

La carte d'achat,
gérer et optimiser
les processus d'achats

APECA



GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES "GCB"



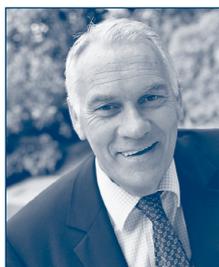
MasterCard
International



Sommaire

Introduction	1
Contexte général	2
L'essor du commerce électronique et l'évolution des processus d'achats	2
La carte d'achat : un outil d'optimisation des achats	2
La dématérialisation de la facture : un changement fondamental	3
La carte d'achat	4
Principes généraux en 12 questions	4
Qu'est ce que la carte d'achat ?	
Que peut-on acheter avec une carte d'achat ?	
Qui peut utiliser une carte d'achat ?	
Où peut-on utiliser une carte d'achat ?	
Quel est l'intérêt de la carte d'achat ?	
Quelles sont les différences principales avec une carte bancaire privative ?	
Comment obtenir une carte d'achat ?	
Quelles sont les informations associées à une carte d'achat ?	
Quels sont les services fournis par la carte d'achat ?	
L'organisation risque t'elle de perdre le contrôle sur les achats ?	
La carte d'achat est-elle simplement une carte de paiement ?	
Y a-t-il des limites à l'utilisation de la carte d'achat ?	
Les acteurs du système de carte d'achat	6
Les fournisseurs et les commerçants	
Les acheteurs	
Les établissements financiers	
Les grands principes de fonctionnement de la carte d'achat	8
La dématérialisation de la facture	10
Principes généraux	10
Principes de fonctionnement de la dématérialisation associée à la carte d'achat	11
Obligations légales	12
Mentions obligatoires sur la facture	
La conservation des factures	
Le modèle économique et les avantages de la carte d'achat	13
Principes économiques généraux	13
Les grands avantages de la carte d'achat	13
Optimisation du processus d'achat	
Meilleur respect de la politique d'achat	
Décentralisation du processus d'achat	
Amélioration de la trésorerie	
Diminution des coûts de facturation	
Autres avantages	
Principes de mise en œuvre	17
Facteurs clés de mise en œuvre	17
Les systèmes techniques	18
Le rôle de l'APECA	19
Glossaire	20
Les sponsors	25

Introduction



Depuis de nombreuses années, la carte d'achat a conquis, voire structuré, les marchés d'outre-atlantique. En Europe et plus particulièrement en France, les conditions semblent enfin réunies pour que ce marché qui frémissait, se développe de manière soutenue.

Le volontarisme du Ministère de L'Economie des Finances et de L'Industrie et de collectivités locales exemplaires, la mobilisation d'un certain nombre d'acteurs d'univers différents devraient désormais permettre de générer la masse critique de fournisseurs et d'acheteurs nécessaire à l'essor rapide de ce marché émergent dans notre pays.

Cependant la carte d'achat ne s'imposera que si les acheteurs eux mêmes, comme leurs entreprises, s'approprient cette modernité en comprenant ses avantages réels tant pour l'entité économique que pour eux, leur permettant de faire un travail plus intéressant, plus intelligent, plus fiable, donc plus efficace et plus motivant.

C'est dans ce contexte que l'APECA, qui a pour mission d'être un lieu de rencontres des problématiques d'échanges entre tous les acteurs qui y sont partie prenante, de formation, d'information et d'influence, a été créée et qu'elle se développe aujourd'hui au service de la promotion de ce système d'optimisation des achats.

C'est dans cette optique qu'elle a initié, entre autres, la série d'une collection de publications pédagogiques, qui visent à en expliciter les grands fondements économiques, les bénéfices que peuvent en retirer les entreprises, les administrations ou les collectivités, ses grands principes de fonctionnement, ainsi que les changements organisationnels et humains qu'elle implique.

Ce sera sans doute là notre objectif le plus important : montrer notre capacité à accompagner réellement les entreprises à la mise en place de la carte d'achat et des systèmes associés tout en les aidant à comprendre et donc à manager les nécessaires changements organisationnels.

Je souhaite que nous soyons de plus en plus nombreux à partager ces objectifs, dans l'écoute et avec l'apport de chacun.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bernard Siouffi'.

Bernard Siouffi
Président de l'APECA

Contexte général

L'essor de la carte d'achat s'inscrit dans le grand mouvement général de rationalisation et de simplification des processus d'achat amorcé dans les années 90.

L'essor du commerce électronique et l'évolution des processus d'achats

La globalisation des échanges, l'évolution des technologies avec la mise en place de Progiciels de Gestion Intégrés (ERP Enterprise Resource Planning), l'apparition de standards de communication et d'échange de données (EDI⁽¹⁾) et la sous-traitance de certains services ont permis la refonte en profondeur des processus d'achat d'organisations de toutes tailles, générant des gains de productivité importants.

Les efforts des entreprises ont tout naturellement d'abord porté sur les achats 'stratégiques' importants en volume – c'est-à-dire, en règle générale, les achats de production - pour optimiser, en flux tendu, les achats de fourniture à la capacité de production de l'entreprise elle-même ajustée dorénavant en temps réel à la demande du marché.

Mais une partie importante des achats effectués par les entreprises et les organisations du secteur public est constituée par des achats de petits montants (frais généraux, intérim, frais de voyage,...), dont le coût de gestion peut être parfois très supérieur au montant même de la commande.

Une étude menée par Accenture⁽²⁾ auprès de 54 entreprises dans le monde dont 4 en France (Aventis Pharma, Disneyland Paris, Thalès, Renault) montre, en effet, que si les achats de faibles montants (inférieurs à 1 500 €) ne constituent en valeur que

5 % des achats des entreprises, ils représentent, en revanche, plus de 16 % du volume des transactions, avec un coût de traitement compris entre 50 € et 100 €.

Leur gestion est difficile à maîtriser car ces achats sont, en règle générale, très disséminés et reposent souvent sur des processus papier. C'est pourquoi elle peut représenter jusqu'à 40 % des coûts de gestion de l'entreprise.

Il y a donc là un réservoir d'économies substantielles que ce soit en termes de temps ou d'argent.

Chiffres clés

Le volume total des achats non stratégiques concernés par les cartes d'entreprises est évalué à 500 Milliards d'Euros en 2003 (Etude Garstein).

Il y a à ce jour plus de 3 millions de porteurs de cartes d'entreprises en Europe (cartes d'achat et cartes voyages). Le marché de la carte d'achat est un marché en forte croissance de plus de 20 % par an.

Le montant moyen constaté du panier d'achat de la carte d'achat s'établit aux alentours de 350 € par transaction.

La carte d'achat : un outil d'optimisation des achats

La carte d'achat apparaît d'abord aux Etats-Unis au début des années 90, où elle se développe dans les administrations, puis

dans les entreprises, en s'imposant comme un outil de simplification et d'optimisation des achats de faibles montants.

(1) EDI Echange de Données Informatisé (Electronic Data Interchange) : voir glossaire en annexe

(2) Etude Accenture "Procurement To Payment Processes and the Role of Procurement Cards" - 2003

- La carte d'achat permet de décentraliser les processus d'achat en **déléguant aux utilisateurs l'acte d'achat**.
- Elle est un **outil simplifiant l'acte commande**, facile à utiliser.
- Elle facilite tous les processus de **contrôle à priori**, avec un reporting et des **outils d'analyse adaptés**.
- Elle est **une solution de paiement rapide des fournisseurs**.
- Elle permet une **intégration directe dans les systèmes comptables** des données de facturation agrégées périodiquement en un seul relevé.
- Elle permet, au-delà de la dématérialisation⁽³⁾ de la commande

et des flux d'information, d'aller jusqu'au bout de l'optimisation du processus d'achat avec la **dématérialisation fiscale** de bout en bout de la facture.

L'utilisation de la carte d'achat s'est progressivement étendue aux pays européens vers la fin des années 90. Devant les résultats obtenus dans les pays anglo-saxons, le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (MINEFI) a décidé, après une phase pilote riche d'enseignements, d'enclencher une procédure de généralisation de l'utilisation de la carte d'achat dans le secteur public.

La carte d'achat et la dématérialisation de l'achat public

Rationalisation des organisations, simplification des procédures, généralisation des nouvelles technologies, responsabilisation et culture de la performance sont au coeur de la démarche globale engagée par l'Etat : l'utilisation de la carte d'achat fait partie intégrante du système de modernisation de l'achat public.

