



Belgium & Luxembourg

1.000
bedrijven
op trustbox!

Nummer 2014/2 – 2de semester 2014



Carrefour en Colruyt gaan voor geharmoniseerde EDI berichten ■ GCN verplicht vanaf 1 februari 2015 ■ Delhaize zet historische stap met GDSN ■ Meer dan 1.000 bedrijven op trustbox ■ Bundling of Loads

LINK
2014/2

Colofon

GS1 Belgium & Luxembourg
Koningsstraat 76 bus 1, 1000 Brussel
Tel: 02 229 18 80, Fax: 02 217 43 47
E-mail: info@gs1belu.org
Website: www.gs1belu.org

Semestriële ledentijdschrift:

2de semester 2014

Verantwoordelijke uitgever:

Jan Somers,
Koningsstraat 76 bus 1, 1000 Brussel
Hoofdredactie: Dominique vertroost

Redactie:

Stafleden GS1 Belgium & Luxembourg

Werkten ook mee aan dit nummer:

Jan Verbanck, Pascal Kuipers,
Barbara De Vos en Astrid Huyghe.

Grafische vormgeving:

www.ramdesign.be

Foto's: Dieter Paternoster en GS1

Lees deze LINK ook digitaal



Ce magazine existe également en français et est disponible sur demande à notre secrétariat.

In dit nummer

Carrefour en Colruyt stappen in EDI pilootproject



Beide retailers hebben ermee ingestemd om de geharmoniseerde berichten van GS1 Belgilux uit te testen. Een interview met Monique Hermant en Jeroen Roobaert

4

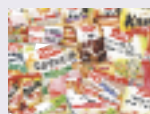
Delhaize zet een historische stap met GDSN



Weldra zullen de brands in hun contracten met Delhaize de voorwaarde aantreffen dat ze hun masterdata via het GDSN netwerk moeten aanleveren. Koen Desmet, Operational support manager bij Delhaize, geeft toelichting.

10

Nestlé en Pepsico bundelen verse gekoelde voeding



Sinds 2012 beleveren Nestlé en PepsiCo hun Belgische klanten gezamenlijk vanuit het distributiecentrum van STEF in Saintes. Daarmee profileren beide verladers zich als pioniers op het terrein van horizontale samenwerking.

21

Verder nog:

Soepele introductie dankzij GS1 standaarden (Finley case)	7
GCN op kortingsbonnen verplicht vanaf 1/2/2015	8
Meer dan 1.000 bedrijven op trustbox	12
Ziekenhuizen willen verandering	14
Camal Barchon, winnaar van Speed docking 2014	17
Ontdek onze opleidingen	18
Workshop Bundling of Loads	19

Save the dates

Noteer alvast in uw agenda:

- **26 januari 2015: Doe-Het-Zelf event** met focus op productdata en datakwaliteit in de sector.
Locatie: Kinopolis Antwerpen.
- **9 maart 2015 in de namiddag: GS1 Healthcare Day** rond het thema 'GS1: a standard for excellence'.
Locatie: Brussels Tour & Taxis.

- **10 maart 2015: FORUM 2015.** Het jaarlijks netwerk en informatie event van GS1 Belgium & Luxembourg rond het thema: 'Beter winkelen met GS1'.
Locatie: Brussels Tour & Taxis.

Via onze website en onze eNews zal u alle details van deze events vernemen.

Teambuilding zomer 2014

Op 29 augustus jl. verzamelde het ganse GS1 Belgilux team in het Nederlandse Goes voor een teambuilding op de Oosterschelde.



Nieuwe databrochure

Is datakwaliteit een prioriteit in uw bedrijf? Bent u vertrouwd met de GS1 standaarden voor productinformatie? Vandaag krijgt u de vraag om uw masterdata met uw handelspartners uit te wisselen. Voedingsbedrijven moeten bovendien hun etiketinfor-

matie publiceren voor de online handel. In onze nieuwe databrochure krijgt u een overzicht van onze standaarden en de gegevensstromen.

Vraag de folder aan via info@gs1belu.org.



Win de ECR Belgilux award 2015!

Hebben u en uw supply chain partner recent een samenwerkingsproject uitgevoerd dat voor beide partijen voordelen opleverde, en wenst u dit project te belichten? ECR of Efficient Consumer Response is een neutraal samenwerkingsplatform tussen fabrikanten en distributeurs. De ECR Award belooft het bedrijf en zijn supply chain partner met het beste samen-

werkingsproject. Voorbeelden zijn projecten rond betere beschikbaarheid van de producten op het schap, vermindering van de CO2 uitstoot dankzij logistieke samenwerking of hogere omzet in de categorie dankzij gezamenlijke acties. Inzendingen worden verwacht **tegen uiterlijk 19 december ek.**

Ontdek de voorwaarden en de inschrijving op onze website via www.gs1belu.org/nl/ecr/best-activation-award



Meer info?

Contacteer
NDeFlou@gs1belu.org

Harmonized EDI: win-win for all

Carrefour en Colruyt stappen in pilootproject

Nu er voor de distributiesector in België en Luxemburg een akkoord is over de harmonisatie van EDI berichtrichtlijnen, breekt de fase van implementatie op het terrein aan. Carrefour Belgium en Colruyt hebben ermee ingestemd om de geharmoniseerde berichten van GS1 Belgilux in de praktijk uit te testen. Een gesprek met Monique Hermant en Jeroen Roobaert, programmamanagers bij respectievelijk Carrefour en Colruyt.

Wat verandert er vanaf 1 januari 2016 precies op het vlak van EDI in België en Luxemburg? "Er zijn eerder al samenwerkingen geweest rond standaarden tussen retailers en GS1," zegt **Jeroen Roobaert**, "De betrokken retailers zijn met die standaarden toen ook aan de slag gegaan. Toch moesten we na die eerste oefening vaststellen dat de standaarden op bepaalde vlakken verschillend geïnterpreteerd werden. Nu gaat het om een geharmoniseerde standaard. Per retailer zijn dus geen aanpassingen meer nodig; enkel een uniforme implementatie dringt zich nu op." Vergt die fase veel aanpassingswerk van de leveranciers? "Niet zo veel," beweert **Monique Hermant**. "Er was al een versie gangbaar en dit alternatief is vooral eenvoudiger."

Geïntegreerde EDI wordt toegankelijker

Van oktober 2014 tot en met april 2015 zullen Carrefour Belgium en Colruyt deelnemen aan het O2C-pilootproject. Hoe pakken ze dat aan? "We zullen de nieuwe berichtrichtlijnen samen met Carrefour en met een aantal leveranciers gaan uitrollen," licht Jeroen Roobaert toe. "In werkgroepen zowel

als bij elke partij intern zijn de noodzakelijke veranderingen uitvoerig besproken. Nu willen we de theoretische inschatting ook in de praktijk uittesten, om te kijken of de impact naar processen en systemen zich effectief voordoet zoals we in de werkgroepen hebben ingeschat. Onze ambitie is om via de geharmoniseerde berichtrichtlijnen geïntegreerde EDI ook voor kleinere leveranciers toegankelijker te maken."

Voor hen is de investering in geïntegreerde EDI ('full EDI') soms een obstakel, zodat KMO's er vaak voor opteren om via webEDI te werken. "Bij webEDI is invoer van gegevens vereist, en dat is niet alleen tijdrovend, het verhoogt bovendien het risico op fouten aanzienlijk," aldus Monique Hermant. "Met het geïntegreerde systeem verloopt alles sneller en gebeuren er minder fouten. Bij geïntegreerde EDI is er ook





Monique Hermant (Carrefour) en Jeroen Roobaert (Colruyt)

nog wel een foutenmarge, maar die is gevoelig kleiner. Datakwaliteit is gewoon een cruciaal element en blijft een aandachtspunt."

Focus op het onboarden

Zullen leveranciers die al via EDI met jullie werken, de vraag krijgen om hun berichten aan te passen in functie van de harmonisering? "Op termijn is het zeker de bedoeling dat iedereen op de geharmoniseerde berichten overschakelt," verzekert Jeroen Roobaert.

"Gebeurt dat niet, dan moeten alle partijen verschillende standaarden blijven onderhouden, en dat kan geen doelstelling zijn. In het begin ligt de focus evenwel vooral op het onboarden van leveranciers die nog niet via EDI met ons werken."

Monique Hermant maakt een kanttekening: "De harmonisering betreft voorlopig enkel België en Luxemburg. Een deel van de leveringen is echter afkomstig van buiten de Belgilux. Op termijn zouden we de geharmoniseerde berichtlijnen van GS1 Belgilux ook in landen als Frankrijk, Nederland en Duitsland willen toepassen. Landelijke verschillen maken het immers node-loos ingewikkeld. Zelfs al zijn de grootste levertolumes van Belgische leveranciers afkomstig, toch vergt de afwikkeling per leverancier dezelfde energie."

