

TRANSPARENCY-ONE

DE LA SOURCE AU MAGASIN

VISIBILITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

NOVEMBRE 2018



Powered by



RÉSUMÉ

La mondialisation croissante appelle le développement de chaînes d'approvisionnement de plus en plus importantes, ce qui génère de la complexité et crée un terrain propice à des pratiques non durables, dangereuses et non conformes, à l'insu des marques ou des enseignes de détail. Confrontées à des réglementations de plus en plus strictes

et à des consommateurs toujours plus exigeants, les entreprises ne peuvent plus ignorer les comportements des opérateurs économiques qui interviennent tout au long de leur chaîne d'approvisionnement. Transparency-One est une solution hébergée qui permet aux entreprises de surveiller efficacement leurs chaînes d'approvisionnement.

Outre la cartographie de la chaîne d'approvisionnement et l'atténuation des risques, elle offre la possibilité de transformer les données de la chaîne d'approvisionnement en valeur pour la marque, contribuant ainsi à la croissance des entreprises et à gagner la confiance des consommateurs.

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Les marques et les enseignes de détail sont responsables envers les autorités et les consommateurs des actes de ceux qui interviennent tout au long de leurs chaînes d'approvisionnement. La mondialisation croissante appelle le développement de chaînes d'approvisionnement de plus en plus importantes qui offrent une visibilité moindre et augmente le risque de pratiques non durables, dangereuses et non conformes,

à l'insu des marques ou des enseignes de détail.

Les entreprises doivent adopter une approche proactive pour une surveillance efficace de leurs chaînes d'approvisionnement, ce qui nécessite de la transparence à chaque étape et des données transférées de façon sécurisées tout au long de la chaîne d'approvisionnement, jusqu'à la marque ou l'enseigne de détail.

Transparency-One offre une solution efficace et sécurisée pour les entreprises qui cherchent à contrôler et à atténuer les risques inhérents aux chaînes d'approvisionnement modernes. Ses outils puissants d'acquisition de données et d'analyse permettent aux entreprises de convertir les données de la chaîne d'approvisionnement en valeur pour la marque – transformant l'atténuation des risques en véritable opportunité commerciale.

INTRODUCTION

La concurrence exponentielle et la multiplicité des produits en magasins entraînent des chaînes d'approvisionnement mondiales plus longues. Elles s'accompagnent de plus de complexité, d'un risque plus élevé en général et au niveau de la réputation de la marque. Toutefois, pour une entreprise proactive, cela représente également une opportunité de promouvoir sa réputation et de renforcer la confiance des consommateurs.

Il s'agit d'une transformation en profondeur qui s'opère dans le commerce moderne. Les consommateurs ne sont plus passifs : ils sont bien informés et disposent de

moyens leur permettant de trouver des produits répondant à leurs attentes en termes de qualité et de prix, et conformes à leur philosophie en matière de durabilité et de responsabilité sociale. Les marques qui ne sont pas capables de satisfaire ces attentes s'exposent à une atteinte à leur réputation et à une perte de confiance des consommateurs.

Les autorités attendent également une plus grande responsabilité de la part des marques et des enseignes de détail et les tiennent pour responsables des actes des opérateurs économiques tout au long de leur chaîne d'approvisionnement. Elles veulent l'assurance que le produit est

en sécurité à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement et conforme aux réglementations en matière de durabilité et de responsabilité sociale.

Une marque ou une enseigne de détail peut subir des préjudices importants si elle ignore les pratiques des opérateurs intervenant tout au long de la chaîne d'approvisionnement, ce qui peut porter atteinte à sa capacité de commercer sur ses marchés cibles et lui faire perdre durablement la confiance des consommateurs.

LE DÉFI

Dans le monde d'aujourd'hui, les marques et les enseignes de détail doivent exercer une surveillance étroite sur l'intégralité de leurs chaînes d'approvisionnement et mesurer la conformité des produits afin de renforcer la confiance des consommateurs.