La carte d'achat de l'administration britannique a été introduite en octobre 1997 en tant qu'outil permettant d'acheter et de payer des produits et services de faible valeur. Elle fait partie des trois approches clés pouvant contribuer à la rationalisation du coût des achats de faible montant, avec l'usage du commerce électronique et la mise en place de contrats cadres avec les fournisseurs. L'objectif à terme est double : réaliser une économie de 70 à 90 millions de £ par an sur ces types d'achats et obtenir que 90 % des achats de routine soient effectués de manière électronique.

Devant les résultats obtenus dans les pays anglo-saxons, l'expérimentation menée par la Direction Générale de la Comptabilité Publique – Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie – a été basée sur un constat simple : les achats de petits montants – globalement les achats de moins

de 1500 euros - représentent environ 4 % de la valeur des dépenses d'achat des administrations.

Ces achats génèrent un travail important, sans rapport avec l'enjeu financier qu'ils représentent et la DGCP estime que deux tiers des actes de dépenses sont liés à ce type d'achats simples et récurrents : fournitures de bureaux, documentation, entretien courant...

De même que pour le secteur privé, les achats publics constituent donc un gisement d'économies très substantielles pour l'Etat.

Le décret rendant possible l'utilisation de la carte d'achat par toutes les entités publiques constitue le point d'orgue de cette phase d'expérimentation.

Il définit ce que fait l'entité publique et l'accepteur dans le cadre de l'utilisation de la carte d'achat et décrit les modalités de paiement des opérations de cartes d'achat par les comptables publics.

Pour en savoir plus :

www.colloc.minefi.gouv.fr/colo_struct_gest_loca/mode_moye_2/cart_dach.html

La dématérialisation de la facture : un changement fondamental

Si la dématérialisation des flux de commande et la dynamique d'internationalisation des échanges ont beaucoup fait en amont pour l'optimisation des processus d'achats, la persistance de la facturation papier constitue un réservoir important de productivité et d'amélioration de l'administration des achats.

Si la dématérialisation des factures est une réalité tangible de la vie des entreprises depuis les années 80, le coût élevé de mise en place a limité son adoption à quelques centaines de très grandes entreprises, en raison des contraintes importantes

et onéreuses d'échanges de données (EDI).

L'assouplissement de la législation qui permet, depuis le 1^{er} juillet 2003, l'échange de factures par voie électronique, sécurisées au moyen d'une signature électronique, ouvre dorénavant un champ d'application aux PME-PMI.

La dématérialisation des flux de commande et des données de facturation fait de la carte d'achat un outil naturel de familiarisation avec les principes de dématérialisation fiscale.

(3) Dématérialisation : Remplacement d'un document sous forme papier par son équivalent électronique.

La carte d'achat

Principes généraux en 12 questions

» Qu'est ce que la carte d'achat ?

La carte d'achat est un moyen de paiement confié à certains salariés d'une entreprise, d'une administration ou d'une collectivité, mandatés pour effectuer des transactions d'achat auprès de fournisseurs identifiés.

Mais, au-delà du moyen de paiement, elle est surtout un **outil de gestion et d'optimisation du processus de traitement administratif des achats hors production.**

Elle présente l'avantage, à la différence d'une carte privative (par exemple, une « carte pétrolière » permettant de payer de l'essence dans un réseau de distribution) de ne pas être restreinte à une seule enseigne mais d'être utilisable de la manière la plus large chez un grand nombre de fournisseurs.

» Que peut-on acheter avec une carte d'achat ?

La carte d'achat a été essentiellement conçue pour répondre au besoin de gestion d'achats courants, aussi appelés achats hors production (fournitures de bureau, coursiers, personnel intérimaire, matériel informatique, etc.).

Ces achats qui n'entrent pas dans la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise, fréquents et répétitifs, génèrent un nombre élevé de factures dont le coût de gestion est souvent supérieur au montant de la facture.

» Qui peut utiliser une carte d'achat ?

C'est à l'entreprise acheteuse de déterminer qui doit être titulaire d'une carte d'achat, en fonction de ses processus internes d'achats et du type d'achats généralement pratiqués.

Une carte est toujours nominative. Elle est rattachée à une entité juridique unique. Mais une même personne peut posséder plusieurs cartes, si elle effectue des achats pour le compte de plusieurs sociétés.

» Où peut-on utiliser une carte d'achat ?

Chez tous les fournisseurs et commerçants qui acceptent la carte d'achat du réseau⁽⁴⁾ concerné.

En fonction de la politique de gestion qu'elle souhaite mettre en œuvre, chaque entreprise titulaire de cartes d'achats peut décider de restreindre le choix des fournisseurs à un sous-ensemble (par exemple un sous-ensemble de fournisseurs avec des conditions négociées).

» Quel est l'intérêt de la carte d'achat ?

La carte d'achat permet de simplifier les processus d'achat et de responsabiliser les acheteurs, en leur donnant plus d'autonomie avec des outils de contrôle. Ceci permet, par exemple, de recentrer les acheteurs sur la sélection des meilleurs fournisseurs.

Elle permet de réduire les coûts de gestion côté acheteurs et de diminuer considérablement les délais de règlement côté fournisseurs.

» Quelles sont les différences principales avec une carte bancaire privative ?

Première différence, l'usage de la carte d'achat s'effectue sous la responsabilité de l'entreprise. La carte est débitée sur le compte bancaire de l'entreprise, de l'administration ou de la collectivité. Deuxième différence, l'entreprise est entièrement libre des règles de gestion qu'elle souhaite voir appliquer (contrôles, limites, etc.).

Dernière différence, la richesse de l'information fournie sous forme de relevés électroniques aux fournisseurs, comme aux acheteurs.

(4) Les principaux réseaux d'acceptation de la carte achat en France sont ceux constitués par American Express et Carte Bancaire qui agréent aussi les cartes Visa et Mastercard.

» Comment obtenir une carte d'achat ?

En s'adressant à son établissement financier avec qui l'entreprise, souhaitant équiper ses collaborateurs de cartes d'achat, souscrit un contrat commercial définissant les règles de gestion et les conditions d'utilisation.

» Quelles sont les informations associées à une carte d'achat ?

Le nom du titulaire, le nom de l'entreprise, la date de validité et le code secret s'il y en a un.

Mais également, les limites attachées à l'utilisation de la carte par l'entreprise (plafonds temporels, seuils d'autorisation par fournisseurs, éventuellement par centre de coûts, etc...)

» Quels sont les services fournis par la carte d'achat ?

- Le premier service proposé, est la **gestion entière du processus de commande et d'approbation**. Une fois les règles de gestion (plafonds et autorisation) fixées par l'entreprise, le processus de commande est totalement allégé, comme s'il était 'externalisé' à l'établissement financier émetteur de la carte.
- Le deuxième service est constitué, comme toutes les cartes bancaires, par le **service de paiement** proposé.
- Le troisième service proposé est la fourniture d'un **système d'information complet sur les achats**, attaché à la carte d'achat avec des outils d'analyse sur les relevés de dépenses. Ils permettent un suivi et une rationalisation de dépenses traditionnellement très émietées dans l'entreprise
- Le quatrième service est **l'agrégation périodique de tous les montants de facturation** regroupés en un relevé d'opérations unique, directement intégrable dans le système d'information comptable de l'acheteur.

» L'organisation risque t'elle de perdre le contrôle sur les achats ?

Non, bien au contraire. La carte d'achat a été conçue pour décentraliser les processus d'achats, en responsabilisant les acheteurs. Son système souple de gestion permet la mise en œuvre de limites (limites par utilisateurs, par fournisseurs, par types de produits, limites temporelles, etc.) pour gérer les achats au mieux des intérêts de l'entreprise, de l'administration ou de la collectivité. Chacune des transactions d'achats fait ainsi l'objet de contrôles à priori, lors de la demande d'autorisation de paiement⁽⁵⁾. En outre, les données de gestion, fournies sous forme de relevés ou directement consultables en ligne offrent, tant à l'acheteur qu'à son encadrement, une vision synthétique parfaite de l'ensemble des transactions, avec tous les outils d'analyses nécessaires.

» La carte d'achat est-elle simplement une carte de paiement ?

Si la carte d'achat permet de payer des achats de proximité ou à distance, elle est bien plus qu'une simple carte de paiement. Elle est avant tout un **outil de gestion** qui permet de gérer, très simplement et à moindre coût, le processus de commande et d'approbation, avec un système d'information associé. Celui-ci permet une meilleure analyse des données centralisées sur les achats, une intégration comptable dans le système d'information de l'acheteur, voire la dématérialisation fiscale de la facture⁽⁶⁾.

» Y a-t-il des limites à l'utilisation de la carte d'achat ?