Internationale afspraken

Waarom werden niet gewoon de geharmoniseerde berichtlijnen van GS1 Nederland of Frankrijk overgenomen? "Waar mogelijk zijn dezelfde richtlijnen overgenomen," voert Nele

De Flou, lead EDI manager bij GS1 Belgium & Luxembourg, aan. "Bepaalde afwijkingen of bijkomende preciseringen waren evenwel onvermijdelijk omwille van Belgische wettelijke vereisten in de factuur, of wegens het volgen van recentere internationale GS1 afspraken die de Nederlandse of de Franse richtlijnen overrulen, of omdat voor bepaalde bedrijfsbehoeften geen richtlijn bestond, waar we dan met het eCom Committee tot een GS1 Belgilux richtlijn zijn gekomen."

Monique Hermant vindt dat een internationale versie met internationale standaarden op de langere termijn toch sowieso een must is. "Voor EDI is op dat vlak nog een weg af te leggen. Nu goed, we moeten niet alles ineens willen. De implementatie voor België en Luxemburg is al een belangrijke eerste stap. Vooral voor bestellingen en



levernota's moet het mogelijk zijn om verder te gaan, voor Europa en zelfs daarbuiten. Voor facturen ligt het omwille van nationale legale verplichtingen inderdaad wat ingewikkelder."

Administratieve vereenvoudiging

Op de langere termijn is het doel dat alle papier uit de informatiestromen verdwijnt. Of Order to Cash (oftewel het elektronisch uitwisselen van de bestelling, levernota en factuur) ook een voorwaarde kan worden in de jaarlijkse negotiaties met de leveranciers, willen onze gesprekspartners niet met zoveel woorden bevestigen, maar misschien komt dat er stilaan wel van... "Er is vandaag geen verplichting," benadrukt Jeroen Roobaert. "We overleggen en beslissen in partnerschap met de leverancier om tot een EDI implementatie over te gaan. De ambitie moet zijn dat beide partijen hun voordeel doen met EDI, waardoor je samen tot een kosten-

efficiënt en duurzaam ketenproces komt. Het is een element in de globale relatie met de leverancier." Monique Hermant is het helemaal met hem eens.

De vrije markt moet haar rol kunnen spelen en de goodwill moet aanwezig zijn om ertoe over te gaan, zowel bij de leveranciers zelf als bij de providers waarmee ze samenwerken.

EDI goederenontvangstbericht

Een volgende stap in de richting van papierloze informatiestromen is de geharmoniseerde Europese receiving advice (EDI goederenontvangstbericht), waarvan de richtlijnen volop in ontwikkeling zijn, al dan niet gekoppeld aan de digitale handtekening. Hoe dan ook, los van de berichtrichtlijnen vindt Jeroen Roobaert blijven investeren in datakwaliteit – zowel B2B (GDSN) als B2C (trustbox) - van groot belang: "Businessprocessen worden groten-deels door data gestuurd.

Lessen voor leveranciers

- Kleinere leveranciers zijn soms bang van EDI, omdat ze vrezen dat de implementatiekost hoog zal oplopen. Een weboplossing kost echter ook geld en wie in één geïntegreerd systeem investeert, zit meteen goed voor de hele distributie in België en Luxemburg.
- Een despatch advice (DESADV of EDI levernota) verhoogt de efficiëntie en drukt de administratieve kosten.
- Het Order to Cash EDI systeem is perfect transparant en waarborgt een betrouwbare traceerbaarheid.

Opportunities voor de food service sector.

Voorts zijn de geharmoniseerde berichtrichtlijnen ook toepasbaar in de food service sector. Dankzij de geharmoniseerde berichten kunnen leveranciers die met retailers én food service operatoren handeldrijven, een uniforme werkwijze uitrollen onder hun klanten. Zowel de leveranciers als de food service operatoren zijn daarbij gebaat.

Datakwaliteit is cruciaal

Productinformatie, maar ook andere masterdata komen terug in elk deelproces van het end-to-end ketenproces. Foute data of interpretatiefouten in één van de processtappen vergen correcties in alle volgende stappen in het proces, met zowel tijd- als efficiëntieverlies voor de retailer en de leverancier tot gevolg," benadrukt hij. Een correct SSCC label (Serial Shipping Container Code) is daarbij een belangrijk element.

Monique Hermant doet een beroep op GS1 om actief mee de evolutie te stimuleren waarbij de dematerialisatie van de administratie, met de facturen op kop, wettelijke ondersteuning geniet. "In veel gevallen vormt de (EDI)levernota de basis voor de facturatie, maar dat levert in de praktijk allerm minst een waterdicht systeem op, vooral als er sprake is van leveringsverschillen. De Receiving Advice zal daar verbetering in brengen en de mogelijkheid bieden om het receptieproces (meer) te dematerialiseren." Hoe meer optimalisatie de geharmoniseerde EDI in de informatiestromen kan brengen, hoe interessanter voor alle betrokken partijen, want kosten en tijd besparen, is voor iedereen gunstig, toch?

J.H.Verbanck

Meer info?

Contacteer
eCom.support@gs1belu.org

Foto's

Dieter Paternoster

Soepele introductie dankzij GS1 standaarden

Begin september introduceerde Coca-Cola Enterprises FİNLEY, een frisdrank in twee smaken, speciaal voor een volwassen doelgroep op de Belgische markt. Door de toepassing van GS1-standaarden was dit een soepele introductie. Toch is efficiënt introduceren niet vanzelfsprekend. "Het is een hele uitdaging, maar met goede data en de juiste standaarden, zijn de voordelen evident" verduidelijkt Erik De Clercq, ECR Manager bij Coca-Cola Enterprises.



Wat het introduceren van een nieuw product spannend maakt, zijn de voorwaarden waaraan je moet voldoen als je ervoor wilt zorgen dat een nieuw product moeiteloos zijn weg vindt door de supply chain. "Vitale artikelinformatie zoals de afmetingen van producten en omdozen moet uiterlijk twaalf weken voor de introductiedatum beschikbaar zijn", stelt Erik De Clercq bij Coca-Cola Enterprises. "Dat is meestal wel te doen. Voor etiketinformatie echter, is die deadline veel krappere. Die gegevens moeten twee weken voor de introductie beschikbaar zijn. Maar die informatie is meestal pas definitief als het label is ontworpen. Dan ligt de uiteindelijke tekst vast en dat is meestal op het laatste moment."

De Clercq benadrukt dat Coca-Cola Enterprises alle logistieke artikeldata vastlegt en deelt via het Global Data Synchronisation Network (GSDN) van GS1. "We voorzien al onze producten van unieke GTINS om de logistieke processen te verbeteren en om elektronische informatie-uitwisseling in de supply chain mogelijk te maken", zegt hij. "Ook werken we voor de etiketinformatie met trustbox. Reeds 1000 andere leveranciers in België doen dat met ons. Ook de retailers

zijn al aan de slag met deze database, zodat iedereen die online levensmiddelen verkoopt voldoet aan de EU-wetgeving die per half december het ontsluiten van alle etiketinformatie door online verkopers van levensmiddelen verplicht stelt."

Voor de belangrijke introductie van FİNLEY heeft Coca-Cola Enterprises bijna de volledige set GS1 standaarden toegepast. "Waar mogelijk ging de datacommunicatie elektronisch. We hebben in de eerste introductieweek ruim duizend EDI-leverbonnen en achthonderd EDI-facturen met de EDI-gegevens van de betrokken nieuwe producten naar verschillende retailers gestuurd. Alles verliep snel en vlekkeloos."

Coca-Cola Enterprises gebruikt vooral het EDI-verzendbericht en het papierloze EDI-factuurbericht. "We verwerken ook bestellingen via EDI, maar dat doen we minder frequent", zegt De Clercq. "Het EDI-verzendbericht hebben we in twee varianten: de geavanceerde versie voorzien van een SSCC en de simpele versie waarop enkel de hoeveelheden staan vermeld. De papierloze EDI-factuur dringt verder door als standaard. Daarin hebben we nog wel wat te winnen, want op dit

moment verzenden we nog steeds zo'n zestig procent van onze facturen op papier. Dat is met name naar de klanten uit andere kanalen dan de retail. Het uitbannen van papier is de grote uitdaging in het kader van het duurzaamheidsbeleid. Coca-Cola Enterprises Belgium ondersteunt van harte alle initiatieven van GS1 België om onze klanten te helpen bij het uitrollen van de EDI-factuur."

Want de voordelen zijn groot, zo ervoer ook Coca-Cola Enterprises bij de uitlevering van FİNLEY. De Clercq: "Van alle leveringen hebben we in slechts enkele gevallen een bericht gekregen dat er iets niet klopte. Omdat de communicatie elektronisch verliep, ontvingen we meteen na de fout zo'n bericht. Onze accountmensen kwamen meteen in actie om dezelfde dag nog het probleem op te lossen met de klant. Er hoefde geen zending retour. Zonder EDI gaat dat wel eens anders. Dan duurt het een tot twee weken voordat het probleem is opgelost. Al die tijd kan er niet worden geleverd en komen er mogelijk zendingen retour. Snelheid van informatie uitwisseling is naast efficiënte administratie een groot voordeel van EDI."