Les bénéfices de cette démarche sont clairs :



40% des consommateurs ont déclaré qu'ils changeraient pour une nouvelle marque si elle leur offrait une transparence totale sur leur produit

Source: Food Dive



91% ont déclaré qu'ils seraient plus loyaux envers une entreprise promouvant les questions sociales ou environnementales

Source: Nielsen



Les marques durables peuvent afficher une croissance 50% plus rapide que les autres entreprises

Source: Marketing Week

La mondialisation a eu un effet multiplicateur sur les chaînes d'approvisionnement, introduisant de nombreux nouveaux opérateurs économiques, mais ceci aux dépens de la transparence. Moins de visibilité, c'est davantage d'opportunités pour que des contrefaçons, des fournisseurs non certifiés, des installations non sécurisées, des allergènes non déclarés et des sources inconnues aient accès à la chaîne d'approvisionnement.

Les propriétaires de marques et les enseignes de détail ont généralement une visibilité limitée au-delà du premier quartile de leur chaîne d'approvisionnement. Le défi à relever pour les entreprises proactives est donc d'élargir cette visibilité pour englober l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement, jusqu'à la source. Les entreprises qui y parviennent se prémuniront contre le risque de non-conformité réglementaire et parviendront à susciter la confiance envers leurs produits.

COMPRENDRE LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ

L'objectif de toute marque ou enseigne de détail doit être de parvenir à une transparence et une traçabilité totales tout au long de la chaîne d'approvisionnement, mais cet objectif n'est pas toujours facile à atteindre dans l'environnement de marché actuel.

Transparence : Pour bien se protéger, une entreprise doit cartographier l'intégralité de sa chaîne d'approvisionnement – de la matière première au produit final – capter et transférer des informations de « haut niveau » spécifiques et fiables ayant trait aux composants, aux fournisseurs, aux installations, aux certifications, etc. Ce faisant, une marque ou enseigne de détail peut se prémunir contre

toute association douteuse avec des entreprises non conformes et contre toute pratique à risque.

Traçabilité : Une entreprise doit être capable de suivre individuellement ses livraisons de matières premières, d'ingrédients et de composants à mesure de leur progression tout au long de la chaîne d'approvisionnement. En mettant en œuvre un suivi basé sur les données de chargement/lot et des bons de commande, l'entreprise peut se prémunir, au niveau de granularité du système, contre le risque que des produits non conformes et non sûrs entrent dans la chaîne d'approvisionnement. En outre, cela permet de réduire les coûts associés

aux rappels de produits.

S'il est actuellement irréaliste pour la plupart des marques et enseignes de détail de parvenir à une traçabilité totale tout au long de leurs chaînes d'approvisionnement, les entreprises doivent mettre en œuvre des systèmes capables d'atteindre une transparence totale – de la source à la vente au détail. Meilleure est la transparence, et finalement la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement, plus le degré d'atténuation des risques atteignable sera élevé pour les entreprises et plus les opportunités de développement seront nombreuses.

TRANSPARENCY-ONE: LE RÉSEAU B2B POUR LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT MODERNE

Transparency-One utilise une technologie graphique pour cartographier même les plus grandes chaînes logistiques et est capable de capter à la fois les données de cartographie de la chaîne d'approvisionnement (transparence) et les données opérationnelles (traçabilité). C'est la solution idéale pour les entreprises exploitant des chaînes d'approvisionnement mondiales, leur offrant un contrôle total sur les flux de données de leur chaîne d'approvisionnement et une protection contre les risques inhérents aux chaînes d'approvisionnement modernes.

Transparency-One couvre un éventail complet de produits de consommation, y compris les produits alimentaires, les produits cosmétiques, les textiles et les articles d'usage courant.

Conçu pour l'environnement commercial mondialisé, il permet aux marques et enseignes de détail :

- de faire basculer leurs chaînes d'approvisionnement dans l'ère numérique, et de transférer de façon sécurisée :
 - les données relatives aux fournisseurs, aux installations et aux composants,
 - les données concernant le pays d'origine,
 - les déclarations de matières/substances fiables, etc. ;
- de capter des informations spécifiques ayant trait à la conformité et à l'entreprise :
 - certificats de tests,
 - données d'enquêtes personnalisées,
 - codes de conduite, etc. ;
- de réaliser des analyses exhaustives :
 - de rapports réglementaires et d'évaluations de conformité,
 - de notation de la chaîne d'approvisionnement,
 - de géocartographie.

