

EDITORIAL

A partir de juin 2014, la nouvelle version des Chèques cadeau sera dotée d'un nouveau code à barres. Alors qu'aujourd'hui la majorité de ces Chèques sont traités manuellement, grâce à cette évolution ils pourront être scannés directement en caisse et ainsi bénéficier d'une gestion administrative automatisée. Le dispositif « Chèque cadeau 2014 » permettra à plus de 50 000 commerçants d'optimiser les traitements des Chèques cadeau pour le bénéfice de plus de 11 millions de consommateurs.



"Nous sommes aujourd'hui satisfaits de ce long travail de concertation qui a réuni autour de la table les émetteurs de titres cadeaux, Mercatel et GS1. Cette évolution importante des chèques cadeaux va apporter un bénéfice concret pour les commerçants qui les acceptent. La meilleure lisibilité des informations va fluidifier le passage en caisse, faciliter les transactions et plus globalement les échanges de données. Ces évolutions vont permettre ainsi de mieux faire face aux effets de volume, notamment sur les périodes de fêtes de fin d'année.

Cette nouvelle étape s'inscrit dans un processus plus global lié à la dématérialisation des remboursements de titres qui permet d'apporter encore plus de rapidité, de simplicité et d'efficacité."

Anna NOTARIANNI, Directeur Général de Sodexo Solutions de Motivations France



« Le Commerce disposera bientôt d'un nouveau format de chèque cadeau qui apportera plus de services aux consommateurs mais aussi une gestion plus efficace de son traitement pour les commerçants.

Avoir opté pour un standard international est un choix stratégique de la profession dont la portée dépasse la simple amélioration de gestion. Il inscrit l'interopérabilité dans son ADN, crée les conditions optimales d'un déploiement maîtrisé, libère l'innovation et ouvre la voie à la dématérialisation des titres et des services. »

Philippe Lemoine, co-Président de GS1 France



LE CHEQUE CADEAU 2014 DE LA CAPTURE OPTIQUE EN CAISSE A LA DEMATERIALISATION DES ECHANGES

*Alain Lefeuvre, attaché à la Direction Financière du Groupe Yves Rocher
représentant les Commerçants et Enseignes à travers MERCATEL pour le projet « Chèque cadeau 2014 »*

« ...Le Chèque cadeau est un « sacré voyageur », il est maintes fois validé pour acceptation, contrôlé en caisse, vérifié en back-office, compté, expédié, mis en carton pour remboursement...Son voyage doit s'arrêter à l'acceptation chez le Commerçant ou l'Enseigne dans un « bip de fin de course » à travers la **capture optique de reconnaissance rapide et d'acceptation en caisse** pour enfin être **dématérialisé sous un protocole d'échanges** de fichiers entre le Commerçant et l'Emetteur pour le remboursement... ». Les deux jalons majeurs du dispositif issu de la volonté commune des Commerçants et Enseignes au sein de Mercatel à travers son Directeur Général Jean-Marc MOSCONI, des Emetteurs de Chèques cadeaux et de GS1, vont pouvoir enfin se concrétiser en 2014.

Le Chèque cadeau facilitateur de croissance, peut-on parler d'une nouvelle jeunesse à travers son code barre standard et sa dématérialisation dans les échanges.... ?

Un outil de recrutement en magasin, un moyen de paiement facile, compréhensible et fluide en caisse, une opportunité de captiver la cliente en magasin pour lui apporter davantage de services. Le Chèque cadeau devient alors un nouvel acteur du parcours client, offre des perspectives au Commerce, des relations nouvelles de proximité, des incentives éventuelles, des incursions dans des programmes de fidélité...

Après l'accord partagé entre les Commerçants au sein de Mercatel, les Emetteurs et GS1, nous sommes bien maintenant dans une dynamique de mouvement et de mise en œuvre commune pour **donner la priorité au Commerce.**

FICHE 1

Un code à barres nouvelle génération, le GS1 Databar

L'intégration du code à barres « GS1 DataBar » est l'un des changements majeurs de la nouvelle version du chèque cadeau. A partir de juin 2014, il sera présent sur tous les chèques cadeau mis sur le marché, permettant ainsi aux commerçants de reconnaître de manière uniforme tous les titres qui seront présentés en caisse et ce, quel que soit l'émetteur.