Les limites, lorsqu'il y en a, sont celles posées par l'entreprise, en fonction de l'utilisation qu'elle souhaite en faire dans un contexte de 're-engineering' de ses processus d'achats. L'utilisation de la carte d'achat varie donc d'une organisation à une autre. Au fur et à mesure de la familiarisation des acheteurs avec la carte d'achat, on constate que son utilisation s'étend à des achats de montants unitaires plus importants, tels que la commande et le paiement de prestations d'intérim, de matériel informatique, de pièces détachées, etc.

(5) Voir détails dans le § "Les grands principes de fonctionnement de la carte d'achat" (p.8)

(6) Voir détails dans le § "La dématérialisation de la facture" (p.3)

Les acteurs du système de carte d'achat

Comme dans tout système monétique classique, le système de carte d'achat repose sur trois groupes d'acteurs :

- Les fournisseurs et les commerçants ;
- Les acheteurs ;
- Les établissements financiers.

» Les fournisseurs et les commerçants

Les fournisseurs qui souhaitent accepter les transactions de paiement par carte d'achat doivent contracter avec leur établissement financier⁽⁷⁾.

Ce contrat définit précisément les conditions économiques et techniques du service.

L'ensemble des fournisseurs ayant adhéré à un même système de carte d'achat constitue un réseau d'acceptation.

» Les acheteurs

De manière identique, pour pouvoir utiliser les services de la carte d'achat, une entreprise doit contractualiser avec son établissement financier⁽⁸⁾ et définir les conditions d'utilisation de la carte.

Les cartes d'achat étant détenues par des personnes physiques pour le compte d'une entreprise (à la différence des cartes privées détenues par des personnes physique pour une utilisation privée), le contrat lie une personne morale à l'établissement financier émetteur de la carte.

C'est donc sous l'autorité de cette personne morale, qui définit au sein de l'entreprise les règles de gestion de la carte, que les porteurs de carte utilisent leur carte d'achat.

» Les établissements financiers

Les établissements financiers constituent l'intermédiaire technique et financier entre les acheteurs et les fournisseurs. Ils émettent et gèrent les cartes pour le compte des acheteurs (création, modification, suppression des cartes, paramétrages,

gestion des habilitations et des plafonds).

Ils développent leur réseau d'acceptation pour accroître le nombre de fournisseurs accepteurs de la carte.



Philippe Vandel

Directeur des Ventes eServices

Guilbert Groupe Office DEPOT

“Guilbert Groupe Office DEPOT, leader de la distribution de fournitures de bureau, est depuis toujours à la recherche d'innovations techniques à mettre au service de ses clients.

C'est pourquoi, il était naturel pour nous de nous associer aux expériences pilotes menées dans la sphère publique.

La carte d'achat est acceptée depuis longtemps chez Guilbert et des efforts particuliers ont été faits au cours de ces derniers mois pour que la carte d'achat publique le soit aussi.

Nous l'avons intégrée dans nos processus et formé notre personnel d'accueil : c'est pour nous un outil supplémentaire pour fournir à nos clients un service d'achat performant au moindre coût de gestion possible.

C'est également l'occasion de marquer notre différence en renforçant encore la relation commerciale avec nos clients.

Nous voulons être pour eux un *e-facilitateur*.”



(7) On parle alors d'établissement financier acquéreur.

(8) On parle alors d'établissement financier émetteur.



Philippe Knecht – Laurent Vreven

*Responsable Grands Comptes – Directeur Produits
MasterCard*

“La prise de décisions de l’acte d’achat reste encore très centralisée dans de nombreuses organisations.

Avec la carte d’achat, la solution proposée offre toute la souplesse nécessaire pour pouvoir déléguer l’acte d’achat sans jamais en perdre la gestion ni le contrôle.

A ce titre, MasterCard met à disposition de ses clients une solution intégrée de suivi de l’achat, grâce à l’outil Smart Data On-Line.

D’autre part nous travaillons en symbiose avec les réseaux bancaires pour apporter le meilleur service possible aux

entreprises et administrations utilisatrices de la carte d’achat.

Ces expériences, accumulées au fil du temps, nous permettent de faire en sorte que dans chaque pays où elle est proposée, la carte d’achat soit très fortement adaptée aux marchés (contraintes de TVA, évolutions réglementaires, etc.)”



Estelle Brack

*Responsable du projet carte d’achat
Groupe Banque Populaire*

“La carte d’achat est un sujet d’importance majeure pour le groupe Banque Populaire.

Le volontarisme du Minefi crée les conditions d’épanouissement de celle-ci sur le marché français. C’est l’opportunité de développer des collaborations avec les grandes administrations et des collectivités locales.

C’est également pour nous un moyen de renforcer la relation de proximité que les Banques Populaires et Natexis Banques Populaires entretiennent avec de nombreuses entreprises en leur proposant des services nouveaux.”



Jean-Pierre Buthion

*Responsable Produits et Services
Groupement des Cartes Bancaires CB*

“L’arrivée sur le marché d’une offre concurrentielle des banques ne peut que favoriser le développement et l’adoption de la carte d’achat pour les entreprises et les administrations acheteuses.

Cette offre est d’autant plus pertinente, qu’elle repose sur les principes d’interbancaire⁽⁹⁾ (universalité, faibles coûts, large parc de marchands, etc.) qui ont fait le succès de la carte bancaire.”



(9) Interbancaire : Principe d’échange de transactions permettant à un acheteur utilisant la carte d’achat émise par sa banque de l’utiliser chez tous les fournisseurs indépendamment de leur propre banque.

Les grands principes de fonctionnement de la carte d'achat

Le fonctionnement de la carte d'achat est simple. Il s'effectue en trois grandes phases, une fois effectuée la phase d'enregistrement d'un utilisateur, précisant notamment les niveaux d'autorisation de dépenses (par exemple : limites par fournisseurs, limites quotidiennes, mensuelles, etc.) :

A - La transaction d'achat

1 – Transmission de la commande :

Le titulaire d'une carte d'achat passe directement sa commande chez son fournisseur sur place ou à distance, à son gré. Pour régler ses achats, il est identifié simplement par son numéro de carte et sa date de validité, de manière automatique,

en insérant sa carte d'achat dans le terminal de paiement du fournisseur lors d'un d'achat de proximité, ou en les communiquant par téléphone ou dans le processus de commande Internet du fournisseur s'il s'agit d'un achat à distance.

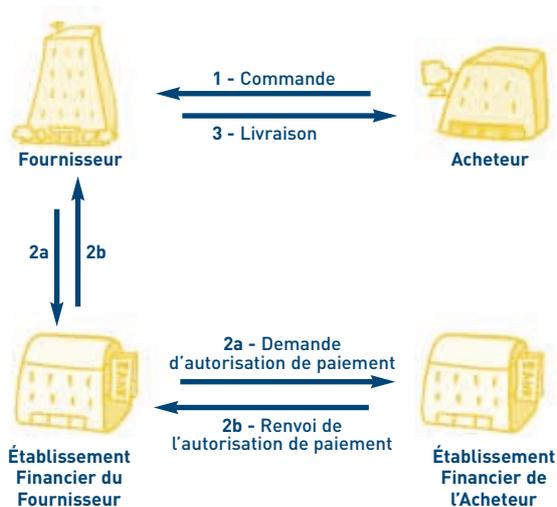
2 – Autorisation de paiement :

La commande saisie chez le fournisseur déclenche une demande d'autorisation de paiement vers son établissement financier qui la transmet à l'établissement financier de l'acheteur (2a). Après vérification de la date de validité de la carte d'achat, du solde en fonction du plafond d'autorisation et du type de fournisseur, l'établissement financier envoie en retour une acceptation de paiement (ou éventuellement un motif de refus), à l'établissement financier du fournisseur qui la répercute au fournisseur lui-même (2b).

3 – Livraison de la commande :

Si le paiement est autorisé, le fournisseur peut alors livrer le bien ou le service commandé et facturer (facture avec mention acquittée). En cas de refus, il en communique le motif à l'acheteur.