Grâce à une plateforme unique, une marque ou une enseigne de détail peut garantir la traçabilité et la transparence tout au long de sa chaîne d'approvisionnement mondiale.

Transparency-One est toujours pertinent. Dès le premier jour, lorsque le système commence l'acquisition de données, il s'adapte aux changements dans l'environnement réglementaire et la chaîne d'approvisionnement et permet aux marques et enseignes de détail de rester au fait des évolutions et d'optimiser et protéger leur activité.

Mais Transparency-One a bien d'autres choses à offrir :

TECHNOLOGIE DE LA CHAÎNE DE BLOCS : GARANTIR LA SÉCURITÉ DES DONNÉES DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Transparency-One s'est associée avec Microsoft pour la prise en charge du protocole Ethereum. Déployé sur Microsoft Cloud (Azure), qui s'est déjà imposée comme l'une des plateformes les plus sûres existante à ce jour, Transparency-One augmente la sécurité des données stockées en exploitant la technologie de la chaîne de blocs pour créer un enregistrement permanent et inaltérable de toutes les interactions de la chaîne d'approvisionnement.

BUSINESS INTELLIGENCE MONDIALE : TRANSFORMER LES DONNÉES EN OUTILS D'ANALYSE DÉCISIONNELLE

Transparency-One est également un outil puissant pour permettre aux marques et aux enseignes de détail de comprendre les environnements dans lesquels opèrent leurs chaînes d'approvisionnement. Ses tableaux de bord et outils de génération de rapports permettent aux opérateurs :

- de visualiser et d'analyser les données agrégées ;

- d'intégrer les données de tiers pour des analyses plus pointues ;
- Il crée des rapports personnalisés ;
- Il permet de visualiser la chaîne d'approvisionnement grâce à la géocartographie ;
- Il permet de créer et de distribuer des questionnaires à la clientèle.

En utilisant les données collectées et agrégées par Transparency-One, les marques et enseignes de détail peuvent optimiser l'efficacité de leurs chaînes d'approvisionnement et tirer parti des opportunités de développement de leur activité.

VISUAL TRUST : CONVERTIR LES DONNÉES DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT EN VALEUR POUR LA MARQUE

Le partenariat entre Transparency-One et SGS offre aux marques et enseignes de détail une occasion unique d'augmenter la valeur des données de leur chaîne d'approvisionnement. VISUAL TRUST permet aux marques ayant investi massivement de garantir que leurs produits sont sûrs, durables et socialement responsables d'exploiter ces informations en promouvant ce travail auprès des consommateurs.

En scannant simplement un produit à l'aide d'un smartphone, les consommateurs peuvent accéder à une mine d'informations, y compris aux certificats de qualité, aux résultats d'analyses et d'essais, à la localisation des fournisseurs et même à des photos des exploitations agricoles. Alors que les consommateurs recherchent de plus en plus des produits répondant à leurs exigences, les marques et enseignes de détail ont tout intérêt à transformer les données de leurs chaînes d'approvisionnement en valeur en suscitant la confiance des consommateurs envers leurs produits.

CONCLUSION

TRANSPARENCY-ONE: TRANSFORMER LE RISQUE EN OPPORTUNITÉ

Si la conformité aux exigences réglementaires est la raison première pour laquelle les entreprises cherchent à instaurer de la transparence dans leurs chaînes d'approvisionnement, ce n'est pas le seul avantage de la cartographie de la chaîne d'approvisionnement. Les marques et les enseignes de détail peuvent également :

- susciter la confiance chez le consommateur et stimuler les ventes ;
- devenir un acteur innovant sur le marché ;
- atteindre leurs objectifs dans le domaine de la responsabilité sociale (RS) ;
- se distinguer de la concurrence.

Pour atteindre ces objectifs, la clé réside dans la capacité de l'entreprise à cartographier précisément la chaîne d'approvisionnement dans son ensemble et à étendre sa visibilité au-delà de ses fournisseurs directs. Sans une transparence totale, les entreprises sont exposées à un large éventail de risques associés à la chaîne d'approvisionnement, notamment le risque de contrefaçon, le risque d'introduction de substances dangereuses et le risque d'accusations de pratiques non sûres et dommageables pour l'environnement, ce qui va à l'encontre de leurs objectifs initiaux.