Le GS1 DataBar en bref

Le GS1 DataBar est une évolution du code à barres traditionnel utilisé en point-de-vente depuis 30 ans. Il a été choisi pour sa capacité à porter un grand nombre d'informations et pour sa conformité avec la majorité des caisses actuellement installées dans les point-de-ventes. Egalement appelé RSS (Reduced Space Symbology), c'est un code à barres linéaires ou 1D qui peut contenir jusqu'à 74 caractères, parmi lesquelles la date de validité, la valeur faciale, l'identifiant unique du chèque, etc.

Le GS1 DataBar est une technologie ouverte, libre de droit et normalisée au plan international par l'ISO sous la référence *ISO/IEC 24724 (Information technology — Automatic identification and data capture techniques — GS1 DataBar bar code symbology specification)*. Cette caractéristique est essentielle pour limiter les investissements des opérateurs, tant en impression que lors de son traitement dans les magasins.



Exemple d'un GS1 Databar Expanded

Le GS1 DataBar dans le monde

Depuis le 1^{er} janvier 2010, date à laquelle le GS1 DataBar a été intégré dans le portefeuille des codes à barres utilisables en point-de-vente, plusieurs applications ont vu le jour dans différentes parties du monde. La France est le premier pays à utiliser le GS1 DataBar

De nombreux cas d'usages pour le GS1 Databar actuellement testés et déployés dans le monde

En Belgique, le GS1 DataBar est utilisé pour identifier les coupons de réduction dans le cadre d'un projet global de dématérialisation.

Aux Etats-Unis et au Canada, 80% des fruits et légumes sont étiquetés à l'aide du code GS1 DataBar. L'application du GS1 Databar directement sur le fruit a été possible grâce à la compacité du GS1 DataBar, réduisant ainsi la fraude à la pesée et les emballages.

Colruyt, l'un des 3 distributeurs principaux en Belgique a mis en place un pilote GS1 DataBar en Septembre 2009 pour bloquer les produits périmés en caisse.

Enfin, l'entreprise Irlandaise Feile Foods grâce au GS1 DataBar, bénéficie d'une traçabilité de l'éleveur au consommateur à l'aide d'un étiquetage mis en place chez le fournisseur indiquant le numéro de lot, le poids et la date de péremption.

Exemples de cas d'utilisation



Case study: Expiration Date Management at the POS
GS1 DataBar protects Polish retailer from selling out-of-date fresh food

Leading Polish retailer adopts GS1 DataBar to automatically manage expiration dates
MJP (Jerónimo Martins Poland), owner of Biedronka, is the leading retailer in the Polish market. Implementing innovative solutions in different areas of its activities, MJP with its Biedronka stores, is the largest retail chain in Poland, with 1900 stores in over 750 locations.

Biedronka has been looking to develop efficient Fresh Food Management programs, such as improving consumer safety and satisfaction, and ensuring traceability and recall.

To be consistent with legal requirements and meet the growing quality demands that customers expect of fresh foods, Biedronka decided to implement GTIN on their variable measure fresh products with GS1 DataBar.

Thanks to this, they can now manage the expiration date of products in an automated way at the point of sale, and ensure that the products they sell meet the highest quality requirements of their customers.

Meeting consumer expectations for high quality fresh food products
Biedronka implemented GS1 DataBar expanded on their fixed and variable measure fresh meats, poultry, fresh salads, bread, dairy and fish. They encoded on the DataBar the GTIN, expiry date, weight and batch number.

The main objective of the project was to guarantee that any products with expired best before date would not be sold to customers.

The second objective was to support a potential recall process of any products that might have quality problems. Customer safety was a key objective of Biedronka's strategy. A final objective was to gain benefits in their fresh food categories like the ones achieved in dry foods, beverages, and non-food products.

MJP expects to have over 100 products marked with GS1 DataBar on its private label products about 10% of its total SKUs.



