

La voix de GS1 Algeria

les standards GS1 pour lutter contre la contrefaçon

**GS1 Digital Link
un standard
qui introduit le code à barres sur le web**

ANTIBIOTIQUES :
Des consommations
irrationnelles et
inacceptables.

COM-ON

Du Tac au Tac

Réponses aux questions
fréquentes

GS1 entre 1977 à 1990

Focus Maladie

La grippe, la maladie
de la saison

Espace labo

Groupe FRATER - RAZES



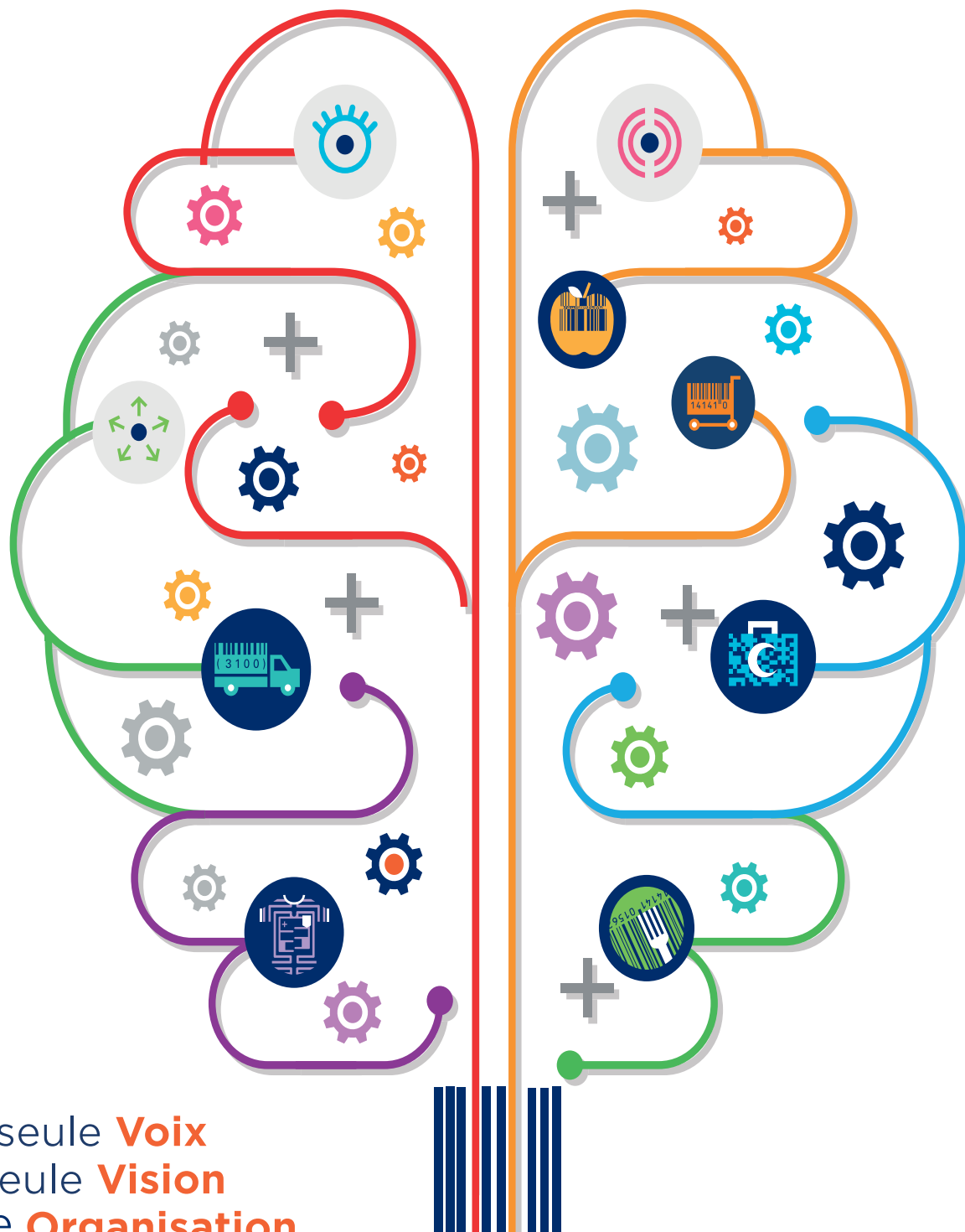
N

Adhérent sous la loupe

Fruital, leader du marché
de la boisson.