Grappe 1



B - Le paiement

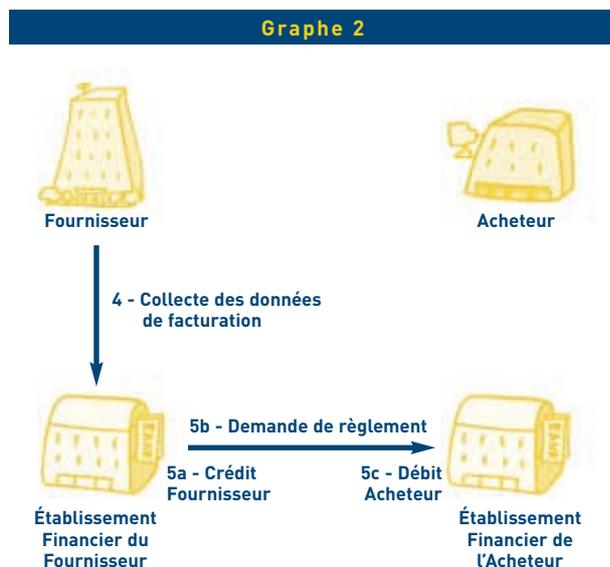
4 – Transmission des données de facturation :

Le fournisseur transmet pour règlement ses données de facturation à son établissement financier par une procédure de télécollecte.

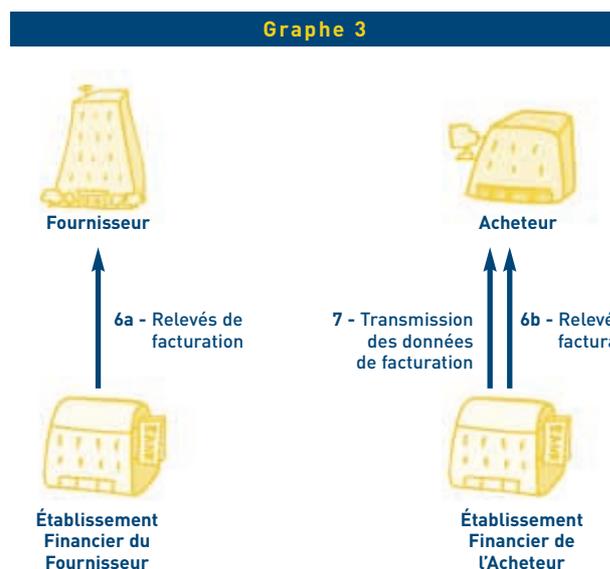
5 – Règlement :

Les données sont horodatées et acheminées vers l'établissement financier de l'acheteur (5b) pour une demande de règlement.

Le fournisseur est directement crédité par son établissement financier (5a) et l'acheteur est débité par le sien (5c).



C - L'agrégation et la transmission des données de facturation



6 - Emission des relevés de facturation :

Suivant la périodicité choisie, les établissements financiers regroupent les opérations de paiement élémentaires effectuées pendant la période concernée et les transmettent respectivement au fournisseur (6a) et à l'acheteur (6b).

7 - transmission des données de facturation :

L'établissement financier de l'acheteur collecte également les données de facturation et les fournit à l'entreprise acheteuse pour qu'elle les intègre directement dans son système comptable (7).

La dématérialisation de la facture

Principes généraux

En dépit des efforts considérables engagés par les entreprises pour refondre leurs processus de gestion et investir dans des systèmes d'information performants, la facture papier demeure, dans bon nombre de cas, un poste considérable en coûts et en

ressources humaines (traitement, impression, expédition, classement, archivage, stockage, recherches, contrôles rapprochement de factures,...).

DEFINITION	USAGE
Facture électronique <ul style="list-style-type: none">Fichier avec le détail de la facture	<ul style="list-style-type: none">Transfert, Intégration comptable, rapprochements
Facture dématérialisée fiscale <ul style="list-style-type: none">Données identiques avec en-tête et pied de facture	<ul style="list-style-type: none">Vérification par l'administration fiscale

La facture électronique ou sa version fiscale dématérialisée, introduite dans les années 1990, représente une source d'économies importantes, en permettant de diminuer considérablement ces coûts.

Jusqu'à présent, les contraintes des normes de transfert EDI limitaient son utilisation à de très grandes entreprises.

Depuis juillet 2003, la législation permet de transmettre les factures par voie électronique sécurisée à l'aide d'une signature électronique, étendant ainsi les bénéfices de la dématérialisation fiscale à de nombreuses organisations de tailles plus réduites.

LA RÉGLEMENTATION

Article 289-V :

« Les factures peuvent, sous réserve de l'acceptation du destinataire, être transmises par voie électronique dès lors que l'authenticité de leur origine et l'intégrité de leur contenu sont garanties (...) ».

Décret L 102 C du LPF, alinéa 2 :

La déclaration préalable doit comporter les informations suivantes :

- Coordonnées du service responsable de la transmission des factures
- Lieu de stockage
- Norme et version du message
- Moyens et aide technique pour la restitution

Décret n°2003-632 du 7 juillet 2003 :

10 mentions obligatoires et 4 éléments d'information, en cas de circonstances particulières, doivent figurer sur les factures émises en France

Décret n°2003-659 du 18 juillet 2003 :

Modalités d'émission et de conservation des factures électroniques sécurisées au moyen d'une signature électronique

Principes de fonctionnement de la dématérialisation associée à la carte d'achat

Traditionnellement, les achats hors production sont l'objet, pour une proportion significative, de facturation papier (généralement estimée à 35 % en volume).

Avec la carte d'achat, la dématérialisation des flux de commande et des données de facturation ouvre une voie naturelle à la dématérialisation fiscale de la facture.

D - Transmission des factures dématérialisées

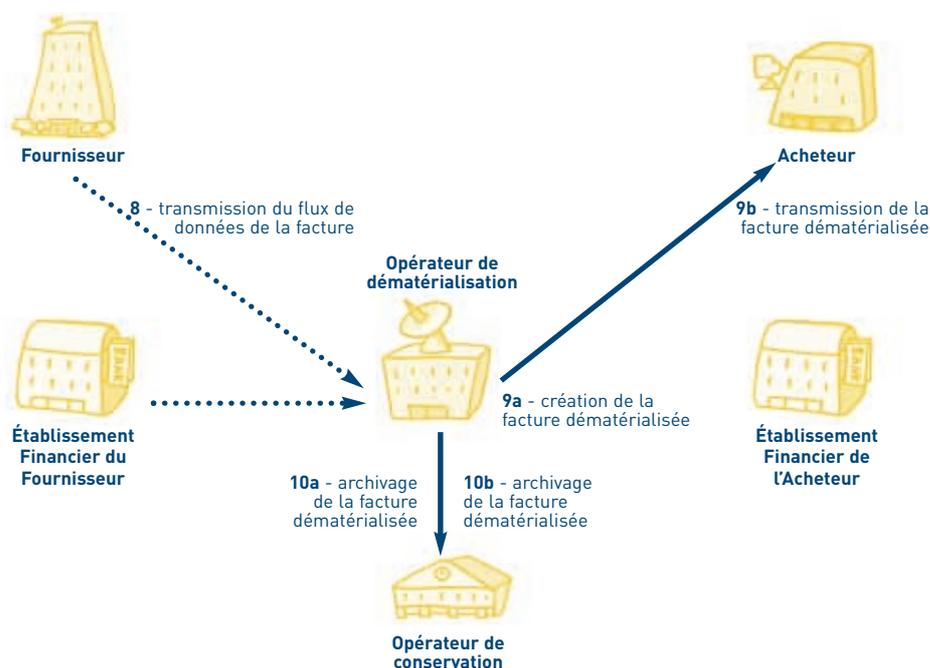
8 – Transmission des données de facturation :

Les données de factures relatives aux achats effectués chez un fournisseur sont transmises par le fournisseur lui-même (ou via l'établissement financier du fournisseur en fonction des conditions contractuelles d'utilisation) à un opérateur de dématérialisation⁽¹⁰⁾ (8).

9a – Emission de la facture dématérialisée :

Celui-ci procède à la dématérialisation⁽¹¹⁾ de la facture (9a) pour la transmettre à l'acheteur (9b).

Graphe 4



10 - Archivage :

Les factures émises par le fournisseur et celles reçues par l'acheteur peuvent alors être archivées et stockées, éventuellement chez un opérateur de conservation (respectivement 10a et 10b), selon les obligations fiscales en vigueur.

(10) La directive européenne prévoit en effet le recours à la sous-traitance pour l'émission de factures électroniques.

(11) Dans certains cas, l'opérateur de dématérialisation de l'acheteur peut être distinct de celui du fournisseur.