Meat Factory Direct

Fresh Foods - 2012



Feile Foods: A GS1 DataBar Implementation Case Study



Batch Codes: 50611307
Striploin Steak x 4
Net Wt: 2.08 kg
Exp. In: ILL 288 EC
Pack: ILL 2584 EC
Store: Belgium 0-4 C
Price: 9.99
Pack Date: 10/01/10
Expiry Date: 29/01/10



Case study: Point-of-sale efficiency for Fresh Foods
Korean hypermarket chain automates variable weight and count information with GS1 DataBar

Limited data creates inefficient inventory management of Fresh Foods
For variable measure fresh foods such as fruit, vegetables, meat, fish, weight and count information are important factors in enabling accurate sales forecasting and effective inventory management. As a result, efficiently managing this data is becoming critical for retailers and food suppliers.

The current 13-digit barcode used by retailers for most of their products, called EAN-13, includes only limited information and cannot include variable weights or counts.

In Korea, most retailers, and especially small and medium-sized companies, do not manage data concerning their variable measure fresh foods. Even when they do, the data is marked on products in human-readable formats, which means the process of verifying them cannot be automated.

Leading Korean hypermarket chain adopts GS1 DataBar
GS1 DataBar is a key solution to address these problems. A kind of linear barcode, GS1 DataBar can carry additional information adapted to the individual needs of the retailer and its supplier.

LOTTE Mart is Korea's third largest hypermarket chain. It has 221 stores in 4 countries: Korea, China, Indonesia and Vietnam.



LOTTE Mart became a market leader in adopting GS1 DataBar for variable measure fresh foods, using it as a tool to manage weight and count information. Before the adoption of GS1 DataBar, LOTTE Mart used EAN-13 barcode carrying just price information, and represented weight and count information in a human-readable text.

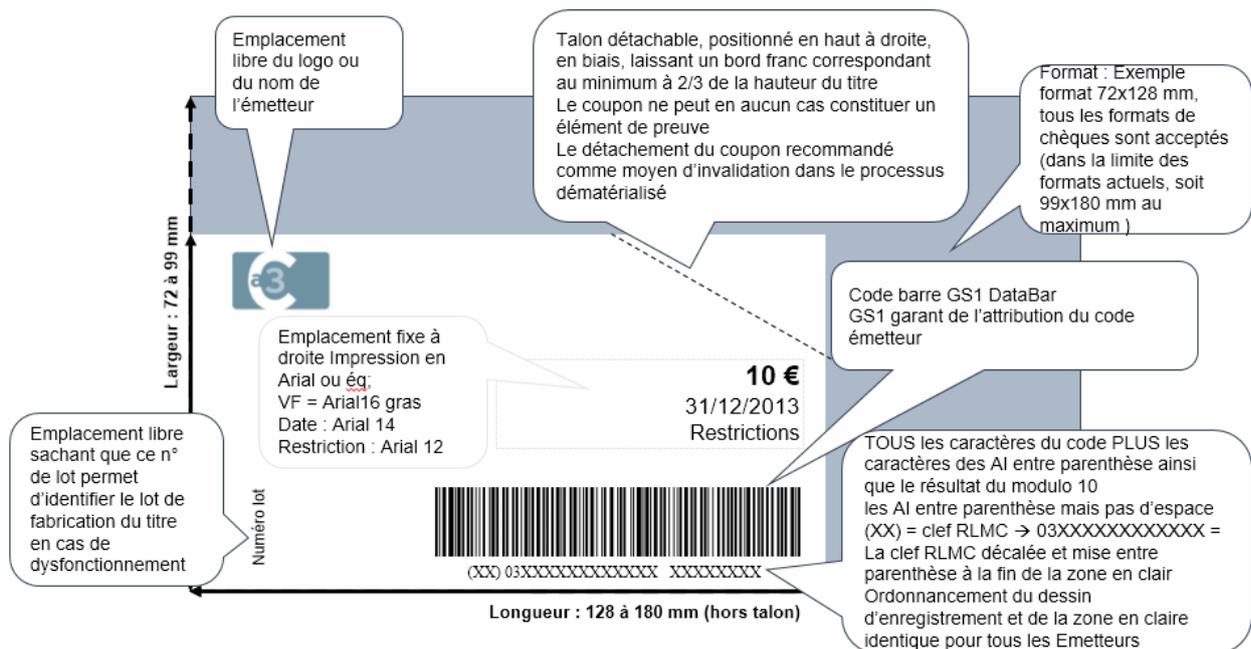
LOTTE Mart used as a data carrier GS1 DataBar Expanded Stacked and encoded weight or count information in addition to price. Thanks to the GS1 DataBar, LOTTE Mart could then automatically read this information at the retail point of sales and capture this in their systems.