Le parcours d'un GS1ien

Ulrike kreysa Vice-
présidente ,GS1 Healthcare



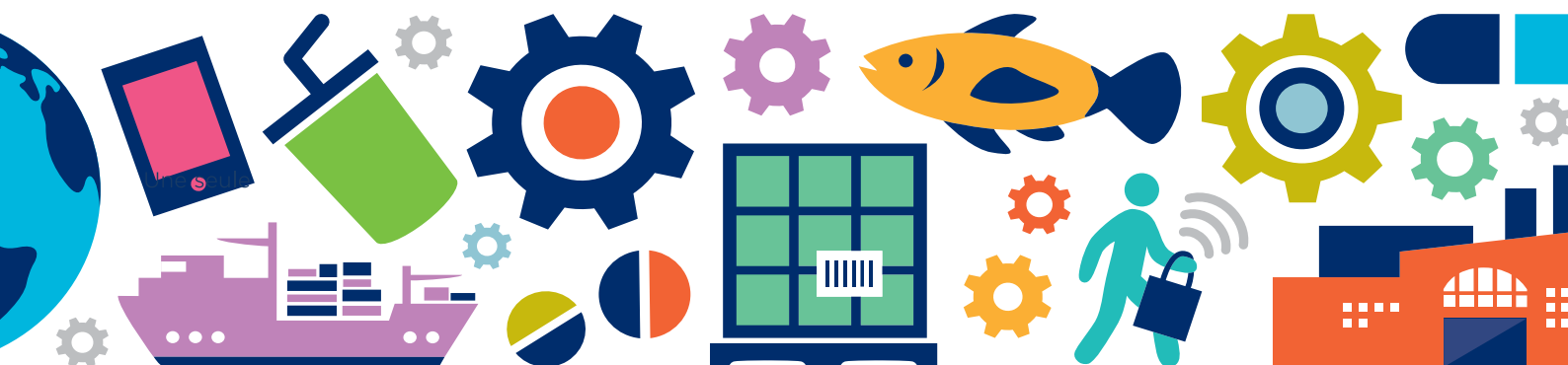
613

Une seule **Voix**
Une seule **Vision**
Une seule **Organisation**



Sommaire

L'édito	4
Le parcours d'un GS1ien	5
Rubrique Healthcare	6-9
GS1 Digital Link	10-12
Adhérent sous la loupe	13
Du Tac au tac	14
Com- on	15
Les standards GS1 pour lutter contre la contrefaçon	16-17
Divers	19
jeux	21



L'édito,

La voix de GS1 Algeria, est un magazine bimensuel et fruit des efforts menés par les membres de GS1 Algeria

A travers son premier numéro, la voix de GS1 Algeria a traité des sujets relatifs aux diverses activités de GS1 Algeria dans le but d'apporter à ses lecteurs un éclaircissement en matière de secteurs dans lesquels elle joue un rôle mais aussi de nouveautés technologiques permettant l'optimisation de l'application des standards GS1.

Cette édition est une continuité du travail précédent, des thèmes tels que le healthcare seront abordés sous un nouvel angle d'autant plus que de nouveaux sujets y compris le transport et logistique et la contrefaçon seront présentés aux lecteurs.



GS1 entre 1977 à 1990

1977

12 pays se sont associés pour développer le standard européen EAN (code à barres à 13 chiffres). En ajoutant un 13ème chiffre au code américain UPC. Ce dernier devient un standard international pour l'identification des articles .

1989

Les standards de codification s'enrichissent avec un identifiant appelé EAN/UCC qui est utilisé pour identifier les unités logistiques. Avec ce code on peut encoder d'avantage d'informations

1990

L'UCC et L'EAN Internationals ont signé un accord de coopération pour co-gérer les standards mondiaux de codification. 45 pays dans le monde ont adopté ces standards.

La publication de la première norme mondiale d'échange de données électronique permet aux entreprises de standardiser les transactions commerciales échangées entre elles.

à suivre dans
les prochaines éditions

Le parcours d'un GS1ien



Ulrike Kreysa
Vice -présidente
GS1 Healthcare

Ulrike Kreysa est vice-présidente du secteur de la santé au bureau mondial de GS1 à Bruxelles.

Elle collabore avec ses collègues dans 112 pays du monde entier pour développer et mettre en œuvre les standards GS1 dans le secteur de la santé.

Avant de rejoindre GS1 en octobre 2004, Ulrike a travaillé pendant trois ans chez GHX Europe, où elle a occupé le poste de directrice générale pour le Benelux et la France.

Ayant débuté sa carrière en tant que pharmacienne, elle a travaillé pendant plusieurs années dans des pharmacies publiques et plus de 11 ans à l'hôpital universitaire allemand d'Aachen.

A la tête du groupe mondial d'utilisateurs GS1 Healthcare, Ulrike coordonne avec les parties prenantes de la chaîne d'approvisionnement des soins de santé, des fabricants de produits pharmaceutiques et médicaux, des grossistes / distributeurs, des hôpitaux, des pharmacies, des fournisseurs de services logistiques, des organismes gouvernementaux et réglementaires et des associations.

GS1 Healthcare a pour mission de diriger le secteur de la santé vers le développement et la mise en œuvre réussie de normes mondiales. La sécurité des patients et l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement à l'échelle mondiale seront améliorées grâce aux normes AIDC (identification automatique et saisie des données), à la synchronisation et à la traçabilité mondiales des données.

Ulrike travaille également avec les décideurs de sociétés telles qu'Abbott, Medtronic, Pfizer, GE Healthcare, GSK, Johnson & Johnson, Baxter, B. Braun, Bayer, Zimmer, entre autres, afin de favoriser l'harmonisation des normes d'application dans le monde entier. À cette fin,

Ulrike discute régulièrement avec les organismes de réglementation pour déterminer la nécessité d'une approche harmonisée au niveau mondial en matière de normes afin d'éviter les inefficacités de la chaîne d'approvisionnement pour tous les acteurs de la santé et d'accroître la sécurité des patients.

Ulrike intervient lors de conférences dans le monde entier.

Ulrike Kreysa devient membre correspondant de l'Académie Nationale de Pharmacie le 20 décembre 2017 « En tant que pharmacienne, je me sens particulièrement concernée par la sécurité du patient », confie Ulrike Kreysa. « En effet, les standards GS1 peuvent véritablement améliorer la sécurité du patient dans le domaine de la santé à travers le monde. Nous voulons avoir la certitude qu'ils soient traités de manière sécurisée, efficace et de grande qualité. »

GS1 Healthcare news

ANTIBIOTIQUES : Des consommations irrationnelles et inacceptables.