Obligations légales

» Mentions obligatoires sur la facture

La facture doit comporter au minimum les mentions prévues par les textes en vigueur et notamment :

M E N T I O N S O B L I G A T O I R E S S U R L A F A C T U R E	
Mentions obligatoires générales	
•	les noms ou dénominations sociales de l'assujetti et du client avec leurs adresses respectives
•	le numéro individuel d'identification attribué à l'assujetti
•	une numérotation des factures séquentielle, unique et continue
•	la date de la facture : sa date de délivrance ou d'émission
Mentions relatives aux opérations réalisées	
•	la date de l'opération : date de réalisation de la livraison de biens, de la prestation de services ou du versement de l'acompte si elle diffère de la date de facture
•	pour chacun des biens livrés ou des services rendus, la quantité, la dénomination précise, le prix unitaire hors taxe et le taux de TVA
•	les rabais, remises, ristournes ou escomptes acquis et chiffrables lors de l'opération et directement liés à cette opération
Mentions obligatoires générales	
•	le total hors taxe et la taxe correspondante par taux d'imposition
•	le montant total de la TVA à payer
•	les renseignements nécessaires à l'établissement d'une liste récapitulative

» La conservation des factures

La réglementation en vigueur en France impose une obligation fiscale de conserver les factures 6 ans en sus de l'année en cours et de fournir, en cas de contrôle, des factures lisibles et intelligibles, c'est à dire incluant les mentions obligatoires énumérées au paragraphe précédent.

Les factures peuvent ainsi être stockées au sein de l'entreprise (Acheteur/Fournisseur) ou encore chez un tiers de conservation.

Dans ce cas, celui-ci se chargera d'horodater les documents, de les « sceller » électroniquement et de transmettre un accusé de réception et d'archivage.

Il assurera ensuite l'intégrité du document tout au long de son archivage pour permettre sa récupération à l'identique en cas de besoin.

Le modèle économique et les avantages de la carte d'achat

Principes économiques généraux

Comme pour tout produit monétaire, les principes généraux d'utilisation sont régis par les relations contractuelles, liant l'entreprise acheteuse à son établissement financier et le fournisseur au sien.

Bien entendu, les conditions économiques peuvent varier suivant les établissements financiers, mais très schématiquement les échanges économiques sont ainsi organisés :

- **Fournisseur** : La carte d'achat offre aux fournisseurs une garantie de paiement en contrepartie d'une commission payable à son établissement financier. Celle-ci s'exprime, en règle générale sous la forme d'un pourcentage du montant de la transaction.
- **Acheteur** : Les conditions économiques d'obtention de cartes d'achat sont généralement faibles et dépendent des conditions contractuelles pratiquées par les établissements financiers : elles peuvent s'exprimer en cotisations sur les cartes, en commissions sur les services, mais la concurrence est de rigueur.
- **Établissements financiers (acquéreur et émetteur)** : Pour rémunérer les services d'intermédiation financière fournis par l'acquéreur (établissement financier du fournisseur) et l'émetteur (établissement financier de l'acheteur), un système classique de commissions interbancaires, régulé par des organismes interbancaires, s'applique. Il vise à couvrir le service et les risques supportés par chacun des établissements financiers.

Les grands avantages de la carte d'achat

Si les avantages de la carte d'achat sont bien spécifiques à chaque entreprise, quelques grandes constantes peuvent être dégagées :

ACHETEUR	FOURNISSEUR
Optimisation du processus d'achat	Réduction des coûts administratifs
<ul style="list-style-type: none"> • Suppression des coûts liés à la commande et à l'approbation • Consolidation des factures de plusieurs fournisseurs en une facture globale • Meilleure réconciliation et résolution des contestations (par centralisation de l'info) 	<ul style="list-style-type: none"> • Suppression des relances clients • Meilleur rapprochement entre factures et règlements
Meilleur respect de la politique d'achat	Amélioration de la trésorerie
<ul style="list-style-type: none"> • Rationalisation des fournisseurs grâce à une vision globale • Meilleure capacité d'analyse des dépenses • Diminution des prix constatée (regroupement des fournisseurs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Diminution des délais de paiement • Garantie de paiement
Décentralisation du processus d'achat	Autres
<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure responsabilisation de l'acheteur • Meilleur délai de livraison (diminution du temps de commande) 	<ul style="list-style-type: none"> • Accroissement du chiffre d'affaire • Meilleure fidélisation client
Diminution des coûts de facturation	Diminution des coûts de facturation
<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure gestion de la TVA • Diminution des coûts de gestion liés à la dématérialisation fiscale 	<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure gestion de la TVA • Diminution des coûts de gestion liés à la dématérialisation fiscale



Charles Simonnet

Chargé de Mission, Responsable du projet Carte d'Achat
Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie

“Le projet de déploiement de la carte d'achat piloté, au sein du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, par la Direction Générale de la Comptabilité Publique procède de la volonté de l'Etat de moderniser l'Administration.

Les achats de petits montants – moins de 1 500 euros – représentent environ 4 % de la valeur des dépenses d'achat avec un coût de gestion d'au moins 80 euros.

Or, deux tiers des actes de dépenses sont liés à des achats simples et récurrents: fournitures de bureaux, documentation, entretien courant etc.

Les cartes d'achat, développées par les établissements financiers, qui ont fait leurs preuves dans les administrations anglo-saxonnes et sont actuellement en phase de déploiement dans le secteur privé en France, permettent

d'éviter la circulation de papier, d'automatiser l'exécution de la dépense publique et de payer beaucoup plus rapidement les fournisseurs.

Les agents dotés de ces cartes s'approvisionnent directement auprès des fournisseurs.

La nature et le montant des besoins professionnels du porteur sont analysés à l'avance et l'agent ne peut s'approvisionner que chez des fournisseurs déterminés.

Un système informatique contrôle en permanence que les règles du jeu sont respectées.

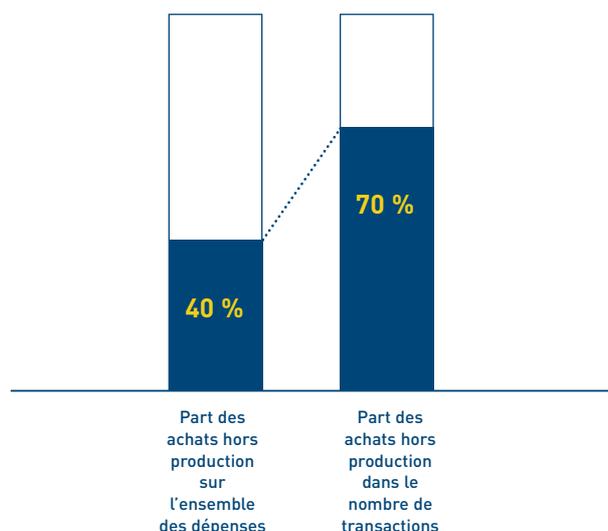
C'est l'occasion de repenser des processus de gestion coûteux et sans valeur ajoutée, en décentralisant les achats de manière efficace pour mieux responsabiliser les acheteurs.”



» Optimisation du processus d'achat

L'impact économique le plus important induit par la carte d'achat est la diminution du coût de gestion des achats hors production.

L'étude publiée par Accenture montre que si les achats hors production ne représentent que 40 % en valeur des dépenses de l'entreprise, ils représentent près de 70 % des transactions d'achat.



Source : Accenture - 2003

Si la modernisation des processus d'achat a permis d'abaisser les coûts de gestion des achats stratégiques, les études montrent que, pour ces achats fréquents, les entreprises utilisent des processus papier pour 35 % de leurs transactions en moyenne.

Le coût moyen d'une transaction, pour le processus d'achat de bout en bout varie évidemment selon les systèmes utilisés.

L'étude, précédemment citée, établit un comparatif intéressant entre les différents coûts moyens de transaction d'achats, suivant les différents types de processus.

Pour un processus d'achat entièrement manuel, il est de l'ordre de 97 \$, dont 60 % sont dus à la commande elle-même et à son processus d'approbation (en bleu sur le graphe).

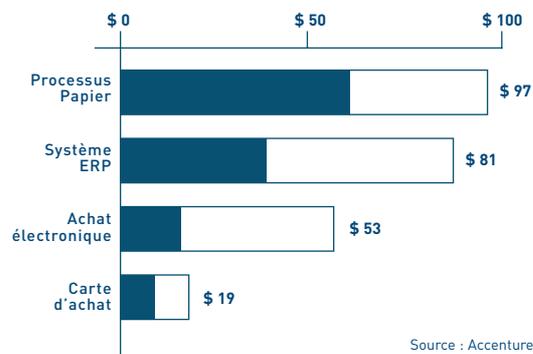
En effet, les exemples sont nombreux d'entreprises où le processus d'approbation peut requérir plusieurs autorisations, y compris pour des transactions de faible montant.

Si les ERP ont permis de faire des gains de productivité, les coûts restent élevés, essentiellement en raison des procédures de commandes et d'approbation.