Contact : GS1 France info@GS1france.org

FICHE 2

Chèque cadeau 2014 : l'illustration des nouveaux Chèques cadeaux standardisés

Les chèques cadeau 2014 seront standardisés sur les zones essentielles et données pour le commerçant.



Spécimens des Chèques cadeau

Cadhoc



FICHE 3

Témoignage d'entreprise : comment mettre
en œuvre le nouveau Chèque cadeau

Pourquoi vous êtes-vous impliqué dans cette initiative ?

Notre entreprise a eu un rôle moteur dans cette démarche parce qu'elle recherche l'amélioration du mode opératoire de l'encaissement des chèques cadeaux, sa traçabilité et la certitude de son remboursement d'égale valeur.

Aujourd'hui en caisse, la caissière doit identifier le visuel du Chèque cadeau (accepté ou non par l'enseigne), s'assurer qu'il ne s'agit pas d'un faux, lire la date de validité, le montant et selon la procédure le tamponner en caisse ou en back-office.

En back-office, tous les Chèques cadeau sont classés, catégorisés et mis dans des bannettes pour être expédiés aux émetteurs ou au service central de l'enseigne qui fera une expédition centralisée à ces différents émetteurs.

Demain, l'ensemble des données relatives au Chèque cadeau (émetteur, date de validité, montant..) seront contenues dans le code à barres qui sera capturé de manière sécurisée lors du passage en caisse.

Ces données une fois capturées seront historisées dans un fichier qui aura deux fonctions : immédiate comptable (1) et servira dans le futur de fichier de remises aux émetteurs pour remboursement (2).

D'évidence cela fera gagner du temps en caisse et en back office, supprimera de fait les erreurs de saisie et accélèrera les traitements comptables et le remboursement. De plus, cela évitera les écarts entre la remise de l'enseigne et le remboursement par les émetteurs et réduira de fait le nombre de contrôles.

Comment s'y prendre ?

Il est à noter qu'il y a deux situations, soit le commerçant est équipé pour lire le code à barres ou non.

Pour s'investir dans cette démarche de dématérialisation, il doit :

Prendre connaissance du dispositif qui est proposé :

- Consulter le site www.chequecadeau2014.fr
- Répondre à l'enquête ;
- Suivre les indications.

Faire un état des lieux dans son enseigne :

- Point sur l'équipement technique ;
- Sur les pratiques usuelles existantes ;
- Prendre contact avec le prestataire et/ou le service informatique... ;
- Prendre contact avec les émetteurs...

Au préalable, associer dans une réflexion commune les services concernés (service informatique, encaissement, comptable et financier, formation...) et assurer une communication permanente entre ces services. Désigner et responsabiliser une équipe projet pour pilotage. Poser les bonnes questions aux prestataires et aux émetteurs à partir de votre état des lieux : comment pouvez-vous me permettre la lecture du code à barres en caisse ?, s'assurer que le logiciel d'encaissement doit pouvoir recevoir le code à barres et sa traduction en clair et que la somme de ces informations constitue le fichier complet pour traiter le Chèque cadeau.

Une fois ce fichier constitué, il doit être traité sur le plan comptable et dans le futur communicable aux émetteurs.

Après réponse chiffrée des prestataires : validation, calendrier, recettes, le travail de mise à niveau de l'enseigne doit être effectuée et validée avec les émetteurs et les prestataires pour réglages éventuels :

Elaborer les modes opératoires et procédures applicables

Mettre en place et déployer une formation pratique des opérationnels :

- Caissières ;
- Comptables et gestionnaires ;
- ...

Mettre en production et généraliser l'acceptation : l'équipe projet reste en veille pour corrections...

Résultats et bénéfices

L'enseigne s'assure que les trois objectifs : fluidité dans toute la chaîne de traitement (1), sécurité : diminution des erreurs (2), fraude (3) sont atteints et améliorent la rentabilité de l'entreprise.