Les antibiotiques, ce n'est pas automatique

La consommation mondiale d'antibiotiques a augmenté de 65% entre 2000 et 2015, elle est passée de 21,1 milliards de doses quotidiennes déterminées en 2000 à 34,8 milliards en 2015 dans 76 pays dans le monde. A cet égard, une étude publiée dans la revue américaine Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS), a révélé que le niveau de consommation d'antibiotiques a particulièrement augmenté dans les pays à revenu intermédiaire ou faible. L'Algérie a été citée parmi le top 5 des pays dans le monde, à côté de la Tunisie, la Turquie, et la Roumanie où la prise d'antibiotiques est un acte automatique. Une pratique longtemps dénoncée, mais qui semble avoir la peau dure chez certains de nos médecins généralistes et officines.

Cette augmentation signifie « un meilleur accès à des médicaments ». Ce qui, soulignent les experts, « est nécessaire dans des pays avec beaucoup de maladies qui peuvent être traitées efficacement avec des antibiotiques ».

Mais, ces derniers avertissent : « Cela conduira à des taux plus élevés de résistance des bactéries aux antibiotiques », cette résistance est responsable de 700.000 morts par an dans le monde ».

Si l'Algérie est grand consommateur d'antibiotiques, c'est plutôt par automédication que par prescription médicale, la plupart des pharmacies d'officine du pays refusent de servir ce genre de médicaments sans ordonnance.

En Algérie la sonnette d'alarme a été déclenchée concernant cette pratique d'usage abusif et effréné des antibiotiques sans ordonnances, et se caractérise par :

- L'usage d'un trop grand nombre de médicaments par patient.



“ Ils sont précieux, utilisons-les mieux » ”

- L'usage inapproprié d'antimicrobiens, souvent en posologies inadéquates, pour le traitement d'infections non microbiennes.
- L'usage abusif de produits injectables quand des formulations orales seraient plus appropriées.
- La non-conformité des pratiques de prescription aux directives thérapeutiques
- L'automédication inappropriée et souvent de médicaments délivrés sur ordonnance seulement.

La responsabilité demeure partagée : les professionnels de santé tentent de limiter la prescription d'antibiotiques, mais les malades ne coopèrent pas toujours : plusieurs études démontrent que la satisfaction des patients augmente quand ils reçoivent des antibiotiques, peu importe la pathologie.

La prise excessive des antibiotiques présente de dangereuses conséquences parfois mortelles :

- L'acquisition d'une résistance par les bactéries (l'antibiorésistance)
- La destruction de la flore intestinale, y compris les bactéries bénéfiques, ce qui affaiblit l'organisme.
- L'apparition d'un gouffre financier : L'impact de la résistance aux antimicrobiens nécessite le recours à des médicaments plus coûteux, engendre la prolongation de la maladie, de son traitement et de son hospitalisation, accroît les dépenses de santé et la charge financière pesant sur les familles et la société.

Un rapport de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) publié le 07 novembre 2018 indique que les bactéries résistantes aux antibiotiques pourraient tuer 2,4 millions de personnes d'ici 2050 dans 33 des 36 pays de l'OCDE (en Europe, en Amérique du Nord et en Australie). Les premiers touchés par cette menace sont les enfants et les personnes âgées



Quelles solutions ?

Des « mesures simples » et peu coûteuses peuvent pourtant être mises en place :

Pour éviter d'être en contact avec des microbes, il faut « encourager une meilleure hygiène », comme par exemple se laver les mains régulièrement.

- Sensibiliser les acteurs de la santé à mettre fin à la surprescription des antibiotiques.
- Mettre en place de tests de diagnostic rapide pour déterminer si une infection est virale ou bactérienne, cela pourrait faire baisser la consommation d'antibiotique.



Focus Maladie

INFLUENZA

La grippe, ou influenza, est une maladie due à des virus influenzae de la famille des Orthomyxoviridae, virus à ARN. Maladie contagieuse, la grippe touche tout d'abord le système respiratoire et peut se compliquer ou présenter des formes graves.

Elle dure habituellement de 3 à 7 jours et peut empêcher une personne de mener ses activités quotidiennes.

Il existe 3 types de virus de la grippe, avec des sous types différents classés selon leurs glycoprotéines de surface, les neuraminidases (N) et les hémagglutinines (H) :

La grippe de Type A : le virus responsable est le plus dangereux. Il se transforme en très peu de temps ce qui le rend d'autant plus difficile à combattre. Il a provoqué plusieurs pandémies meurtrières comme la grippe espagnole, la grippe de Hong Kong, la grippe aviaire...

La grippe de type B : Le plus souvent, ses manifestations sont moins graves. Le virus responsable n'entraîne que des épidémies localisées.

La grippe de type C : Les symptômes que le virus provoque s'apparentent à ceux d'un rhume banal.

La grippe, comment ça s'attrape?

La grippe se propage facilement, par contagion et notamment par les microgouttelettes contaminées qui sont libérées dans l'air lorsqu'on tousse ou qu'on éternue. Le virus peut aussi se transmettre par la salive. Puisque le virus peut se retrouver rapidement sur le visage et les mains d'une personne grippée, les baisers et les poignées de main aux personnes malades sont à éviter.

La transmission se fait plus rarement par des objets touchés par la salive ou des gouttelettes contaminées ;

le virus persiste sur les mains 5 à 30 minutes et dans les selles plusieurs jours. Sur les surfaces inertes, le virus reste actif plusieurs heures, donc il faut éviter de toucher les objets du malade (jouets, table, couverts, brosse à dent).

Quand consulter un médecin ?

En présence des symptômes ci-dessous, il est préférable de consulter un médecin afin de diagnostiquer et éventuellement traiter les complications qui peuvent survenir :

Une fièvre de plus de 38,5 °C durant plus de 72h

* De l'essoufflement au repos.

* Des douleurs à la poitrine.