Pascal Kuipers

GCN op kortingsbonnen verplicht vanaf 1/2/2015

Op 12 september jl. kwamen GS1 Belgium & Luxembourg, BABM, Comeos en HighCo Data samen overeen dat alle kortingsbonnen met een geldigheidsdatum vanaf 1/2/2015 met een GCN moeten aangemaakt worden. Bent u kortingsbonuitgever? Dan is de volgende informatie belangrijk voor u!

Wat is het GCN?

Het GCN of Global Coupon Number is de nieuwe standaard voor kortingsbonnen. Dit nummer wordt samen met de waarde van de bonn weergegeven in een barcode van het type GS1 DataBar.

Het GCN vervangt de vroegere manier om een kortingsbon te identificeren, met name een nummeringstructuur beginnend met prefix 981, 982 of 983 weergegeven in een EAN-13 barcode.

Waarom het GCN?

De invoering van het GCN biedt talrijke voordelen. Vooreerst wordt het verwerkingsproces van de **gepersonaliseerde kortingsbon**

eerde kortingsbon eenvoudiger. Op een gepersonaliseerde kortingsbon stonden voorheen twee barcodes: de EAN-13 barcode (die de kortingsbon identificeert) en een Code 39 (die de persocode voorstelt). De persocode die de consument identificeert, wordt niet aan de kassa gescand, maar wordt naderhand door een clearing house afzonderlijk en manueel geteld. Met de invoering van het GCN wordt de persocode in één en dezelfde barcode geïntegreerd, waardoor hij ook aan de kassa gescand wordt. Hiermee wordt de papieren coupon flow gedematerialiseerd na het scannen aan de kassa (in het kader van de Coupon Data Pool), wat op termijn kostenverlagend zal werken. Ten tweede wordt de kortingsbon nu **internationaal uniek** geïdentificeerd.

De prefixen 981, 982 en 983 vormden slechts een Europese oplossing, beheerd door GS1 België. Met het GCN hoeven er geen uitgeversnummers meer te worden toegekend en gefactureerd aangezien het GCN gevormd wordt op basis van het GS1 bedrijfsprefix

Ten derde wordt een **uitputting van de prefixen** 981, 982 en 983 vermeden. Ten slotte kan de **m-coupon** gepersonaliseerd worden.

Het implementatieproces

De nieuwe standaard voor de kortingsbon werd reeds in 2012 goedgekeurd door de Raad van Bestuur van GS1 België. Met de voorgestelde



migratie werd er vooropgesteld dat alle retailers de GS1 DataBar automatisch zouden kunnen scannen aan al hun winkelkassa's. Dit verklaart waarom de migratie enige tijd in beslag nam. Met alle betrokken partijen werd regelmatig gecommuniceerd en overlegd tot op het punt dat eenieder overtuigd was dat de oplossing een voldoende draagvlak en toepassing had gekregen.

Vandaag kunnen we stellen dat de automatische scanning van het GCN aan de kassa een feit is bij een grote meerderheid van de winkelpunten. De winkels die daar nog niet aan voldoet

moet voorlopig een manuele procedure voorzien.

Tot op heden hadden de kortingsbonuitgevers de keuze tussen de oude en de nieuwe standaard. Het finale migratieplan houdt in dat alle kortingsbonnen, zowel gepersonaliseerd als niet-gepersonaliseerd, waarvan de geldigheidsdatum start vanaf 1 februari 2015 geïdentificeerd moeten worden met een GCN. Kortingsbonnen met een geldigheidsdatum die start vóór 1 februari 2015, kunnen ofwel met de oude ofwel met de nieuwe structuur geïdentificeerd worden.

Coupon Data Pool

De GS1 Belgilux Coupon Data Pool is een elektronisch verwerkingsplatform voor kortingsbonnen. Via de Coupon Data Pool kunnen kortingsbonnen met een GCN gratis aangemaakt worden. Het unieke aan dit systeem is de link tussen de promotie en het aan te kopen product. Daarmee wordt een bon aan de kassa enkel aanvaard indien aan de aankoopvoorwaarden wordt voldaan. Momenteel is dit project in test in 8 pilootwinkels: Carrefour Tervuren, Bierges, Evere, Kuringen & Schoten en Delhaize Dinant, Haacht & Ekeren. Carrefour en Delhaize plannen een verdere roll-out in alle winkels.

Laat uw kortingsbon met GCN controleren!

Laat uw kortingsbon controleren door GS1 Belgilux alvorens hem op de markt te brengen. GS1 Belgilux beschikt als enige organisatie over controleapparatuur om te kunnen garanderen dat een barcode aan alle kassa's gescand kan worden. Met deze apparatuur kunnen wij u ook de nodige feedback geven wat betreft afmetingen, structuur en inhoud van uw barcode. Deze controles zijn inbegrepen in het GS1 Belgilux lidmaatschap.

Contacteer ons via Barcodes.support@gs1belu.org en stuur uw bonnen liefst per post naar: GS1 Belgium & Luxembourg – Barcodes Departement Koningstraat 76 B-1, 1000 Brussel

m-coupon

GS1 Belgilux stelt alles in het werk om de mobiele kortingsbon of m-coupon op korte termijn mogelijk te maken via de Coupon Data Pool. Een m-coupon is een kortingsbon die de ganse keten doorloopt zonder dat deze op papier of in een andere fysieke vorm hoeft weergegeven te worden. Deze kortingsbon wordt in digitale vorm opgeslagen op een mobiel toestel. De m-coupon biedt een waaiër aan mogelijkheden op vlak van direct marketing.

Meer info?

Contacteer coupondatapool@gs1belu.org

Vaak gestelde vragen (FAQ)

Wat moet ik doen als ik nu al een kortingsbon heb aangemaakt met een geldigheidsdatum tot bijvoorbeeld 31/10/2015?

De retailers blijven de EAN barcode scannen tot 31/12/2015 of langer indien nodig.

Heb ik (of mijn agentschap) de juiste software om een GCN aan te maken?

We stellen vast dat de kennis omtrent de GCN software dikwijls ontoereikend is. Contacteer GS1 Belgilux via barcodes.support@gs1belu.org voor meer info.

Past het GCN op een bon on pack (BOP)?

Ja. Zie voorbeeld hieronder.



Wat moet ik doen als een retailer een kortingsbon met GCN aan de kassa weigert?

Noteer over welke winkel het gaat en informeer barcodes.support@gs1belu.org zo snel mogelijk zodat we de betrokken retailer kunnen informeren.

GDSN als basis voor masterdata-uitwisseling

Delhaize zet een historische stap

Weldra zullen de 'national brand' leveranciers van Delhaize in hun contracten als voorwaarde aantreffen dat ze de masterdata die ze aan Delhaize communiceren, moeten aanleveren via het gestandaardiseerde GDSN netwerk van GS1. Operational support manager Koen Desmet geeft toelichting, bijgestaan door Arthur Van Crombrugge (manager vendor compliance office) en Isabelle Strube (coördinator data projects).

Eenvormigheid

De ontwikkeling van een model is één ding, een en ander effectief in de praktijk zetten is nog wat anders. Dat Delhaize de stap nu als eerste zet, kadert in de overgang naar SAP-ERP, die de retailer volop aan het lanceren is. "Die roll-out verplicht ons om heel gestandaardiseerd te werk te gaan. Vandaar dat wij het GDSN gebruik nu eveneens in de praktijk uitrollen." Een historische stap, toch? "Wat de prakti-

sche uitvoering betreft, misschien wel, ja. Het idee zit al langer in de pijplijn en er is nog weinig discussie over."

De roll-out van SAP-ERP gebeurde eerst in de diepvriesproducten.. Een logisch gevolg is dat de roll-out van GDSN eveneens in die afdeling plaatsvindt. Begin 2015 volgen dan grocery en drinks. "De leveranciers publiceren voortaan volgens het Belux datamodel dat is overeengekomen, en dat zal hun het leven een pak vergemakkelijken. Vooral de grotere leveranciers zijn vragende partij om meer eenvormigheid te verkrijgen in de datacommunicatie naar de retailers. Als ze de basisdata in één beweging met alle retailers kunnen delen, is dat een groot voordeel."

gaan. Dit is trouwens geen eenzijdige beslissing: de consensus is er, na lange voorbereidende gesprekken, mede op vraag van de leveranciers gekomen. Nu brengen we de voorstellen in de praktijk."

