons et des unités d'expédition**

	TOTAL (*)	PGC (produits secs + frais + liquides + DPH) (**)	PGC (CA >16M€) (***)
◆ Nombre de cartons marqués avec un code barres	51%	60%	63%
◆ Nombre d'entreprises qui marquent leurs cartons avec un code barres	37%	43%	73%
◆ Nombre de palettes marquées avec un SSCC (Serial Shipping Container Code)	47%	65%	71%
◆ Nombre d'entreprises qui marquent les palettes avec un SSCC	15%	19%	73%

Source : Enquête annuelle sur la mise en œuvre des standards GS1 – Edition 2009, réalisée par GS1 France auprès des fabricants adhérents GS1 France
(*) 2.649 entreprises – (**) 1.635 entreprises – (***) 118 entreprises

**Tableau 2 :
Perception de la RFID au sein des entreprises**

	Les entreprises	Les entreprises (PGC avec un CA > 16 M€)
◆ Entreprises qui savent ce qu'est la RFID	35%	78%
◆ Entreprises ayant réfléchi à son utilisation dans leur secteur d'activité	14%	45%
◆ Entreprises envisageant un déploiement à 1 an	1,5%	5%
◆ Entreprises envisageant un déploiement à 2 ans	1%	1,5%
◆ Entreprises envisageant un déploiement plus tard	4%	15%

Source : Enquête annuelle sur la mise en œuvre des standards GS1 – Edition 2009, réalisée par GS1 France auprès des fabricants adhérents GS1 France