Se Vacciner contre la grippe :

Les recommandations habituelles portent sur la nécessité de vacciner annuellement toutes les personnes à risque de complications.

Le vaccin contre la grippe sera administré chaque année, de préférence entre la mi-octobre et le début du mois de décembre (avant la poussée hivernale du virus). Le virus ne transmet jamais la grippe, puisqu'il est inactivé.

Rôle du GS1 Datamatrix dans l'identification normalisée des produits de vaccination :

L'utilisation du GS1 Datamatrix dans l'identification des vaccins présente de nombreux avantages tels que la saisie et la vérification de la date de péremption, une meilleure traçabilité, une facilité du processus électronique de commande, facture et réduction des erreurs médicales.



Espace labo

Groupe FRATER-RAZES

Le groupe Frater-Razes a été fondé par le Docteur Abdelhamid Cherfaoui en 1992 .Il fait partie des premières entreprises privées à voir le jour, après la libération du marché du médicament en Algérie. En 1996 le groupe est passé de la distribution à l'importation du médicament ce qui lui a permis d'étendre ses connaissances et de prendre attache avec des fournisseurs étrangers

De l'an 2000 a 2010 le groupe est passé par plusieurs étapes importantes dans son évolution dont : la réalisation d'une unité de conditionnement et de fabrication des formes sèches, le Lancement d'une unité de fabrication des produits de forme injectable et la fabrication du paracétamol injectable à 100ml [défiant ainsi toute la complexité pharmaceutique et industrielle].

En 2011 : Devant la bonne évolution managériale et la multiplicité de ses entreprises et leur spécificité, il a été décidé de les réunir sous l'égide d'un groupe juridique unifié, chacune d'elles régie par son propre statut. C'est ainsi que le groupe a été mis en place sous le label de « SPA les laboratoires FRATER-RAZES» en tant que société mère composée de cinq (5) sociétés à savoir :

* S.P.A. Les laboratoires FRATER - RAZES forme injectable

* S.P.A. Les laboratoires FRATER - RAZES Forme sèche

* S.P.A. PROVIVO : Chargée de l'importation et de la grande distribution des produits pharmaceutiques.

* S.P.A .SOMEPHARM : Chargée de la distribution des produits pharmaceutiques.

* S.P.A LFR Promotion Médicale : Assure l'information et la promotion médicale.

GS1 Algeria et FRATER-RAZES

Sous le code 6130745, le laboratoire frater razes forme sèche est adhérent chez GS1 Algeria depuis 2003, suivi par la filiale les laboratoires Frater Razes forme injectable sous le code 6133147, GS1 Algeria accompagne le groupe dans le marquage de ses médicaments et assure, à travers ses standards un suivi optimisé de la chaîne d'approvisionnement commençant par un processus clé : l'identification.

A cet égard, GS1 ALGERIA met à disposition ses différentes clés d'identification : GTIN, GLN, SSCC.

Depuis son adhésion, les laboratoires frater razes forme sèche comptent 220 articles codifiés dont le premier a été enregistré le 26/03/2003 et 267 articles codifiés pour les laboratoires frater razes forme injectable dont le premier a été enregistré le 05/03/2008

Le groupe utilise les codes à barres GS1 afin de commercialiser différents types de produits pharmaceutiques et grâce auxquels l'activité peut améliorer considérablement ses perspectives et ce, tant en termes de rendement que de rentabilité et d'image de la marque.



Les Laboratoires
FRATER-RAZES

GS1 Digital Link

Un standard qui introduit le code à barres sur Web



Auteur : Robert Beideman " Chief Solutions and Innovation Officer" GS1 Global office

Plus que jamais, les consommateurs du monde entier scannent les produits à l'aide de leurs smartphones pour en savoir plus sur ce qu'ils achètent ou veulent acheter. Parfois, ces analyses peuvent aboutir à une simple page Facebook, à un lien de site Web endommagé ou à une page Web contenant des informations incomplètes ou inexistantes. C'est regrettable, car aujourd'hui il y a de la place pour une meilleure connexion vu le nombre des consommateurs en ligne.

C'est là que GS1 Digital Link peut intervenir, il a été développé par un groupe de fournisseurs de solutions, détaillants, propriétaires de marques, experts en technologie et autres (adapté par l'organisme de normalisation mondiale GS1).

Ce nouveau standard, pour l'habilitation des codes à barres utilisés sur le Web, promet d'améliorer l'achat pour les consommateurs dans le monde entier, tout en renforçant la fidélité à la marque, en améliorant la traçabilité et l'efficacité de la chaîne logistique et en introduisant la numérisation du téléphone portable dans le 21ème siècle.

Comment ça fonctionne :

semblable à la manière dont une adresse Web (URL) mène vers un site Web spécifique, GS1 Digital Link permettra d'établir des connexions avec tous les types d'informations qu'elles soient BtoB ou BtoC. Et au lieu d'être limité à un type de support de données tel qu'un code à barres traditionnel, les marques peuvent désormais utiliser un QR code, une étiquette d'identification par radiofréquence (RFID) ou une communication en champ proche (NFC) pour transmettre ces informations à leurs clients.

Par exemple, en scannant simplement un QR code avec un smartphone, les consommateurs pourront accéder à diverses informations sur un produit ((- dimensions, images, dates d'expiration, données nutritionnelles, enregistrement de la garantie, instructions de dépannage et liens sur les réseaux sociaux)).

Ils peuvent acheter ou commander des produits, collecter des points de fidélité et «partager» des produits avec leurs amis sur les réseaux sociaux.