De targetgroep zijn de national brands in de Belgische markt. "Toch is de benefit ook voor niet nationaal gedistribueerde merken duidelijk: een strakkere opvolging en stroomlijning. Voor de volledigheid: voor het merk Delhaize, met Delhaize specifieke kwaliteiten en data, geldt de beslissing niet." Het principe van een 'vendor buyer portal' blijft daarvoor mogelijk en die zal verder worden uitgebouwd als kanaal voor Delhaize specifieke data.

Veranderingsproces

Voor de leveranciers is de impact niet klein, want heel wat nationale merken zijn reeds op GDSN aanwezig. "Ze zaten er als het ware op te wachten om de al opgezette dataconnectie richting de retailers te gaan gebruiken." Een aantal merken zijn nog niet aan het GDSN proces aangepast. Mogen zij op termijn bij Delhaize niet meer meedoen? "Kijk, de markt evolueert en bedrijven, ook onze leveranciers, moeten daarin mee-

Basisvoorwaarde

Zullen merken echt helemaal niet meer aan Delhaize mogen leveren, als ze hun werkmethode niet aanpassen? "GDSN wordt de basis voor alle itemcreaties van nationale merken. Het zal als basisvoorwaarde voor referentiëring bij Delhaize in de leverancierscontracten opgenomen worden. We hanteren wel een opstartperiode in lijn met onze SAP roll-out; vandaar dat we in nauw overleg met onze leveranciers een on-



Koen Desmet



"Het data comité – een GS1 overlegorgaan tussen de grootste retailers en de leveranciers – heeft eigenlijk jaren geleden al beslist om 1 Belgilux datamodel te promoten. Een gestandaardiseerd model in de communicatie tussen retailer en leverancier is immers voor iedereen de beste oplossing. Als elke retailer zijn eigen eisen stelt aan het masterdataverkeer, wordt het voor de leveranciers nodeloos complex."

boarding-plan afspreken." Informatie delen via het gestandaardiseerde Belgilux GDSN datamodel is trouwens perfect in lijn met de Europese verordening EU 1169/2011 Food Information to Consumers.

De roll-out gebeurt gefaseerd. "Alle national brand leveranciers in frozen products, die toch een mooi aantal producten vertegenwoordigen samen, publiceren hun gegevens momenteel in de GDSN database, waar wij de gegevens betrekken. In maart 2015 komen daar nog eens 132 producenten bij, in een eerste golf van leveranciers in de categorieën grocery en drinks. Op dit moment zijn we volop bezig met het onboarden. Samen met GS1 moedigen we de bedrijven aan om dat binnen de vooropgestelde timings te realiseren, en voor de meeste lukt dat aardig."

Ondersteuning

Hoe meer retailers mee in het systeem zouden stappen, hoe vlotter de onboarding wellicht zal verlopen. "Eind 2015 plannen we dan de verse producten in het systeem op te nemen, weer met een focus op de national brands. Intussen kunnen de internationale leveranciers die al via GDSN publiceren, mee aan boord komen. Zij vormen niet de targetgroep,

we verplichten hen dan ook niet, maar we moedigen hen wel aan om de GS1 standaarden te volgen. Hoe meer we op deze manier gestandaardiseerd kunnen werken, hoe beter."

De lancering van diepvriesproducten is voor Delhaize een zeer goede leerschool geweest. "Daarbij is de hulp van GS1 – in de vorm van opleidingen en trainingen – zeker welgekomen om zowel de leveranciers als onszelf in het omschakelproces te ondersteunen. Gebruikers van het oude datamodel hebben immers wat last om de nieuw gevraagde informatie in de gepaste velden aan te leveren en op het nieuwe datamodel te aligneren."

Datakwaliteit

De discussie gaat daarbij totaal niet over het nut – de benefits zijn voor alle betrokken partijen voldoende duidelijk – maar over het tijdschema. "Elk bedrijf

hanteert zijn prioriteitenorde. Een van de onze is: masterdata en de vereenvoudiging van de creatieprocessen eromheen! We willen die graag ook bij onze partners top of mind maken. Trustbox kan een aanknopingspunt zijn, al is het voor sommige leveranciers een argument om spreiding in de tijd te bepleiten: ze willen eerst tegen december via trustbox in regel zijn met de Europese verordening, alvorens op GDSN over te schakelen." GS1 trekt op alle fronten actief mee aan de kar, wars van de commerciële relaties en belangen die tussen Delhaize en de leveranciers spelen. "Zo kan GS1 een neutrale, sturende rol spelen om de markt naar standaardisering te doen evolueren. Masterdata en procesvereenvoudiging zijn dan wel een prioriteit voor ons, het blijft slechts een middel om ons te kunnen focussen op onze core business, namelijk retail."

J.H. Verbanck

Efficiëntie verhogen

Standaardisering tussen leveranciers en hun retailklanten kan iedereen het leven aanzienlijk vergemakkelijken. Naast GDSN zijn ook de Coupon Data Pool en EDI geschikte middelen. Als die systemen in een eengemaakte communicatie met elkaar praten, waarbij datakwaliteit een basisvoorwaarde is, ontstaat een coherent verhaal dat de efficiëntie danig verhoogt.

Meer info?

Contacteer
cdb.support@gs1belu.org

Foto's

Dieter Paternoster



Meer dan 1.000 bedrijven op trustbox. Nu nog alle data opladen!

Op 13 december 2014 wordt de nieuwe Europese Verordening van kracht die online retailers en webshops verplicht om de etiketinformatie van voedingswaren ook online beschikbaar te maken. GS1 Belgilux heeft hiervoor het trustbox platform ontwikkeld en stelt dit ter beschikking van alle leveranciers binnen het lidmaatschap. Maar zijn de leveranciers wel tijdig op de kar gesprongen? **Een update enkele weken voor de deadline.**



Volgens de Europese Verordening 1169/2011 moet de consument die voedingswaren 'op afstand' koopt, net zo geïnformeerd kunnen kopen als de consument die de verpakking in handen heeft. Zo moet hij ook online over informatie met betrekking tot o.a.

ingrediënten, allergenen en voedingswaarde kunnen beschikken. Hoewel deze maatregel slechts kort beschreven staat in de Europese Verordening, zijn de gevolgen voor de voedingssector groot.

Partijen opteren globaal voor het trustbox platform

Vrij snel na het verschijnen van de Europese Verordening nam GS1 Belgilux het initiatief om de partijen bij elkaar te brengen. De voor de hand liggende oplossing was gebruik te maken van de CDB (Central Data Bank), de data pool aangesloten op het Global Data Synchronisation Network van GS1. Dit netwerk geldt namelijk als bron van kwalitatieve masterdata. Aangezien de Belgische retail de CDB pas eind 2014 en 2015 zal uitrollen, werd beslist om een nieuw en gebruiksvriendelijk platform te ontwikkelen op basis van de GS1 source standaard: trustbox.

Niets werd aan het toeval overgelaten. Zo ging de invoering van het trustbox

platform gepaard met veelvuldig testen en werden meerdere werkgroepen opgestart om het werkkader en de gebruiksvoorwaarden te definiëren. Zowel de web userinterface als de data base architectuur werden aan een grondige audit onderworpen.

Midden oktober jl. ontvingen alle trustbox gebruikers een belangrijke mededeling. **De nieuwe versie van trustbox is beschikbaar.** Concreet betekent dit dat een aantal noodzakelijke wijzigingen werden doorgevoerd (= een aantal velden werden toegevoegd) om voor de volle 100% te voldoen aan de Europese Verordening 1169/2011. Door in te loggen met zijn login en paswoord op **trust-box.be**, kan elke gebruiker de aangebrachte wijzigingen bekijken en de informatie aanvullen indien nodig. De reeds ingebrachte gegevens blijven perfect beschikbaar in de database. Gebruikers hoeven enkel hun productassortiment te overlopen en gegevens aan te vullen **indien nodig**. Belangrijk is erover te waken dat alle informatie die vandaag op het fysieke etiket vermeld staat ook online volledig en correct beschikbaar wordt via trustbox.

Alle bijgewerkte handleidingen zijn te vinden op onze website:
www.gs1belu.org/nl/projecten/trustbox/stappenplan

Ondersteuning door GS1

Voor het GS1 Belgilux data team zijn het drukke tijden. De helpdesk werd versterkt om de continue stroom van trustbox aanvragen te verwerken. Bij het eerste contact wordt de trustbox aanvrager aangespoord om een gratis opleiding te volgen. Na de theorie, moet elke deelnemer een product in trustbox opladen onder toezicht van een medewerker van het datateam. Zo kan de gebruiker met vertrouwen van start gaan en zich, indien nodig, verder telefonisch of via e-mail door het data-team laten begeleiden.

Voedingsbedrijven kunnen opteren voor het zelf opladen van de gegevens of zich te laten bijstaan door een gecertificeerde solution provider. Mits betaling, bieden deze partners doorgaans een volledige dienstverlening inclusief wegen, meten, 3D foto, ... en het opladen van de gegevens in het gewenste platform.