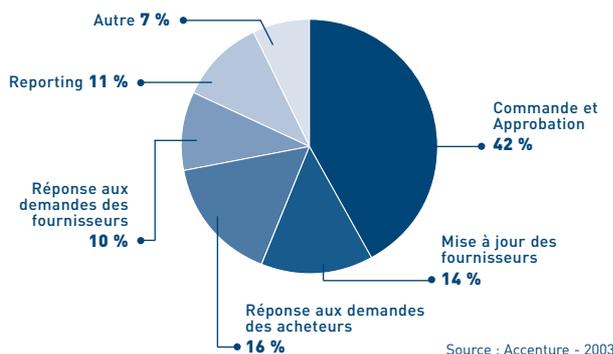
Si les systèmes électroniques d'achat (E-procurement) ont permis de réduire le coût de la commande, ils n'ont pas éliminé le coût de traitement des factures en aval.

Or l'utilisation de la carte d'achat permet non seulement de libérer l'entreprise d'un processus administratif de commande et d'approbation coûteux, mais aussi de diminuer, en aval, les coûts de gestion en automatisant la procédure de règlement et en consolidant automatiquement les données de facturation pour les intégrer dans les systèmes comptables.

Coût moyen de la transaction d'achat suivant le type de processus



Temps passé dans le processus de commande



Ces économies représentent des gains considérables pouvant aller jusqu'à 80 % de la transaction d'achat, comme on le voit sur le graphique ci-dessus.



Ghislaine Mihoub

Responsable des Finances et du Budget
Mairie de Meudon

“L'expérience pilote menée avec la carte d'achat en liaison avec le Minefi a été extrêmement bénéfique.

Une collectivité locale de taille moyenne comme la nôtre traite plus de 18 000 factures par an, dont 80 % sont d'un montant inférieur à 1 000 €.

Le traitement global classique de la facture, c'est-à-dire du bon de commande au mandatement, prend environ 20 minutes contre 8 minutes avec le système de la carte d'achat.

Avec la mise en place de ce nouveau système, la ville a voulu responsabiliser les équipes de régie des services

techniques en leur octroyant une carte individuelle.

Le responsable approuve le service fait directement sur la plate-forme de la banque. Au lieu d'avoir un mandat par facture, nous mandations dorénavant un montant par fournisseur au nom de la banque.

Le temps gagné va permettre un recentrage du service financier sur des tâches plus stratégiques.

Nous espérons pouvoir généraliser prochainement l'utilisation de la carte achat à d'autres services tels que les médiathèques et les affaires scolaires.”



» **Meilleur respect de la politique d'achat**

Les achats hors production, sont, en règle générale, très dispersés dans l'entreprise, entraînant ainsi un manque de visibilité des dépenses.

En raison de ce manque de visibilité, le suivi du respect des conditions contractuelles négociées par l'entreprise avec ses fournisseurs, est difficile.

La dissémination des achats dans l'entreprise et le manque de vision globale entraînent une extrême dispersion des fournisseurs, là où un regroupement de ceux-ci permettrait l'obtention de conditions d'achat plus favorables.

» **Décentralisation du processus d'achat**

La carte d'achat permet de décentraliser le processus de commande, sans l'alourdir, pour le rapprocher au plus juste des besoins des services des entreprises et administrations.

Elle permet ainsi de mieux responsabiliser les acheteurs en leur déléguant le droit de commande.

» **Amélioration de la trésorerie**

L'avènement des technologies cartes d'achats permet une exécution des paiements quasi immédiatement. Il appartient aux partenaires commerciaux de définir au mieux ces délais.

En règle générale, le délai de paiement d'une facture, en moyenne de 40 jours, est ramené à quelques jours avec l'utilisation de la carte achat.

» **Diminution des coûts de facturation**

La dématérialisation de la facture avec la gestion et l'automatisation du traitement des taxes permettent une réduction importante des coûts de facturation.

» **Autres avantages**

Grâce à l'association de l'utilisation d'une solution d'e-procurement et de la carte achat, le délai de livraison pour l'acheteur est considérablement réduit.

La mise en place de la carte d'achat, parce qu'elle permet d'identifier à coup sûr l'entreprise de l'acheteur et de lui appliquer systématiquement les conditions négociées, permet ainsi un meilleur respect des politiques d'achats :

- En établissant des règles claires et en imposant aux utilisateurs finaux d'acheter seulement aux fournisseurs pré-sélectionnés ;
- En facilitant le contrôle des dépenses des utilisateurs (via les plafonds par transaction, mensuel, ...).

Les outils de gestion des limites autorisent un excellent contrôle, sans qu'il soit nécessaire de contraindre l'acheteur à une saisie dans un processus de commande, souvent jugée fastidieuse et surtout onéreuse, dès lors qu'il s'agit d'actes répétitifs d'achats de petits montants.

Le paiement est garanti, ce qui supprime les coûts de relance, de recouvrement des dettes, les coûts d'assurance crédit et les frais de sociétés d'affacturage.

Selon une récente étude réalisée par RPMG Research, les entreprises nord-américaines utilisant un programme de carte d'achat économisent globalement 23 Milliards US \$ par an (plus de 18 Milliards €).

Ce chiffre devrait atteindre 40 Milliards US \$ en 2007 (plus de 32 Milliards €).

Entre janvier 2001 et janvier 2003, l'utilisation de la carte d'achat a doublé aux Etats-Unis pour atteindre 80 Milliards US \$ (64 Milliards €). Ce montant devrait doubler dans les cinq prochaines années.

Principes de mise en œuvre

Facteurs clés de mise en œuvre

La mise en œuvre de la carte d'achat dans une organisation est l'occasion de remettre à plat des processus de gestion, souvent très coûteux et avec une faible valeur ajoutée.

Elle est une opportunité pour responsabiliser les décideurs en décentralisant les processus d'achat et pour revoir les politiques d'achats et de fournisseurs de l'entreprise (accords cadres, process internes, etc.)

La réussite de la mise en place de la carte d'achat passe par une organisation simple autour d'un projet d'entreprise.

- Elle nécessite l'implication de la Direction Financière voire le 'sponsoring' de la Direction Générale ;
- Elle passe généralement, suivant la taille des organisations, par la constitution d'une équipe pluridisciplinaire dédiée au projet (Achats, Finances, Organisation, etc.).



Jean-Charles Sarrasin

Directeur Corporate Purchasing Solutions, Europe de l'Ouest
American Express

“Dans toutes les organisations où la mise en place de la carte d'achat a été conçue comme un projet d'entreprise, les gains sont appréciables.

Avec le 'sponsoring' d'une Direction Générale, ainsi que l'implication sans faille d'une Direction Financière et de la Direction des Achats, la mise en œuvre de la carte d'achat est une occasion unique de repenser et de simplifier les processus d'achats d'une organisation.

L'information agrégée des transactions d'achats, traditionnellement très disséminée, offre une vision globale riche

d'enseignements, idéale pour revoir les fondements d'une politique d'achats : analyse et regroupement des fournisseurs, comparaison des niveaux de prix pratiqués.

Au final, l'optimisation des achats et le meilleur respect de la politique d'achat se traduisent par des gains financiers importants et une plus grande responsabilisation des acheteurs.”



Les systèmes techniques

Du côté de l'entreprise ou de l'administration qui met en œuvre la carte d'achat, les contraintes techniques sont assez faibles. Elles se résument la plupart du temps à interfacier les systèmes comptables de l'entreprise avec les données de facturation.

Pour les fournisseurs, la carte d'achat, pour être acceptée, nécessite de s'équiper d'un système d'autorisation de paiement

(terminal de paiement ou solutions logicielles), ainsi que d'un système de remise en compte des demandes de paiement (télécollecte).

De nombreuses solutions existent. Elles sont fonction de la taille et du type de besoin de l'entreprise qui souhaite s'équiper.



Patrick Dupont

Directeur du développement B2B
Ingenico

“Le cœur du métier de grands prestataires comme Ingenico est l'acquisition de transactions sécurisées sur la base des grands protocoles d'échange définis par les organismes bancaires.

Sur le marché de la carte d'achat sur lequel nous nous sommes fortement investis, nous voulons apporter aux

fournisseurs dans un univers B2B, l'expérience que nous avons acquise auprès des commerçants depuis de nombreuses années, notamment auprès du secteur de la Grande Distribution.

Nous oeuvrons pour assurer une transmission des données, la plus transparente possible, avec des solutions matérielles et logicielles interopérables entre tous les réseaux d'acceptation.”



Frédéric Dujoux

Product Manager
Ogone

“L'important pour un fournisseur, est de pouvoir répondre rapidement et simplement aux sollicitations de ses clients qui souhaitent utiliser la carte achat. Capitalisant sur l'expérience acquise dans la conception et l'exploitation de solutions de paiements, notamment pour l'e-commerce, Ogone a développé une gamme de solutions qui permet d'accepter les paiements par carte d'achat.