« Ce nouveau standard signifie que chacun des quatre billions d'objets fabriqués chaque année peut désormais être automatiquement connecté sur le web. Nous espérons que GS1 Digital Link fidélisera les clients et augmentera la valeur globale des produits. »



Le standard GS1 Digital Link permettra aux détaillants d'envoyer des alertes de vente aux consommateurs via leurs applications mobiles, lorsqu'elles seront scannées, qui pourront offrir des coupons instantanés, des possibilités d'appariement de prix et d'autres incitations pour encourager pour l'achat immédiat. Les consommateurs pourraient également être en mesure de scanner le code à barres sur le Web pour pouvoir passer des commandes à domicile pour les articles en rupture de stock ou vérifier d'autres emplacements des magasins pour l'inventaire sans avoir à avertir un associé de vente.

« L'impact sera énorme – les téléphones de deux milliards de consommateurs peuvent déjà scanner des codes et les consommateurs interagissent numériquement d'une manière massive avec des éléments hors ligne, comme en témoigne l'engouement pour le QR code », explique Dominique Guinard, directeur technique et co-fondateur d'EVERYTHING. Guinard est également co-président du groupe de travail sur le développement de normes GS1 Digital Link. « Ce nouveau standard signifie que chacun des quatre billions d'objets fabriqués chaque année peut désormais être automatiquement connecté sur le web. Nous espérons que GS1 Digital Link fidélisera les clients et augmentera la valeur globale des produits. » Guinard note qu'en Suède, un détaillant utilisera GS1 Digital Link pour inclure des codes sérialisés requis par la loi pour certains produits, tandis qu'aux États-Unis, un grand détaillant cherche à utiliser le nouveau standard pour une meilleure traçabilité. D'autres grands détaillants de vêtements et d'autres industries du monde entier ont également manifesté leur intérêt pour le nouveau standard pour différentes raisons.

Les fournisseurs de solutions EVERYTHING et service Tag ont déjà mis à niveau leurs plateformes pour prendre en charge ce nouveau standard. « Laurent Tonnelier », président de mobile ad et de service Tag, coprésident du groupe de travail GS1 Digital Link, prévoit l'impact global de la norme.

« Il s'agit de satisfaire les besoins des consommateurs, des détaillants et de la chaîne d'approvisionnement dans son ensemble », dit-il. « Connecter des partenaires commerciaux et des consommateurs à des informations pertinentes grâce à un simple code-barres ou une étiquette intégrée simplifie la création de ponts entre les marques, leurs partenaires de la chaîne d'approvisionnement et les consommateurs. »

En ce qui concerne l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement, GS1 Digital Link offre des avantages considérables. Par exemple, les identifiants GS1 peuvent aider à communiquer des informations importantes sur les produits et fournir des directives pour une manipulation, un transport et une élimination sécurisée.

Les détaillants peuvent également utiliser le nouveau standard pour activer des solutions qui partagent des alertes sur les dates d'expiration à venir afin de réduire les pertes et les coûts inutiles. De plus, GS1 Digital Link permettra de capturer des photos dans des entrepôts pour prouver que les bons articles ont été emballés dans la bonne quantité à un certain moment et à un endroit précis.



Mais le plus important peut-être, est que le standard améliore les solutions de traçabilité en permettant le codage et l'identification de lots de produits spécifiques en cas de rappel de ce dernier. Comme dans le cas du rappel récent des préparations pour nourrissons en Europe, du fait que le numéro de lot spécifique n'était pas disponible pour de nombreux détaillants qui scannaient le produit en même temps, des milliers de produits non contaminés ont dû être immédiatement retirés et détruits. ce qui a été traduit par une importante perte de revenu et de la confiance envers la marque.

L'introduction de GS1 Digital Link ne signifie pas que l'utilisation du code-barres traditionnel (1 D) GS1 va changer. Bien au contraire; les détaillants continueront à utiliser ce standard répandu dans les années à venir, mais il est désormais possible de migrer vers un simple code à barres habilité à l'utilisation sur le web à l'avenir.

Avec GS1 Digital Link, vous n'avez pas besoin d'investissements financiers ou de ressources importantes, ce qui est une bonne nouvelle pour les marques qui peuvent commencer par s'assurer que leurs QR codes ou autres codes à barres contiennent un identifiant de produit unique et enregistré auprès de GS1. Au fil du temps, les marques peuvent ajouter d'avantage de données et de liens d'information à ces produits, d'autant plus qu'elles les enregistrent dans le registre GS1 faisant autorité. Il est donc possible de commencer à devenir plus accessible sur le Web et compatible avec les consommateurs mobiles avec un petit investissement.



Article traduit par GS1 ALGERIA

Le saviez-vous !!

%8,7 des paniers des consommateurs, soit %0,4 des articles, ne passent pas en caisse. Plus que jamais le recours à la vérification de la qualité d'un code à barres est indispensable pour garantir que celui-ci soit correctement lu en point de vente, mais également tout au long de la chaîne de distribution. Le diagnostic de vos codes à barres, proposé par l'assistance technique de GS1, se base sur l'analyse de différentes variables, et vérifie si un symbole est conforme ou non aux valeurs permises par les standards GS1 et la norme ISO 15416.



Adhérent sous la loupe

FRUITAL

Fruital, leader du marché de la boisson gazeuse sur le territoire national, est l'un des plus importants embouteilleurs et distributeurs de Coca-Cola en Algérie.

Ses produits sont des concentrés mis au point par The Coca-Cola Company.

Fruital, a vu le jour en 1993, et disposait, alors, d'une usine à Khemis El Khechna.

En 2006 la société Fruital Coca-Cola SARL a été fondée par le groupe espagnol Equatorial Coca-Cola Bottling Company. Elle propose une large gamme de produits, notamment des produits de marque Coca-Cola, Fanta et Sprite. La société, qui compte parmi les principaux acteurs du marché national, est également bien établie sur les marchés d'Afrique de l'Ouest et du Nord.