Daarnaast voert GS1 Belgilux steekproefsgewijs controles uit. Deze audit bestaat uit het nemen van een foto van het productetiket waarna de gegevens op het etiket vergeleken worden met de gegevens die het bedrijf in trustbox opgeladen heeft.

Om de dienstverlening te vervolledigen, zal GS1 Belgilux gebruik maken van de **GS1 data checker**, die weldra gelanceerd zal worden in het kader van een piloot. Hiermee kan het kwaliteitsniveau van de data gecommuniceerd en opgevolgd worden aan de hand van logische controles (op consistentie, volledigheid en onderlinge afhankelijkheid van data beschikbaar in trustbox of GDSN).

“Het gebruik van de GS1 data checker, opleidingen en audit vormen de 3 pijlers van onze datakwaliteit strategie. De combinatie van deze drie pijlers zal een **synergie-effect** hebben en zal bovendien zorgen voor een **duurzame** verbetering van het datakwaliteitsniveau in de Belgilux markt” aldus Jan SOMERS, CEO GS1 Belgilux

Bovendien voerde GS1 Belgilux tijdens 2014 een grote communicatiecampagne, gebaseerd op fysieke mailings en e-mailings naar 2.000 adressen van food business operators, video's, advertenties, posters en perscampagnes.

Hoever staan we vandaag?

Tijdens de voorbije zomermaanden contacteerde GS1 Belgilux honderden voedingsbedrijven waarvan bleek dat zij nog geen trustbox account hadden. GS1 Belgilux baseerde zich hierbij op lijsten van foodleveranciers geïdentificeerd door de retailers. De betrokken bedrijven werden geïnformeerd over de nakende Europese richtlijn en de modaliteiten van trustbox. Deze actie heeft zich vertaald in een groot aantal nieuwe trustbox aansluitingen.

Enkele weken voor de deadline hebben meer dan 1.000 bedrijven een trustbox account aangevraagd. Nu bestaat de uitdaging erin om alle producten tijdig in trustbox op te laden. Retailers hebben tijd nodig om de gegevens te controleren en zelf ook in hun webshops op te laden. Zij hebben daarover veelvuldig gecommuniceerd met hun leveranciers om hun deadlines bekend te maken. Respecteer daarom deze deadlines en vermijd zo dat uw producten niet langer online kunnen aangeboden worden.

“Het aantal trustbox aansluitingen stemt ons best tevreden. Daarnaast is er echter nog een hele weg af te leggen vooraleer alle producten in trustbox opgeladen zullen zijn. Wij bevelen aan om bijzonder waakzaam te zijn wat betreft de **volledigheid en de kwaliteit** van de opgeladen data. Dan pas zal onze gezamenlijke opdracht echt succesvol zijn” aldus Jan Somers, CEO van GS1 Belgilux.

Heeft u nog vragen?

Contacteer ons data team:
mytrustbox@gs1belu.org



Ziekenhuizen willen verandering!

In een sector waar budgetten onder druk staan, is efficiëntie en kostenbesparing van groot belang. Het gebruik van de GS1 standaarden is meer dan ooit actueel.



Richard Price (EAHP), Jan Somers (GS1), Xavier Lemaitre en Thomas De Rijdt (UZ Leuven), Séverine Dewerpe (GS1)

UZ Leuven wint Award

Het Universitair Ziekenhuis Leuven heeft in oktober jl. de 'Provider Recognition Award' gewonnen tijdens de 26ste GS1 Global Healthcare Conferentie in Kopenhagen. Adjunct-Diensthoofd Ziekenhuisapotheek **Thomas De Rijdt** en collega **Xavier Lemaitre** namen de Award in ontvangst voor hun implementatie van de GS1 standaarden. Het gebruik van de

GS1 identificatiesleutels en barcodes, gekoppeld aan 'bedside scanning' levert niet enkel voordelen op het vlak van patiëntveiligheid, maar zorgt ook voor een beter voorraadbeheer. Het Healthcare Provider Advisory Council (HPAC) Award Review Team, dat de winnaars benoemt en selecteert, bestaat uit vertegenwoordigers van de industrie en van ziekenhuizen, alsook uit verschillende leden van het GS1 Healthcare Leadership Team.

UDI workshops

Tijdens de zomer 2014 sloegen GS1 Belgilux en GS1 Nederland de handen in elkaar om fabrikanten van medische hulpmiddelen die leveren aan de Amerikaanse markt beter te informeren over de nieuwe wetgeving rond Unique Device Identification (UDI). De betrokken fabrikanten moeten op korte termijn klaar zijn voor implementatie. Om de overgang optimaal voor te bereiden werden 2 workshops georganiseerd waarbij de nieuwe regulering en de praktische toepassing ervan stap voor stap werden toegelicht. Levert u ook aan de Amerikaanse markt of heeft u ook nood aan begeleiding en informatie over UDI? Contacteer SDewerpe@gs1belu.org.

Volg een GS1 Healthcare webinar

Kostenbesparingen, efficiënter stockmanagement, traceerbaarheid en een betere kwaliteit van de zorg zijn voor veel ziekenhuizen topprioriteiten geworden. Maar hoe? Ziekenhuizen willen het beste, maar dit is niet altijd eenvoudig. Vaak worden producten geleverd met 4 verschillende barcodes, wat efficiëntie en traceerbaar-



Business case van Type 2 Solutions

Patiëntveiligheid staat voorop in het Erasmus MC (Nederland)

Patiëntveiligheid is één van de belangrijkste onderwerpen binnen het Erasmus MC. Om de patiëntveiligheid te vergroten en te borgen heeft het ziekenhuis het Veiligheidsmanagementsysteem (VMS) thema 'High Risk Medicatie' geïmplementeerd. In het kader daarvan gebruikt het Erasmus MC Mediclabel om ieder geneesmiddel te voorzien van een speciaal ontwikkeld standaard toedienetiket met een GS1 DataMatrix barcode.

"Dagelijks worden er op de OK per patiënt veel verschillende intraveneuze geneesmiddelen klaargemaakt. Om de spuiten te etiketteren gebruikten we vroeger voorgedrukte labels met kleurtjes. Alle benodigde extra informatie

werd er met de hand bijgeschreven. Het label was daardoor niet altijd goed te lezen en er werden op basis van de kleur van het etiket aannames gedaan. Met Mediclabel en één standaard label is dat verleden tijd. We gebruiken op het standaard label geen kleuren meer en hebben als barcode gekozen voor de GS1 Datamatrix. Het helpt ons om er voor te zorgen dat het juiste geneesmiddel, in de juiste concentratie, op de juiste wijze wordt klaargemaakt." verklaart Dave Gonlag, anesthesiemedewerker in het Erasmus MC.

Het streven is om binnen het Erasmus MC met één standaard systeem te werken. Een uniforme manier van werken zorgt voor duidelijkheid en veiligheid.



Meer informatie:

www.mediclabel.nl

heid tegenwerkt. Alle partijen ijveren voor slechts één uniforme en globale barcode per product. De uitdaging is groot, zeker voor grote en complexe entiteiten zoals ziekenhuizen. GS1 organiseert regelmatig webinars rond succesvolle implementaties bij zorginstanties. Hoe kunnen zij tijd en geld besparen, maar ook patiëntveiligheid tot een hoger niveau tillen? Kortom, ontdek het ziekenhuis van morgen via www.gs1.org/healthcare/hpac_webinars

Business case van GS1 België partner QUASYDOC

BLOC haalt de EU 1169/2011 deadline dankzij automatische upload naar trustbox

Bij BLOC zijn ze helemaal klaar voor trustbox. Dankzij een efficiënte specificatiemodule slaagt de coöperatie erin om succesvol de GS1 standaard te implementeren.



BLOC is de groepering voor samenaankoop en invoer van de merken Winny, Best Of en Promelior. De web-based software Quasydoc stroomlijnt de productspecificaties en automatiseert de kwaliteitscontrole. De BLOC-leden plaatsen er hun reservaties, voeren er bestellingen in, zoeken er kwalitatief hoogstaande data op en raadplegen er hun contracten.

Verregaande automatisering
Johan Vandercappellen, zaakvoerder van Quasydoc: "BLOC stelt met de Quasydoc-specificatiemodule zijn product- en processpecificaties op en beheert die van grondstof tot eindproduct. Alle leveranciers beheren hun specificaties in de lay-out van BLOC.

Zij hebben afgebakende toegang tot het systeem om hun productgegevens in te vullen. Quasydoc verifieert alle specificaties en meetresultaten automatisch. Voldoen ze niet aan de minimale vereisten die BLOC gespecificeerd heeft? Dan volgt er een melding."