Grâce à cette gamme complète, nous pouvons répondre à la diversité des besoins du marché :

- Une PME acceptant la carte achat pour un premier client sera, en règle générale, opérationnelle en 24 heures, grâce à une solution simple et conviviale, sans impact technique.

- Par contre, une entreprise internationale avec des clients répartis dans plusieurs pays, cherchera plutôt une solution intégrée et compatible avec les différentes méthodes de paiement. Outre un couplage temps réel entre ses applications de commande et les demandes d'autorisation, Ogone permet une dématérialisation du processus de bout en bout, jusqu'à la facture finale, en partenariat avec les spécialistes du secteur.

D'un besoin standard à des besoins très spécifiques, nous offrons un ensemble de solutions souples et évolutives. Le nombre croissant de fournisseurs équipés ces derniers mois en France et en Europe, est un signe de la vitalité de ce marché.”



Le rôle de l'APECA

La carte d'achat est déjà très répandue sur les marchés anglo-saxons et en Europe du Nord et le contexte est actuellement favorable à son déploiement en France. Il y a une demande forte de la part des clients acheteurs du secteur privé et public, ainsi que des fournisseurs souhaitant offrir des solutions modernes à leurs clients.

B U R E A U

Président

Bernard SIOUFFI

*Délégué Général du Conseil
du Commerce de France*

Trésorier Vice Président

Alain BARRÈRE

Directeur Général FTO/SETIB

Secrétaire Général

Solange LIGERET

C'est dans l'idée d'accompagner et de coordonner les efforts de développement et de déploiement du marché de la carte d'achat que l'APECA (Association des Professionnels Européens de la Carte d'Achat) a été créée .

L'APECA a pour vocation d'être une **tribune d'échanges et de collaboration** pour l'ensemble des acteurs du marché de la carte d'achat. Elle vise à rassembler les différentes sensibilités: acheteurs du secteur privé et de la sphère publique, fournisseurs, établissements financiers, prestataires techniques et intellectuels, institutionnels .

Son objectif est de mettre à la disposition de l'ensemble de ses membres une tribune permettant le dialogue et le travail, qui puisse servir de base à l'évolution des produits et à l'organisation du marché.

Sa mission consiste à :

- accueillir ces échanges,
- animer des groupes de travail,
- organiser des campagnes d'information,
- fournir des programmes de formation,
- faciliter l'accès à toutes les données disponibles sur le marché français et européen,
- accompagner les entreprises à la mise en place de la carte et des systèmes associés.

COMITÉ EXÉCUTIF*

American Express
Carte-France

Aventis

b-process

FTO SA

Groupement des
Cartes Bancaires "CB"

Ingenico

La Poste

MasterCard Europe

Radiospares

UGAP

*octobre 2004

L'association est administrée par un Comité Exécutif, représentant les différents secteurs d'activité auxquels appartiennent les membres de l'association, structure de décision opérationnelle, qui définit ses principales orientations.

Un Comité d'Orientation, constitué d'experts de la modernisation des moyens de paiement et de la dématérialisation des échanges, participe à ses réflexions.

Des Groupes de Réflexion et des Commissions, animés par des membres bénévoles travaillent sur les axes et les thèmes validés par le Comité Exécutif.

Glossaire

A-a

Achats non stratégiques ou hors production aussi appelés **Maintenance, Repairs and Operational materials (MRO)** ou **Entretien, Réparation et Opération (ERO)**

C'est l'ensemble des achats ne rentrant pas dans la fabrication des produits d'une entreprise, généralement regroupés en quatre sous familles : transport, informatique, maintenance, fourniture de bureau.

C'est un type d'achat souvent mal maîtrisé et considéré comme secondaire. Bien qu'ils ne représentent qu'une faible partie du budget achat des sociétés, ils sont générateurs de coûts élevés du fait du nombre important de commandes et de fournisseurs.

C-c

Carte d'achat (Purchasing card)

Solution de paiement interentreprises permettant de régler les commandes de biens et de services.

Compensation

Processus d'échanges, entre établissements financiers, des opérations de paiement et valeurs mobilières, avec calcul des positions respectives des établissements financiers.

D-d

Dématérialisation

Remplacement d'un document sous forme papier par son équivalent électronique.

Donneur d'ordre

Entité qui demande l'exécution d'une prestation et destinataire de la facture.

E-e

e-billing (parfois appelé : **EIPP : Electronic Invoice Presentment & Payment, EBPP : Electronic Bill Presentment & Payment ou EIPP : Electronic Invoice Presentment & Payment ou PPEF : Présentation et Paiement Electroniques de Factures**)

Solution permettant l'émission, le traitement et le règlement des factures de manière électronique. Pour un fournisseur, le e-billing assure l'émission de factures électroniques, un suivi en temps réel de leur statut. L'acheteur recevra des factures électroniques de la part de ses fournisseurs, bénéficiera d'un moteur de rapprochement automatique des Factures/Bon de Commande/Bon de Livraison. L'un et l'autre auront accès à un mode d'archivage électronique, et aux bénéfices des services de paiement électronique.

e-business

Rationalisation des processus d'une entreprise, en y intégrant les technologies Internet et leurs différents apports en matière de relation-client ou de flux logistique.

e-commerce

Recouvre tout ce qui concerne la vente et l'achat de biens et services via Internet (catalogues en ligne, boutiques virtuelles, prise de commande, facturation, service clients, gestion des transactions et règlements).

e-marketplace (ou place de marché électronique)

Site portail destiné au commerce interentreprises, généralement consacré à un secteur d'activité particulier, qui permet de faire des affaires directement entre acheteurs et fournisseurs.

La place de marché électronique constitue l'un des rouages du commerce électronique interentreprises. Elle suppose trois types d'acteurs : l'acheteur, le vendeur et le créateur de la place (met en relation acheteurs et vendeurs et prélève un pourcentage sur les transactions).

E-e (suite)

e-payment

Recouvre l'ensemble des outils et fonctionnalités permettant le paiement d'un bien ou d'un service dans un contexte de e-procurement.

e-procurement

Ensemble de solutions permettant l'automatisation et la formalisation de la gestion des achats et des approvisionnements d'une entreprise par le biais d'échanges informatisés via Internet la plupart du temps (gestion des catalogues négociés par les acheteurs, des informations nécessaires à l'exécution de la commande, émission de factures électroniques, et paiement en ligne).

EDI : Electronic Data Interchange (ou Echange de Données Informatisé)

Echange entre différentes organisations, de données structurées, d'ordinateur à ordinateur (ou d'application à application), et dont l'efficacité repose sur l'utilisation de messages préétablis et de procédures normalisées. L'échange de données informatisé apporte des avantages importants en ce qui concerne la diminution du papier et la réduction des délais postaux et de distribution. Il rend nécessaire l'interconnexion de réseaux hétérogènes et donc le développement et la normalisation des interfaces et des protocoles. L'EDI a pour objectif de rationaliser les échanges commerciaux entre les entreprises.

Toutefois, la lourdeur des procédures mises en jeu (codage rigoureux, établissements de liaisons spécialisées) a relégué l'EDI au second plan, au profit de techniques de communication plus légères issues du modèle Internet. De plus, l'EDI est restreint à une relation bilatérale et n'inclut ni l'acte d'achat ni la transaction financière.

EBPP : Electronic Bill Presentment & Payment ou EIPP : Electronic Invoice Presentment & Payment ou PPEF : Présentation et Paiement Electroniques de Factures

Termes génériques d'origine américaine utilisés pour définir les services de présentation et de paiement électronique de factures.

Ces services permettent à un fournisseur de présenter des factures par voie électronique. Les partenaires commerciaux peuvent visualiser, acheminer, contester, approuver et payer leurs factures, éliminant du même coup les transactions plus coûteuses liées au traitement et au paiement des factures papier classiques.

Présenté comme plus flexible et moins coûteux que l'EDI classique.

Pour concurrencer l'EDI, le système EBPP/EIPP a pour lui l'avantage d'être accessible via le web et de s'adapter à tous les systèmes d'exploitation existants.

EIPP : Electronic Invoice Presentment & Payment

(Voir : **EBPP : Electronic Bill Presentment & Payment** ou **EIPP : Electronic Invoice Presentment & Payment** ou **PPEF : Présentation et Paiement Electroniques de Factures**)

ERP : Enterprise Resources Planning ou PGI (Progiciel de Gestion Intégré)

Ensemble de logiciels intégrant les principales fonctions nécessaires à la gestion des flux et des procédures de l'entreprise (comptabilité et finances, logistique, paie et ressources humaines, etc.)