Forte de sa croissance soutenue et de son potentiel exceptionnel, la société Fruital Coca-Cola a décidé d'investir dans une ligne standard, dédiée à la production de produits phares, notamment des bouteilles de 1 et 2 litres.



GS1 Algeria et Fruital

Code adhérent: **6130003**

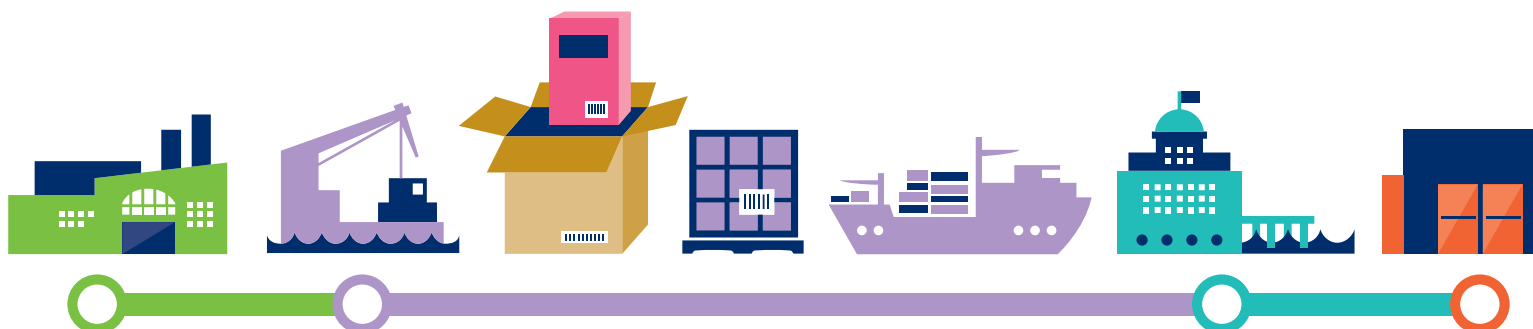
Année d'adhésion: **1995**

Raison sociale: **Fruital**

Siège social: **Rouiba - Alger**

Marque commerciale: **COCA-COLA**

Produits codifiés: **69 produits**



Du tac au tac

Réponses aux questions fréquentes.

Q: Les codes à barres doivent-ils avoir une taille particulière?

R: Oui. Il existe des directives générales sur la taille nominale pour chaque type de symbole de code à barres. Par exemple, la taille nominale pour un EAN 13 est de 37,29 mm de large sur 25,91 mm de haut. Les symboles ITF 14 doivent mesurer 142,75 mm de large et 32 mm de haut.



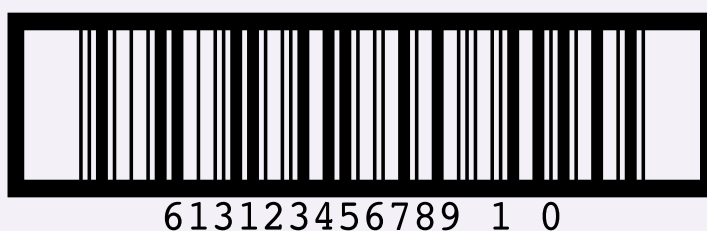
Code à barres EAN 13

Dimensions minimales : 29,83 mm x 20,73 mm

Dimensions maximales : 74,58 mm x 51,82 mm

Dimensions nominales : 37,29 mm x 25,91 mm

Dimension X à la taille nominale : 0,33 mm



Code à barres ITF 14

Dimension Minimales : 71,40 mm x 12,70 mm

Dimension Maximales : 142,75 mm x 32,00 mm

Dimension Nominales : 142,75 mm x 32,00 mm

Dimension X à la taille nominale : 0,495 mm et maximale: 1,016 mm

Q: Comment savoir si mon code à barres est conforme?

R: Les codes à barres peuvent être testés par un processus connu sous le nom de vérification. C'est un ensemble rigoureux de tests qui mesure différents aspects d'un symbole de code à barres à partir de sa taille, de la qualité d'impression et du contraste. GS1 Algeria propose un service de vérification des codes à barres pour ceux qui ont besoin d'une validation externe de la qualité des symboles.

Com-on

La communication événementielle est une technique de communication basée sur la participation aux événements pour rencontrer des partenaires, des fournisseurs et les différents opérateurs économiques afin de viser nos adhérents. Pour cela, au 3ème semestre de l'année 2018, GS1 Algeria a participé à des manifestations économiques et foires nationales et internationales dans différents secteurs : santé, agro-alimentaire, communication.

- Du 08 au 11 octobre 2018 SIMA-SIPSA Salon de l'élevage et de l'agroéquipement -Alger .
- Du 11 au 13 octobre 2018 SAYDALYA Salon international de la pharmacie, de la parapharmacie de la santé et du bien être -Constantine .
- Du 30 octobre au 03 novembre 2018 comon, Le salon de la communication- Alger.
- Du 06 au 08 novembre 2018 sud-agro industries - Ghardaïa .

Conseil technique :

Pour permettre la lecture optique du code à barres d'une unité de base, le contraste entre les barres et les espaces doit être suffisant, que les lectures optiques n'apprécient pas nécessairement le contraste comme le fait l'oeil humain. Le respect de spécifications GS1 est une condition essentielle pour une bonne lecture du code à barres .