Link met trustbox als logische next step

Chris De Meirsmen, general manager van BLOC, is uitermate tevreden dat hij vanuit de specificatiemodule nu ook de spreadsheet voor trustbox automatisch kan genereren: "BLOC zocht in 2012 een instrument om de productspecificaties van zijn private label-producten te beheren. De toegankelijkheid van het systeem en bijgewerkte

informatie waren daarbij heel belangrijk. De cloudtechnologie van Quasydoc sprak ons onmiddellijk aan: onze leveranciers vullen de informatie via de software in en na validatie wordt ze door onze kwaliteitsdienst gepubliceerd voor leden. Zij kunnen via hun toegang in het systeem eenvoudig de meest actuele specificaties van hun producten raadplegen.

Ondertussen zijn de meer dan 1500 productspecificaties van ons gamma beschikbaar in Quasydoc. De link met trustbox was een volgende logische stap: zo stellen we de informatie die we al beschikbaar hebben zonder rework meteen ter beschikking van trustbox."

Meer informatie:

www.quasydoc.eu/



Camal Barchon winnaar van de Speed docking Award 2014

Dankzij de kortst gemeten gemiddelde verblijftijd van vrachtwagens sleept de onderneming Camal, gevestigd in Barchon, de eerste plaats in de wacht bij de wedstrijd Speed Docking in de categorie 'Verse voeding'. De distributeur van melkproducten levert momenteel meer dan 2.000 referenties bij 800 klanten. Een ontmoeting met deze specialist in de 'fresh food'-sector.

"We hebben altijd grote inspanningen geleverd om de lostijd van een voertuig zo kort mogelijk te houden. Maar nu wordt onze knowhow voor het eerst erkend met een prijs", aldus een tevreden **Alain Houben**, afgevaardigd bestuurder van Camal. Deze onderneming werd opgericht in 1918. Ze kon zich onmiddellijk onderscheiden in de distributiesector en is snel buiten onze landsgrenzen getreden.

Vanuit het logistieke centrum van Barchon staat Camal vandaag in voor het beheer van meer dan 2.000 referenties van Europese verse producten die vervoerd worden naar twee bestemmingen: Wallonië en het Groothertogdom Luxemburg.

"Met onze vloot, die bestaat uit 9 vrachtwagens en een bestelwagen, leveren we aan meer dan 800 klanten. Uiteraard in de grootdistributie maar ook in scholen, ziekenhuizen, de horecasector, zuivelhandels, detailhandel enz. Gezien het type produc-

ten dat we transporteren en het aantal klanten, zijn we het aan onszelf verplicht om een uitstekend tijdsbeheer en een snelle uitvoering te garanderen."

Die twee troeven zijn dus bekroond met de Speed Docking prijs. "Tien weken lang werden onze verblijfstijden gechronometreerd, i.e. de tijd tussen de aankomst en het vertrek van de vrachtwagen met goederen. Dat is inclusief het dokken, het lossen en de controle van de goederen." Al die transacties gebeuren bij Camal in een gemiddelde tijdspanne die alle records breekt. "Wij leveren dagelijks inspanningen om onze lostijden te verbeteren en een operationele efficiëntie van 100% te behalen", verzekert Alain Houben. "Deze prijs sterkt ons in de idee dat we de ontvangst van de producten correct afhandelen. Maar dit is slechts een klein deel van onze logistieke keten. Wij steken evenveel energie in de andere facetten van ons beroep."

Astrid Huyghe

Wie is Camal?

Camal telt 40 werknemers. Het logistieke centrum in Barchon bestrijkt 4.500 m², waarvan er 3.500 bestemd zijn voor isotherme opslaghallen. Als het gaat om ultraverse producten en Belgische kazen, behoort Camal bij de leiders op nationaal vlak. De onderneming hangt af van Milcobel, een coöperatieve die de melk van bij de producenten koopt en vervoert en activiteiten ontplooit die een duurzame verkoop en een eerlijke verkoopprijs waarborgen. Milcobel is georganiseerd als holding die, naast de aankoop en verkoop van melk, de enige aandeelhouder is van meerdere bedrijven met elk een specifieke activiteit in het domein van melkproducten. Die bedrijven zijn verspreid over 9 productiesites in België, Frankrijk en Nederland. Camal SA is een van de bedrijven die instaan voor het luik distributie.

Meer info
over speed docking?

Contacteer
NDeFlou@gs1belu.org



Camal levert aan
meer dan 800
klanten in
Wallonië en het
Groothertogdom
Luxemburg.



Ontdek onze opleidingen

Met de uitrol van trustbox en de CDB werd in 2014 een nooit eerder gekend aantal opleidingen gegeven. Maar ook rond andere thema's bieden wij cursussen aan om u in een onderwerp in te werken of om uw kennis op te frissen.

In het eerste semester 2015 organiseren wij in totaal een 80-tal opleidingen over de volgende thema's:

- Barcodes voor beginners
- Barcodes voor gevorderden
- Logistiek etiket en elektronische levernota
- EDI voor beginners
- Geharmoniseerde EDI berichten
- Basisopleiding gegevensynchronisatie (GDSN/CDB)
- Voldoen aan EU Verordening 1169 met trustbox
- Voldoen aan EU Verordening 1169 met de CDB
- Hoe werken met de Coupon Data Pool
- GS1 in de gezondheidszorg

De opleidingsdatums en inschrijvingen vindt u op www.gs1belu.org/nl/opleidingen.

Business case van GS1 Belgilux partner Biv Team SA

PROMOMED realiseert efficiënt aan- en verkoopbeheer met GS1 standaarden

Bij elke levering ontvangt PROMOMED vooraf een EDI leverbon (DESADV). Wanneer de vrachtwagen aankomt, volstaat het om de SSCC op de binnenkomende palletten te scannen. De samenstelling van de palletten staat immers beschreven in het DESADV bericht. Zo kan een levering in minder dan 15 minuten afgehandeld worden, zonder verdere administratieve tussenkomst.

De bestellingen van de grootdistributie en de herbevoorradingbestellingen die door de PROMOMED salesploeg verzameld worden, worden per EDI verzonden (ORDERS). Deze bestellingen worden automatisch in het informatiesysteem geïntegreerd. De heftruckchauffeurs bereiden de bestellingen voor met behulp van hun WIFI handheld barcode scanners. Zodra een bestelling afgerond is, wordt het DESADV bericht automatisch aangemaakt en wordt de leverbon afgedrukt. Nadien genereert het systeem automatisch de factuurberichten (INVOIC) voor de klanten.



Meer info

www.biv-team.com

Workshop Bundling of loads

Samenwerking heeft de toekomst!

Het bundelen van goederenstromen is vandaag een actueel thema. Door op 24 september jl. een workshop te organiseren die in de vorm van getuigenissen een overzicht bood van wat op dat vlak in de praktijk allemaal kan én gebeurt, heeft GS1 voor een doorbraakmoment gezorgd.

Samen kunnen leveranciers, distributeurs en transportbedrijven concrete projecten opzetten om de CO2-uitstoot te verminderen. Een overzicht van 'best practices' kan het bewustzijn bij anderen alleen aanwakkeren om mee in die richting te evolueren. De praktijk leert dat voor de implementatie van een dergelijk project alvast een hoge mate van flexibiliteit en creativiteit vereist is, en dat de leveranciers en de retail elkaar als partners nodig hebben en dus onderling afspraken moeten maken om te aligneren. Elkeen kan een initiatief nemen, zoveel is zeker, maar een neutrale partij ("trustee") die de samenwerking coördineert, is tevens geen overbodige luxe.

Car Pooling for Cargo

Naast de traditionele groepering van bestellingen kan een retailer misschien meer doen om de goederenstroom richting de distributiecentra en vervolgens de winkels meer te orkestreren. Spar Retail, een volle dochter van de Colruyt Group, deed de oefening, inspeland op de extra aandacht die vanuit beleidsregulering gevraagd wordt voor de mobiliteitsproblematiek en de impact van het

vrachtvervoer op het leefmilieu. Voorts was er ook een economische drijfveer: optimalisering maakt een betere kostenstructuur haalbaar.

In het kader van het project "Car Pooling for Cargo" wist Spar Retail het aantal bewegingen aan de receptie (vrachtwagens aan de loskades) te verminderen. De leveranciers behiel-

den hun bevoorradingsniveau door transportoptimalisatie en de tijdige bevoorrading van de keten bleef gegarandeerd. Het einddoel was een win-win te creëren voor zowel de supplier als de retailer en de logistieke dienstverlener. Een 'winstverdeling' nastreven was niet de insteek; het ging erom samen een maximaal rendement te zoeken voor iedereen.





Mogelijkheden tot synergie

Eenvoudig was – en is – het alleszins niet. Een uitgebreid onderzoek van de goederenstromen moet uitwijzen wat überhaupt voor bundeling in aanmerking komt. Daarnaast moet bereidheid tot bundelen aanwezig zijn en vervolgens moet een pilootproject uitwijzen wat in de praktijk haalbaar is. Een aandachtspunt voor Spar Retail waren bijvoorbeeld leveringen door suppliers die met dezelfde logistieke dienstverlener werken, maar op verschillende dagen leveren. Vaak zijn die vaste leverdagen historisch gegroeid, maar niet dwingend.