Tous ces logiciels accèdent à des ressources communes, généralement sous forme de bases de données.

Externalisation

(Voir : **Outsourcing** ou **Externalisation**)

I-i

Insourcing ou internalisation

Pour une entreprise, fait de confier contractuellement la gestion de tout ou partie d'un département (par exemple la gestion du parc informatique) à un tiers. Cette gestion devra être assurée sur les lieux mêmes, sans reprise de personnel ni d'actif.

Le concept d'"insourcing" s'oppose à celui d'"outsourcing". Selon les experts, c'est la version moderne du forfait d'exploitation.

suite >

I-i (suite)

Interbancaireté

Principe d'échange de transactions permettant à un acheteur utilisant la carte d'achat émise par sa banque de l'utiliser chez tous les fournisseurs indépendamment de leur propre banque.

Internalisation

(Voir : **Insourcing ou internalisation**)

Intéropérabilité

L'objectif est le renforcement de la cohérence entre les différents systèmes d'information, en améliorant leur interconnexion et la communication entre les applications liées aux processus de l'entreprise ;

Il s'agit de favoriser le fonctionnement des systèmes et processus opérationnels, d'une manière toujours plus intégrée, sur la base de standards et d'éléments d'architecture communs, et en partageant les ressources informationnelles communes.

M-m

MRO : Maintenance, Repairs and Operational materials ou Entretien, Réparation et Opération (ERO) (Voir aussi : **Achats non stratégiques ou hors production**)

Ensemble des articles, pièces et matières consommables servant à la production en général ainsi qu'à la réparation ou à la maintenance de l'équipement industriel. Ce sont des achats généraux, liés à l'appareil de production (le petit outillage pour la réparation des machines, l'huile ou les filtres pour l'entretien de l'appareil de production, etc). Ce type d'achat s'externalise bien en général et il existe des places de marché spécialisées dans l'achat de MRO (MROOnly.com, onlinemro.com, findmro.com...)

O-o

Outsourcing ou Externalisation (Voir aussi : **Facilities management**)

Service fourni par un tiers et qui consiste à assurer la responsabilité de la gestion de tout ou d'une partie d'un département fonctionnel d'une entreprise.

Permet aux entreprises de se recentrer sur leur métier en externalisant les fonctions les plus annexes de son activité.

P-p

Place de marché

Site portail exclusivement réservé au commerce interentreprises et dont l'objectif est de faciliter la mise en relation entre acheteurs et vendeurs. On peut toutefois distinguer les places de marché transactionnelles qui autorisent la commande en ligne (e-procurement) et la facturation ou le paiement en ligne, de celles qui sont plutôt des "infomédiaires". Les services proposés par ces dernières sont surtout axés autour de l'émission d'appels d'offre ou d'enchères. On peut également distinguer les places de marché verticales (spécialisée dans un secteur donné) des places de marché généralistes (souvent à destination des PME).

R-r

Reporting

Dans le cadre de la carte achat, informations à l'entreprise acheteuse, fournies par l'émetteur de la carte, permettant de suivre et contrôler l'activité liée à l'utilisation de la carte achat.

S-s

Sourcing

Recherche des fournisseurs pouvant le mieux répondre aux besoins de la société acheteuse en terme coûts, délais et qualité.

S-s (suite)

Sous-traitance

Travail confié par le donneur d'ordre à un tiers (le sous-traitant), qui doit l'exécuter selon les directives qui lui sont données (cahier des charges). Le donneur d'ordre précise les résultats et les objectifs à atteindre.

La sous-traitance se différencie de l'**outsourcing** par la relation développée entre le donneur d'ordre et la société tierce.

Supply chain ou Chaîne d'approvisionnement

Elle inclut la totalité des flux d'information, des flux physiques et des interfaces entre les différents acteurs, producteurs et fournisseurs impliqués dans la fabrication d'une offre (produit ou service) de sa définition à sa distribution, en passant par sa conception et sa production proprement dite.

Le concept de supply chain signifie que tous les acteurs sont intégrés au processus d'approvisionnement, les limites de l'entreprise ne sont plus les mêmes : chaque acteur est lui-même relié aux acteurs amont et aval.

Supply Chain Management ou Gestion de la chaîne logistique

Organisation globale qui permet de gérer tous les échanges induits par la chaîne d'approvisionnement (Supply Chain) et qui s'appuie sur des moyens informatiques.

Bien souvent le système de gestion de la chaîne logistique (également appelé "logiciel", "progiciel", "solution" ou "outil") vient se greffer au progiciel de gestion intégré d'une entreprise et aux logiciels de GPAO (gestion de la production assistée par ordinateur) que celle-ci utilise.

L'informatisation de la chaîne logistique ("supply chain") et de la gestion de la chaîne logistique ("supply chain management" ou "SCM") représente de plus en plus un élément clé dans la stratégie d'une entreprise d'un point de vue concurrentiel. Elle s'inscrit dans la pratique du "juste-à-temps" et garantit la livraison du bon produit au bon moment.

T-t

Téléprocédure

Procédure administrative, réalisable à distance avec des moyens électroniques, utilisant principalement le réseau Internet. Dans le monde de l'entreprise, les principaux exemples sont les déclarations de TVA et d'URSAFF. Supprimant la fourniture de nombreux formulaires papier, elle est synonyme de gain de productivité. Elle dématérialise la démarche administrative.

Transaction électronique

Echange entre un acheteur et un fournisseur, matérialisé sur un support papier ou électronique, constatant le paiement d'un achat par le détenteur d'une carte de paiement.

W-w

Workflow

(Voir aussi : **GED : Gestion Electronique de Documents** ou **EDM : Electronic Document Management**, **LAD : Lecture Automatique de Documents**)

Système d'ordonnancement des flux de travaux dans une organisation.

A la base du workflow, il y a une modélisation des fonctions et procédures de l'entreprise. Sous le terme de workflow sont regroupés les logiciels de circulation, sous forme électronique, de documents ou d'informations et d'attribution de tâches administratives. Les solutions de workflow permettent de créer des procédures complexes de transfert automatisé et de suivi de dossier.

Celles-ci sont utilisées dans le cas où plusieurs personnes travaillent en groupes organisés et structurés suivant des règles et procédures, pour effectuer des travaux d'ordre technique ou administratif (gestion du courrier, traitement des commandes, gestion des factures...)

Les auteurs

Jean-Christophe Defline et Hervé Lebec

Directeurs Associés, Copilot Partners

Copilot Partners est une société de Conseil Stratégique et de Management Opérationnel. Ses managers entrepreneurs interviennent sur des prospectives de développement de marché ou d'organisations, sur la conception et l'accompagnement de projets opérationnels, dans un contexte où les technologies de l'information jouent un rôle déterminant.

www.copilotpartners.com

Copyright© 2004 APECA. Tous droits réservés.

Les Sponsors



Le Groupement des Cartes Bancaires "CB" assure la fiabilité et la sécurité du système de paiement et retrait par carte CB : règles, normes et spécifications applicables à l'ensemble du système CB, gestion des autorisations de transactions. La carte d'achat est l'une des priorités du développement de la gamme.



American Express Commercial Cards met à la disposition des entreprises un service complet et des systèmes de gestion performants qui ont pour vocation de les aider à réaliser des économies, en rationalisant leurs process et en optimisant la gestion de leurs dépenses et des coûts cachés y afférents : le programme *Corporate Purchasing Solutions* est dédié aux achats courants.



Ingenico, premier fournisseur mondial de systèmes de transactions et de paiements sécurisés, propose aux banques, à la grande distribution et aux administrations une gamme complète et performante de terminaux, de solutions et de services gérant l'ensemble de leurs flux électroniques. Grâce à sa plate-forme *IngeBiz*, le Groupe joue également un rôle moteur dans la mise en place de la carte d'achat en Europe.

*MasterCard
International*



Mastercard, entreprise leader dans les solutions de paiement internationales, fournit une grande variété de services innovants afin de soutenir les programmes de crédit, de débit, de cash électronique, business to business... de ses sociétés financières membres. La carte d'achat de Mastercard a contribué à la réalisation du pilote de l'administration.



Ogone est un des principaux acteurs européens du paiement sécurisé, tant pour le B2C que pour le B2B. Quel que soit le canal de vente, Ogone propose des solutions évolutives aux fournisseurs, acheteurs ou banques. Sécurisée, multi-carte et internationale, notre plate-forme répond à vos besoins actuels et futurs en matière de carte achat.



Avec le soutien du Conseil du Commerce de France.