Le catalogue électronique maghrébin Mantooj

Le catalogue électronique maghrébin « **Mantooj** » permet aux entreprises de publier leurs informations, complètes et actuelles via Internet. Les consommateurs peuvent s'informer sur les différents produits sur le site **www.mantooj.net**. Mantooj est basé sur les standards GS1. Celui-ci décrit les informations devant être mises à disposition et sous quelle forme. Avec le produit Mantooj combiné au système GS1, les identifications peuvent être utilisées dans l'Omni- Channel et dans différentes applications pour les appareils portables.



Les standards GS1 pour lutter contre la contrefaçon



Les produits de contrefaçon sévissent depuis longtemps dans le secteur de la vente au détail. Il n'est donc pas surprenant que l'imitation de marchandises soit devenue un véritable casse tête pour les détaillants et le fabricant. Pour le consommateur, les dommages causés par un produit contrefait peuvent être aussi anodins que la perte de quelques dollars ou la performance décevante du produit. D'un autre côté, cela peut être aussi grave qu'une blessure physique à long terme. Un pull contrefait est une chose, Mais qu'en est-il avec un produit de beauté contenant des produits chimiques toxiques et des substances nocives, ou un appareil électronique grand public qui n'a pas été certifié sans danger ou un médicament pharmaceutique contenant un principe actif contaminé ou non conforme? Ces différents scénarios élèvent le risque de contrefaçon à un niveau entièrement nouveau et préoccupant

Aujourd'hui, l'intérêt de l'industrie et des consommateurs face à cette question urgente fait ressortir la nécessité de lutter de front contre la propagation des produits de contrefaçon. Au fur et à mesure que le secteur de la vente au détail évolue, les marchés en ligne,

les détaillants, les propriétaires de marques, les fournisseurs et les régulateurs exploitent le travail de GS1, l'organisation mondiale de normalisation de l'information, pour s'attaquer directement au problème. En adoptant et en appliquant les standards GS1 pour identifier avec précision les produits originaux au sein de la chaîne d'approvisionnement, cela permet la traçabilité et la détection des produits authentiques.

GS1 Algeria, l'organisation qui réunit des communautés de parties prenantes pour développer et mettre en œuvre des solutions à l'échelle de l'industrie, détient un point de vue propre à elle sur la question de la contrefaçon. GS1 a une vue plongeante sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, ce qui lui permet de collaborer avec l'ensemble des opérateurs économiques pour identifier une multitude de défis du secteur (y compris les pratiques de lutte contre la contrefaçon) et rechercher des solutions viables.

Les 5 étapes pour lutter contre la contrefaçon

Pour aider les entreprises à déployer et à mettre en place une chaîne logistique sûre et sécurisée afin de prévenir les contrefaçons, voici une feuille de route recommandée aux entreprises pour la mise en œuvre.

1. Identification des produits:

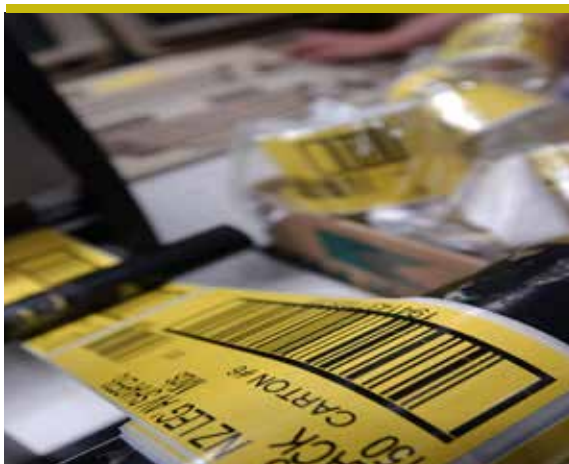
Les produits doivent être identifiés à tous les niveaux d'emballage, c'est-à-dire aux niveaux primaire, secondaire et tertiaire, avec des numéros d'identification uniques et universels utilisant des standards d'identification internationale.

Pour plus de sécurité, dans des domaines tels que l'alcool, le luxe haut de gamme ou les médicaments, vous devez utiliser la sérialisation en plus de l'identification unique du produit (codes EAN / UPC)

2. Données d'étiquetage et de capture:

Une fois que les produits sont identifiés de manière unique à tous les niveaux d'emballage, ils doivent être étiquetés à l'aide de technologies d'identification et de capture de données (AIDC) basées sur des standards telles que les codes à barres ou la RFID.

Les informations importantes relatives au produit, telles que la date de péremption, le numéro de lot, etc., doivent être saisies aux niveaux d'emballage secondaire et tertiaire et intégrées aux systèmes principaux.



Les systèmes de points de vente doivent également être intégrés aux numéros d'identification de produit uniques (GTIN) de niveau primaire. Les produits peuvent également être marqués avec des dispositifs de sécurité visibles ou dissimulés tels que des emballages inviolables, des hologrammes, des marquages au laser, etc., pour renforcer la sécurité à ce stade

3. Construire un système de traçabilité:

En utilisant des normes mondiales, les organisations doivent concevoir et mettre en œuvre un système de traçabilité. Les principales caractéristiques de la solution incluent:

- * L'assurance de l'interopérabilité
- * L'assurance de la flexibilité

4. Enregistrement de données:

Au cours de cette étape de la feuille de route, les entreprises doivent déterminer quelles sont les données critiques nécessaires pour savoir où se trouve le produit à différentes étapes de son parcours, du point de fabrication au point de vente. Il est également important de noter le pourquoi et le moment pour établir la chaîne de traçabilité. Exemple lorsque le produit quitte l'usine de fabrication et arrive au centre de distribution.

Les différentes parties prenantes impliquées dans la chaîne d'approvisionnement du produit doivent être responsables d'enregistrer les informations.