En résumé, un Chèque cadeau accepté de 10 euros est bien remboursé de 10 euros dans les meilleurs délais et sans contrainte de temps et de contrôles lourds et coûteux.

Un site de référence pour tout savoir sur le nouveau chèque cadeau

www.chequecadeau2014.fr

Pour accompagner les commerçants dans la mise en œuvre du nouveau standard sur les Chèques cadeau mis en place en juin 2014, un site Internet www.chequecadeau2014.fr est mis à disposition de tous les futurs utilisateurs afin de les préparer aux nouveaux usages et avantages générés par le Chèque Cadeau : lecture du Chèque cadeau en caisse, gestion automatisée...). En plus d'un point complet sur la conduite du projet, différents exemples de mise en œuvre du nouveau standard du Chèque cadeau pour les commerçants y sont présentés.

Un contenu évolutif ! Bien entendu, le contenu du site web est en constante évolution au fur et mesure de l'avancée du projet afin de répondre aux questions du monde du commerce.

The screenshot shows the website interface for 'Chèque Cadeau 2014'. The top navigation bar includes 'ACCUEIL', 'CONTACTS', 'RECHERCHE', and 'CONNEXION'. Below this, there are links for 'Projet', 'Code à barres', 'Base documentaire', 'F.A.Q.', and 'Acteurs du projet'. The main content area features a central article titled '2014 Le code GS1 DataBar Expanded : Le standard du marché pour tous !' with sub-headers 'Fluidité en caisse et optimisation des traitements des Chèques cadeau' and 'Les Chèques cadeau sont utilisés dans plus de 50.000 points de vente...'. To the right of the article are logos for 'CHEQUE HAVAS', 'Ticket Kadéos', 'TirGroupé by sodexo', 'Cadhoc', 'Kyrielles', and 'BEST'. The sidebar on the left contains an 'ENQUETE' section with a button to 'Clicker sur l'image pour compléter notre enquête' and links for 'Enquête d'impact' and 'Demande d'informations'. At the bottom of the page, there is a dark banner with logos for 'e3', 'Mercatel', and 'GSI'.

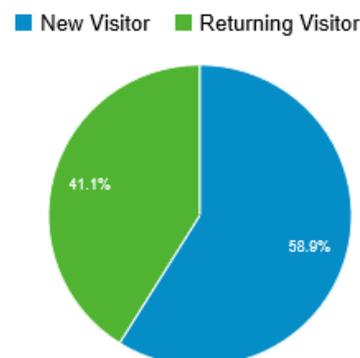
Plan du site

- Première page : La première page présente le projet, met en avant les acteurs concernés, propose une enquête d'impact pour le Commerçants et à tout moment un questionnaire de demande d'informations.
- Conduite du Projet : Conduite du projet, Opportunités et conséquences, Trois types de commerçants, Déploiement et période de chevauchement, Exemple de mise en œuvre dans une enseigne ;
- Code à barres : Format du chèque, Spécimens, Structure du code, Zone en claire ;
- Base documentaire : Documents de communication, Documents techniques du code à barres, Spécifications techniques GS1 ;
- FAQ ;
- Les acteurs du projet.

Fréquentation du site

Ce site qui est à pour vocation d'accompagner des 500 Enseignes qui acceptent les Chèques cadeau ainsi que les Opérateurs techniques est bien visité, les visiteurs consultent bien plusieurs pages lors de leurs visites, téléchargent et questionnent les coordinateurs du projet.

- Nouveaux visiteurs : 59 %
- Nombre de visites : 912
- Nombre de visiteurs : 537
- Nombre de pages visitées : 4 847
- Nombre de pages par visite : 5,31
- Durée moyenne de la visite : 00:05:38



Nombre de visites	Visites
1	537
2	149
3	72
4	47
5	27
6	22
7	16
8	10
9-14	31
15-25	1

Ce qui intéresse les visiteurs :

Code à barres	491	Dossier technique	185
Projet	455	Documents techniques	167
Acteurs du projet	259	Spécimens	160
F.A.Q.	227	Trois types de commerçants	130
Base documentaire	222	Zone en claire	128
Format du chèque	205	Clé RLMC	119
Structure du code	197	Déploiement et période de chevauchement	116