Met kleine aanpassingen in de schikking van de leverdagen, de bestelorde en de productie bij de leverancier kon het aantal vrachten al aanzienlijk worden teruggedrongen, en dus ook het aantal bewegingen aan de receptie in het distributiecentrum. "Door geijkte routines in vraag te stellen, zie je gaandeweg mogelijkheden tot synergie die er op het eerste gezicht niet leken te zijn," zegt **Luc Deraet** van de klantendienst van Spar Retail.

Mentale shift nodig

Cruciaal in zo'n verhaal is dat bedrijven de nodige flexibiliteit in hun processen voorzien om aldus samen en in overleg met de partners te bekijken wat mogelijk is, en samen oplossingen zoeken voor maximale synergie. Daarvoor is een mentale shift nodig, waar nog niet iedereen in de sector al aan toe is. Het vergt immers een bereidheid om af te stappen van werkwijzen en manieren van denken, die misschien gedurende vele jaren hun nut bewezen hebben.

Mogelijke andere obstakels zijn: het feit dat retailers vaak niet weten met welke transporteur een leverancier werkt, dat de complexiteit in de communicatieketen tussen retailer en supplier toeneemt, en dat een samenwer-

kingsverband kan lijken op flirten met de juridische grens van de vrije concurrentie. Een onafhankelijke partij als GS1, ECR of BABM kan een platform bieden om de onderlinge contacten te faciliteren.

Ladingen optimaliseren

Lauriane Claeys van Carrefour Belgium lichtte toe hoe zij de leveringen van private label producten hebben geoptimaliseerd d.m.v. een consolidatieplatform. Voorheen reden de vele Franse, Spaanse en Italiaanse leveranciers van private label producten van Carrefour allemaal apart en met vaak onvoldoende gevulde vrachtwagens naar de distributiecentra van Carrefour. Lage bestelfrequentie, kleine levervolumes, lange wachttijden aan loskades... Het zette Carrefour aan het denken om daar verandering in te brengen. Een eerste grote verbetering werd bereikt door die leveringen op te vangen in een 'consolidatiedepot' in Noord-Frankrijk dat in handen is van een logistieke dienstverlener. Daarbovenop verrichtte de logistieke dienstverlener inspanningen om de transporten onder de leveranciers te bundelen, ook wel truckpooling genoemd. Dit resulteerde in een hogere beladingsgraad van de vrachtwagens (van 80% naar 95%) en minder vrachtwagens op de baan.

Na enkele retailers kwam ook de supplyzijde aan het woord. De case over de (gelauwerde!) krachtenbundeling tussen Nestlé en PepsiCo – "horizontal collaboration", met BABM en TRI-VIZOR als neutrale facilitator respectievelijk 'trustee' voor synergie-analyse en gain sharing audit – staat hierna in deze LINK uitvoerig beschreven en toegelicht. In het oog springend was de (begrijpelijke) bezorgdheid die tijdens deze presentatie tot uiting kwam, om toch vooral de antitrustwetgeving niet met voeten te treden.

Multiclient warehousing

Uit de case van Nestlé en PepsiCo onthouden we meer algemeen dat basiskennmerken van een succesvolle samenwerking zijn: geduld (het proces neemt tijd in beslag), veel vertrouwen en openheid, de juiste mensen aan tafel (waarbij personeelsverschuivingen opgevangen dienen te worden), dūrven (je kunt je gek rekenen, op een bepaald moment is een 'leap of faith' nodig), flexibiliteit, bereidheid om administratie en logistiek aan te passen en af te stemmen, en ten slotte open en gestandaardiseerde ICT-systemen.

Na cases van achtereenvolgens enkele retailers en enkele suppliers kon een getuigenis uit de hoek van de logistieke dienstverleners niet uitblijven. Geert Vanderoy van DB Schenker trok de aandacht van de toehoorders op de kansen die multiclient warehousing biedt, meer bepaald op het vlak van synergieën inzake processen en transport. Door truckoptimalisatie worden de kosten gereduceerd, voor Schenker zowel als voor de klant: de CO2-uitstoot gaat omlaag, de wachttijden in de distributiecentra van de retailers zijn korter, er zijn minder loskades nodig... Vooral in de optimalisatie van de leverdagen – hergroepering in centrale leverdagen – bleek in de praktijk heel wat te halen te zijn.

De bijzonder leerrijke middag werd afgesloten met een paneldiscussie, waaraan alle sprekers van tijdens de presentaties deelnamen. Een idee dat daarin naar voren kwam, is het voordeel voor structurele samenwerking in logistieke clusters, bijvoorbeeld op bedrijvencampussen. Zo ontstaan schaafeffecten op de logistieke dienstverlening; door de synergievoordelen ontstaat de mogelijkheid om vaste kosten over zo veel mogelijk partijen te spreiden. Kortom, misschien wel de essentie van een winwinstsamenwerking!

J.H. Verbanck

Sterk in één netwerk

Nestlé en PepsiCo bundelen verse gekoelde voeding

Sinds begin 2012 belevaren merkfabrikanten Nestlé en PepsiCo hun klanten in België gezamenlijk vanuit het distributiecentrum van STEF in Saintes. Daarmee profileren beide verladers zich als pioniers op het terrein van horizontale samenwerking. Twee jaar na de start van hun samenwerking weerklinken niets dan positieve geluiden. Een succesverhaal dat recent ook externe erkenning kreeg door de CO3 Award binnen te rijden. We zetten de hoofdrolspelers in dit verhaal, zijnde naast Nestlé en PepsiCo ook logistieke dienstverlener STEF en keten-orkestrator Tri-Vizor, rond de tafel voor een terug- en een vooruitblik.

De idee om goederenstromen met verse gekoelde voeding te bundelen, ontstond begin 2010 binnen een werkgroep van BABM, de Belgo-Luxemburgse vereniging van merkartikelenfabrikanten. Omwille van de korte houdbaarheid van verse gekoelde voeding – waardoor klanten verkiezen om frequent in kleine hoeveelheden beleverd te worden – is het voor veel verladers een moeilijke klus om het transport ervan op een kostenefficiënte manier te organiseren. Nestlé en PepsiCo wilden daarom samen met drie andere BABM-leden het potentieel van horizontale samenwerking van naderbij bekijken.

Een van de grootste bekommernissen van de vijf verladers was zonder twijfel het mededingingsrecht. Hiervoor werd een sluitend juridisch kader voor de samenwerking vastgelegd. Om na te gaan of er voor de vijf verladers een businesscase zat in horizontale samenwerking, mocht Tri-Vizor aan het rekenen gaan.

Potentieel in kaart

Gekoelde verse voeding moet bewaard en vervoerd worden op een temperatuur tussen de 2 en 4°C. De producten

van Nestlé en PepsiCo die momenteel samen naar de klant gaan, zijn de verse vruchtensappen van Tropicana (PepsiCo) en een aantal snacks, charcuterie en home baking producten van Herta (Nestlé). Na een eerste high-level studie van het potentieel heeft Tri-Vizor een gedetailleerde berekening gemaakt, op basis van historische gegevens, van het besparingspotentieel op het vlak van kosten en CO₂-uitstoot.

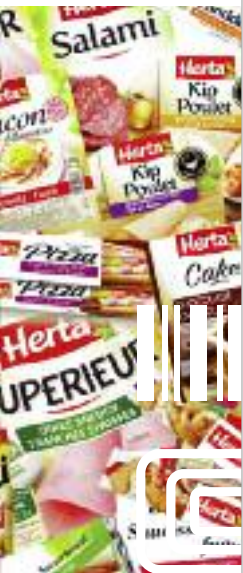
Sven Verstrepen, partner bij Tri-Vizor: "Voor elk afzonderlijk netwerk van de vijf verladers hebben we de huidige kosten in kaart gebracht om die vervolgens te kunnen vergelijken met drie scenario's: een status-quo, een bundeling van de stromen zonder afstemming van de levermomenten en een bundeling met afstemming van de levermomenten. In dat laatste scenario worden orders met andere woorden dusdanig verschoven en gegroepeerd om op eenzelfde vrachtwagen naar de klant te kunnen vertrekken. Hoewel het geen absolute voorwaarde is, vinden wij het daarbij belangrijk dat de verladers een gemeenschappelijke kostenbasis overeenkomen. Dat klinkt logisch, maar voor veel logistieke dienstverleners is dit al meteen een grote struikelblok."