5. Partage des données:

Un système de traçabilité efficace facilite le partage transparent des données pertinentes par voie électronique entre toutes les parties prenantes, ce qui n'est possible que lorsque le système de suivi et de traçage est interopérable et basé sur des standards ouverts. Cette étape est également nécessaire pour lier le flux physique des produits au flux d'informations. Le partage des données devrait également se faire à l'aide de normes afin de s'assurer que toutes les parties prenantes ont accès aux informations dont elles ont besoin. La solution doit utiliser un modèle de partage de données approprié

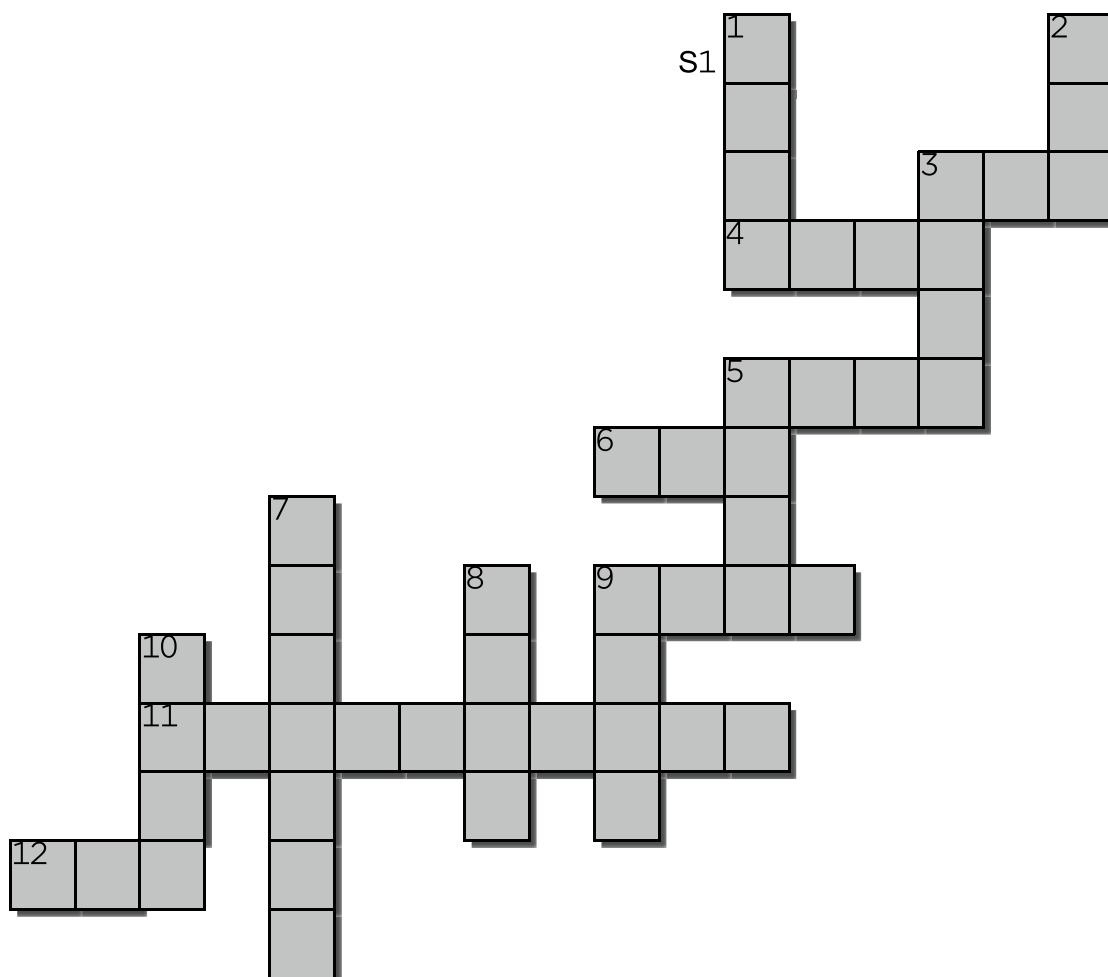




Divers

Jeux

les mots croisés sur les standards GS1



Horizontal

- 3.** Numéro international du bon de réduction
- 4.** Composant identifiant de la pièce
- 5.** Code international de l'unité commerciale
- 6.** Identification des dispositifs médicaux
- 9.** Numéro d'identification international de l'expédition
- 11.** Code bidimensionnel 2D
- 12.** Les échanges électroniques de données informatisés

Vertical

- 1.** Numéro unique de l'unité d'expédition
- 2.** Code international d'adresse
- 3.** Un réseau de catalogues électroniques internationaux
- 5.** Numéro d'identification international d'immobilisation individuelle
- 7.** Un catalogue électronique maghrébin
- 8.** Identifiant des immobilisations retournables
- 9.** Identifier le bénéficiaire d'une prestation de service
- 10.** Code pour l'identification de document

caricature

L'accélération de l'information des dossiers de santé



Répondez vite à la question et gagner des tablettes offertes par GS1 ALGERIA

Les codes à barres doivent-ils être imprimés en noir sur un fond blanc uniquement ?

noir sur blanc	
noir sur jaune	
noir sur orange	
noir sur rouge	
bleu sur blanc	
bleu sur jaune	
bleu sur orange	
vert sur blanc	

Coupon - réponse

- Code ahérent :
- Nom de la société :
- Nom :
- Prénom :

Réponse :
.....

Veillez envoyer le coupon par email à l'adresse mail suivante info@gs1.dz ou par voie postale à notre siège



GS1 Algeria

Centre Commercial et d'Affaires ALQODS BU 10-16
BP 68 CHERAGA ALGER

T 021 34 10 46-47

F 021 34 10 48-49

E info@gs1.dz

www.gs1.dz

