

EDI-OPTIQUE

Nouveaux tests sur les verres traités Hi-Vision LongLife de Hoya

Dans le cadre du Silmo, Hoya a présenté sa nouvelle série de tests, réalisés par un laboratoire indépendant, pour «démontrer que le traitement Hi-Vision LongLife est le plus résistant à la rayure du marché, et ce, dans la durée». Afin de simuler le cycle de vie d'un verre traité, trois tests successifs sont réalisés : résistance à l'essuyage, résistance à l'abrasion et résistance à la délamination.

Contacto.fr : les bases de données mises à jour

Le site de la prescription en contactologie, Contacto.fr, a validé cet été ses nouvelles bases de données, en les confrontant avec celles des laboratoires. Il assure ainsi à ses utilisateurs de trouver des indications fiables mais aussi complètes puisqu'il recense l'intégralité des produits existants sur le marché.

Décideurs

THIERRY LEPIEZ
 PRESIDENT DU COMITE TECHNIQUE DE L'ASSOCIATION EDI-OPTIQUE
 Le Conseil d'administration de l'Association EDI-Optique vient d'élire Thierry Lepiez à la présidence de son Comité Technique. Il succède à

Marie-Pierre Milavanovic qui a occupé cette fonction pendant huit ans. A la tête des systèmes d'information de Hoya France depuis 2001, Thierry Lepiez, qui cumule plus de 25 ans d'expertise en informatique, a notamment impulsé que la quasi-totalité des commandes du verrier soit gérée en EDI. Il sera à la tête de 130 experts qui participent aux nombreux groupes de travail de l'association.



UN NOUVEAU STANDARD AUX APPLICATIONS CONCRÈTES EN MAGASIN

L'association EDI-Optique lance le standard universel de catalogues optiques qui rendra plus fluides les échanges de données au sein de la filière et facilitera le quotidien des opticiens.

Son but est que tous les acteurs aient la bonne information au bon moment pour en finir avec les erreurs de commandes, supprimer les saisies manuelles et gagner en productivité.

Verres, montures, lentilles, solutions d'entretien mais aussi offres packagées sont concernés par ce nouveau standard. Leur commande et la lecture des informations les concernant seront facilitées.

Problématiques déjà parues : Lentilles de contact (BV 190 – Juin 2011) Transmission des formes de montures aux verriers (BV 191 – Juillet-août 2011), Promotions limitées dans le temps (BV 192 – Septembre 2011), Commande de verres individualisés (BV 193 – Octobre 2011).

Problématiques à paraître : Offres packagées, Gestion du stock

► PROBLEMATIQUE SUR LES CATALOGUES MONTURES



Fabien Hamès,
 Krys à Roubaix (Nord)

« Des saisies manuelles sont nécessaires quasiment tous les jours pour entrer en stock les nouveaux arrivages de montures mais

aussi réaliser les étiquetages. Une fiche article doit être créée pour chaque nouveau modèle, avec les bons renseignements pour la couleur, la taille et le prix. Sans compter les risques d'erreur, cela prend entre une demi-heure et une heure par jour et faute de temps, des cartons non-déballés encombrant les réserves. Saisie manuelle et absence de codification commune pénalisent également notre recherche de produit dans le catalogue des fournisseurs. Pour le SAV, des problèmes subsistent entre le modèle référencé couleur « pêche » par le magasin et « abricot » par le fabricant par exemple. Chaque point de vente ayant sa propre norme, les multipropriétaires ont également du mal à savoir ce que possèdent réellement leurs différents magasins en stock. Enfin, le réassort est toujours effectué par un pointage manuel des meilleures ventes. Seuls les produits Codir bénéficient déjà d'une norme EDI en interne. J'espère qu'à l'avenir, le gain de temps sera aussi important dans nos relations avec tous les fournisseurs ».

► LES SOLUTIONS D'EDI-OPTIQUE

«Le premier avantage des nouveaux catalogues montures EDI touchera à la facilité et la rapidité des entrées en stock et des étiquetages», prévient Patrick Gamblin, directeur général de Lafont, dont la société sera parmi les premiers fournisseurs monture à disposer de son catalogue à la nouvelle norme EDI. En bipant le code barre de la monture, la saisie de tous les champs de la fiche article se fera automatiquement ainsi que l'édition de l'étiquette.»

Autre avantage pointé par Patrick Gamblin, la gestion des multimagasins. «Un code unique par modèle permettra de réaliser simplement des statistiques entre les ventes des différents magasins mais aussi de connaître à tout moment qui dispose de quel modèle.»

Le réassort automatique sera également simplifié. «Les opticiens attendaient traditionnellement les nouvelles collections avant de passer commande. Grâce à EDI, ils pourront dès la livraison placer des alertes sur les best-sellers avec un réassort automatique dès leur vente. Il sera également plus aisé pour les fournisseurs de communiquer sur les modèles à réassortir car tout le monde parlera désormais le même langage.»

Dernier avantage des nouveaux catalogues montures noté par Jean-Christophe Leroy, directeur programme d'EDI-Optique : les informations nécessaires au montage. « Toutes les données techniques liées à chaque modèle sont intégrées au catalogue EDI et l'opticien n'aura plus à en faire la demande à son fournisseur. Et comme la norme EDI est internationale, à terme, tous les catalogues des fournisseurs étrangers apporteront les mêmes avantages aux opticiens français ».