Cijfers spreken klare taal

Uit het rekenwerk is gebleken dat het bundelen van de stromen de vijf partners geen windeieren zou leggen. De overlap tussen de netwerken bleek bijzonder groot: minder dan tien postcodes trokken meer dan 80% van de volumes naar zich toe. "Het spreekt voor zich dat de centrale distributiecentra van de grote retailers in België voor elk van ons belangrijke afzetpunten zijn. De grote winst van horizontale samenwerking zit dus zeker niet daar, want die dc's belevaren we sowieso met volle vrachtwagens. Het zijn de kleinere retailers en distributeurs, waar we veel minder grote volumes afzetten, die het zeer rendabel maken om onze stromen

De verse gekoelde producten van Nestlé en PepsiCo die momenteel samen naar de klant gaan, zijn de verse vruchtensappen van Tropicana (PepsiCo) en een aantal snacks, charcuterie en home baking producten van Herta (Nestlé).



te bundelen", vertelt **Sofie Hofman**, head of supply chain operations bij Nestlé.

Verder bleek uit de studiefase dat in het synchronisatiescenario de transportkosten met maar liefst 47% gereduceerd konden worden, en het aantal gereden kilometers en de CO2-uitstoot met meer dan de helft.

Gezocht: logistieke partner met visie

Aangezien de cijfers weinig aan de verbeelding overlieten, kon een volgende fase ingezet worden: de selectie van een logistieke dienstverlener. "Uit de Request for Quotation-fase is gebleken dat heel wat logistieke dienstverleners nog niet bereid zijn om afstand te doen van hun klassiek groepagemodel. Uiteindelijk hebben we alle voorstellen in detail bestudeerd en hebben de drie overblijvende verladingsbeslissers beslist om STEF te weerhouden", vertelt Verstrepen.

"Dat er veel tijd overgaat om tot een juridisch kader te komen, is niet onlogisch. Integendeel, dat is nodig om vertrouwen te scheppen. Hoe beter alles vooraf doorgenomen is, hoe sterker het vertrouwen wordt in je partners."

Hoewel **Christian Dooms**, deputy director van STEF Benelux, wel van meet af aan gewonnen was voor de idee, bevestigt hij dat het intern evenmin vanzelfsprekend was om iedereen van de voordelen te overtuigen. "Shared warehouses zijn al geruime tijd goed ingeburgerd, maar afstappen van het groepagemodel voor transport lag intern toch gevoelig. Het vraagt een andere en veel transparantere manier van samenwerken maar ik geloof dat het belangrijk is om voluit mee te werken aan toekomstgerichte en duurzame logistieke modellen", vertelt hij.

Goede afspraken, goede partners

Bij Nestlé en PepsiCo mag er dan van interne weerstand ten opzichte van het concept weinig sprake geweest zijn, kopzorgen omtrent het juridische kader waren er des te meer.

Kathleen De Grove, 3rd party logistics manager bij PepsiCo: "Dat daar veel tijd overgaat is niet onlogisch."

Integendeel, dat is nodig om vertrouwen te scheppen. Hoe beter alles vooraf doorgenomen is, hoe sterker het vertrouwen wordt in je partners, en hoe groter ook de zekerheid dat er geen activiteiten opgezet worden die strijdig zijn met de wetgeving. Uiteindelijk praat je over gevoelige informatie zoals klanten en volumes, en dan wil je niet dat daar op een foute manier over gecommuniceerd wordt. Er is op geen enkele manier rechtstreekse communicatie geweest over klanten en volumes tussen Nestlé en PepsiCo. Daarvoor werd in de vorm van Tri-Vizor en het advocatenkantoor een dubbele firewall tussen ons beide opgezet."

Het resultaat van het juridische denkwerk is een addendum dat zowel bij Nestlé als bij PepsiCo toegevoegd werd aan hun individuele contract met STEF. Daarin wordt de aard van de samenwerking in detail uit de doeken gedaan en worden alle afspraken en voorwaarden opgesomd.



Christian Dooms (STEF), Sofie Hofman (Nestlé), Kathleen De Grove (PepsiCo) en Sven Verstrepen (Tri-Vizor)



Van zodra Nestlé en PepsiCo de binnenkomende orders van klanten verwerkt hebben, gaan ze door naar STEF, die op basis van een interne optimalisatietool de orders optimaal tracht te bundelen.

De praktijk

Om de overgang zo vlot mogelijk te laten verlopen, zijn de volumes van Nestlé en PepsiCo gefaseerd verhuisd van de oorspronkelijke logistieke dienstverleners naar het magazijn van STEF in Saintes. Stap voor stap werden de stromen dan zo strak mogelijk gesynchroniseerd.

S. Hofman: "Dat aspect wilden zowel PepsiCo als wijzelf volledig zelf in handen houden. STEF gaf ons de adressen die nog potentieel voor verbetering hadden, en wij namen vervolgens contact op met onze klanten om nieuwe leverdagen voor te stellen. Sommige klanten gingen snel mee in ons verhaal en zagen er ook voor hen de voordelen van in – met name minder vrachtwagens die gelost moeten worden, en dus tijdswinst en minder administratie –, bij andere bleek de bereidheid om hun interne planning aan te passen aan onze gecombineerde aanlevering minder groot."

Van zodra Nestlé en PepsiCo de binnenkomende orders van klanten verwerkt hebben, gaan ze door naar STEF, die op basis van een interne optimalisatietool de orders tracht te bundelen. Een deel van de stromen – met name de grote volumes die voor de dc's van

de grote retailketens bestemd zijn – wordt afzonderlijk verzonden, de kleinere volumes gaan zoveel mogelijk samen op een vrachtwagen. Beide partijen ontvangen een factuur voor het aantal aangeleverde pallets – tegen een gemeenschappelijk tarief – en aan het einde van de maand voert STEF de gain sharing berekeningen uit, en ontvangen de twee verladers een kredietnota.

De grootste uitdaging voor STEF was ontegensprekelijk het IT-luik van het verhaal. "Vooraf het creëren van een twintigtal EDI-berichten tussen het SAP-pakket van Nestlé en ons eigen IT-systeem heeft heel wat voeten in de aarde gehad. Bij grote verladers zal dat minder aan de orde zijn maar als er in de toekomst ook kleinere partijen tot het netwerk zouden toetreden, is het misschien wel een interessante piste om een aantal van die berichten te standaardiseren. Iets wat trouwens ondertussen al bij GS1 op de agenda staat", weet Dooms.

De moeite waard

Concrete cijfers over wat de horizontale samenwerking beide verladers totnogtoe heeft opgeleverd, kregen we niet te horen. "Maar de resultaten

liggen in de lijn van de verwachtingen", aldus De Grove. "Het spreekt voor zich dat de besparingen met twee partners van een andere grootteorde zijn dan wanneer er vijf verladers deelnemen maar het loont de moeite. Bovendien laat deze samenwerking toe om klanten frequenter te beleveren en toch de kosten onder controle te houden. Dus los van de kostenbesparingen gaat het ook om een verbetering van de klantenservice."

"Het is een win-winsituatie voor alle betrokken partijen. Ook voor de consument", vat Sofie Hofman de visie van Nestlé en PepsiCo samen. "Als bedrijf proberen wij voortdurend te innoveren. Steeds weer de bakens verzetten, ook op het vlak van supply chain en logistiek. Bedrijven die op de lange termijn succesvol willen zijn, moeten ook waarde creëren voor de maatschappij waarin ze actief zijn. En dus moet je verder durven te gaan dan louter het respecteren van de wetgeving. Wij zijn er intussen in geslaagd een open platform op te zetten dat werkt. We hopen dat er snel een kantelpunt bereikt wordt en dat andere verladers ons netwerk verder helpen te versterken."

Barbara De Vos

Foto's

Value Chain



Belgium & Luxembourg



Category management Intensive 3-day training

How to jointly grow
the category by effectively
addressing shopper needs?



Participation fee
3 days **€995**
excl. 21% VAT
for members

3 DAYS
27 JANUARY
03 FEBRUARY
24 FEBRUARY
2015

Where?

GS1 Belgium & Luxembourg Office
Koningstraat 76 Rue Royale - 1000 Brussels

“Even a small company has something to gain with specific knowledge of a certain category and by setting up a decent category management plan with the appropriate clients. Of course it is also pleasant to meet people exercising the same job in other organizations. And even though we have no insight in the Nielsen or GfK figures, it still remains interesting to learn about the different possibilities and how to possibly estimate these values.”

Hà Tran (Category Manager Food, Oxfam Fair Trade)

COURSE OBJECTIVES:

1. Get an **in-depth understanding** of the 8 basic steps of category management and learn how to effectively apply these steps
2. Learn how to **make optimal use of** Nielsen and GfK **data and models** in category management.
3. Understand what it takes to **effectively integrate category management** in the business planning process and the way-of-working

The training is based on a pragmatic interpretation of the relevant theory and is delivered via a combination of interactive presentations and hands-on workshops.

In collaboration with:



Luc Desmedt,
Managing Director LD&Co



Evi Van Uffel,
Division
Director GfK
Panelservices
BNL div. Belgium



Françoise de Rappard,
Client Director Nielsen
Belgium



SUBSCRIBE NOW! gs1belu.org/ecr/category-management