Transparency-One offre une plateforme unique aux opérateurs économiques désireux de se prémunir contre les risques inhérents aux chaînes

d'approvisionnement mondiales actuelles.

La plateforme génère des opportunités commerciales en favorisant la croissance et l'optimisation des chaînes d'approvisionnement grâce à des outils puissants de collecte et d'analyse de données. En outre, VISUAL TRUST permet à une entreprise de renforcer la confiance des consommateurs grâce à une interaction directe avec eux.

Le partenariat entre SGS et Transparency-One offre aux marques et aux enseignes de détail une solution tout-en-un pour un suivi efficace de la chaîne d'approvisionnement mondiale, avec en plus la valeur ajoutée créée en transformant l'atténuation des risques en opportunités commerciales.

À PROPOS DE L'AUTEUR

GUY ESCARFAIL

Vice-président, directeur mondial de SGS Transparency-One

Guy a un parcours de 25 années chez SGS à différents postes, notamment en tant que chef de projet Impact et directeur général de sous-région en Afrique, en Europe et en Asie.

En tant que vice-président et directeur mondial de SGS Transparency-One, Guy est chargé du développement de la stratégie commerciale et du déploiement de la plateforme numérique Transparency-One qui cartographie l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement, surveille la conformité et fournit des analyses permettant de gérer de façon proactive les risques commerciaux en s'appuyant sur le réseau SGS.

À PROPOS DE TRANSPARENCY-ONE

Transparency-One est une solution de cloud computing qui combine un réseau social B2B et des services avancés pour transformer la gestion des risques associés à la chaîne d'approvisionnement. Transparency-One permet aux entreprises de découvrir leurs chaînes d'approvisionnement de bout en bout et de les connecter, de gérer les risques de manière proactive, d'intégrer de nouveaux fournisseurs et de vérifier les données – tout cela depuis une plateforme unique. La solution tire parti d'une technologie de base de données graphique, d'outils d'analyse puissants et de l'expertise de la chaîne d'approvisionnement pour permettre à tous les acteurs de la chaîne de réduire le risque commercial. Transparency-One connecte l'ensemble des réseaux de la chaîne d'approvisionnement, de la source à la vente au détail, pour garantir l'intégrité de la chaîne d'approvisionnement et susciter la confiance chez le consommateur.

À PROPOS DE SGS

SGS est le leader mondial de l'inspection, de la vérification, de l'analyse et de la certification. SGS est reconnue comme la référence mondiale en termes de qualité et d'intégrité. Avec plus de 95 000 collaborateurs, SGS exploite un réseau de plus de 2 400 bureaux et laboratoires à travers le monde.

CONTACT

www.sgs.com/transparency-one
www.transparency-one.com
transparency-one@sgs.com
hello@transparency-one.com

SUIVEZ-NOUS :



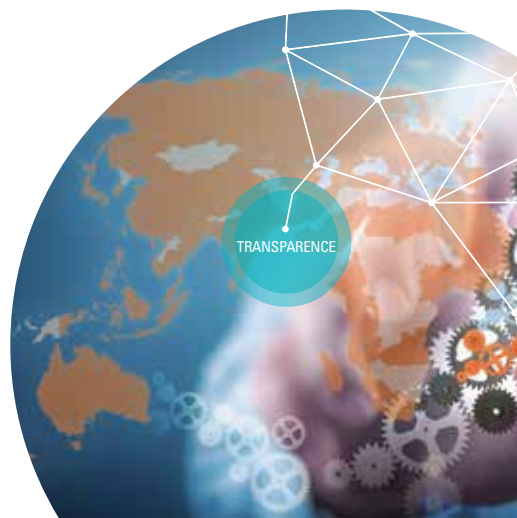
@SGS_SA | @TRANSPARENCYONE



SGSEditor | TRANSPARENCY-ONE



SGS | TRANSPARENCY-ONE



WWW.SGS.COM
WWW.TRANSPARENCY-ONE.COM

Powered by



WHEN YOU NEED TO BE SURE

