



## Comment réussir sa migration EDI dans un contexte international

Des étapes clés illustrées par le cas client **HAMELIN**

## Au sommaire de ce livre blanc

### 3 Introduction

4 Compréhension du périmètre actuel et définition de la cible de la migration

5-6 Choix du prestataire EDI

7 Définition du planning, des priorités et allotissement du projet

8 Communication avec le prestataire EDI et les partenaires commerciaux

9 Analyse détaillée du périmètre de migration

9 Mise en place de la solution

9 Embarquement des pilotes

10 Déploiement du périmètre restant

10 Phase d'exploitation du projet

### 11 Conclusion





## Introduction

>>>>

L'EDI s'est imposé en quelques années comme la norme dans l'échange de documents. De la réception à l'envoi en passant par le traitement de documents de type factures, bons de commande ou encore avis d'expédition, l'EDI a aujourd'hui une place centrale dans les entreprises. Dans la vie d'une entreprise, il y a toujours un moment où un projet de migration voit le jour, pour des raisons diverses : manque de performance, lenteur d'intégration de nouveau partenaire, couverture fonctionnelle limitée, ...

La migration est toujours un projet angoissant et stratégique pour l'entreprise. Des erreurs lors de la migration peuvent avoir de graves conséquences, qui plus est dans un contexte international. Et pourtant, le respect de règles simples vous permettra de faire de votre projet de migration une réussite. Découvrez-les au travers de ce livre blanc et de l'étude de cas Hamelin.

### Le Groupe **HAMELIN**

Hamelin est une entreprise familiale française leader dans le domaine de la fabrication d'articles scolaires et de bureau. L'entreprise accompagne ainsi au quotidien et dans le monde entier des millions d'étudiants, écoliers ou professionnels dans leurs apprentissages, études, projets et finalement, dans la vie de tous les jours. La mission que s'est donnée le Groupe Hamelin est d'offrir aux consommateurs les meilleurs outils pour réussir et s'épanouir.



2400 collaborateurs  
sur 19 pays



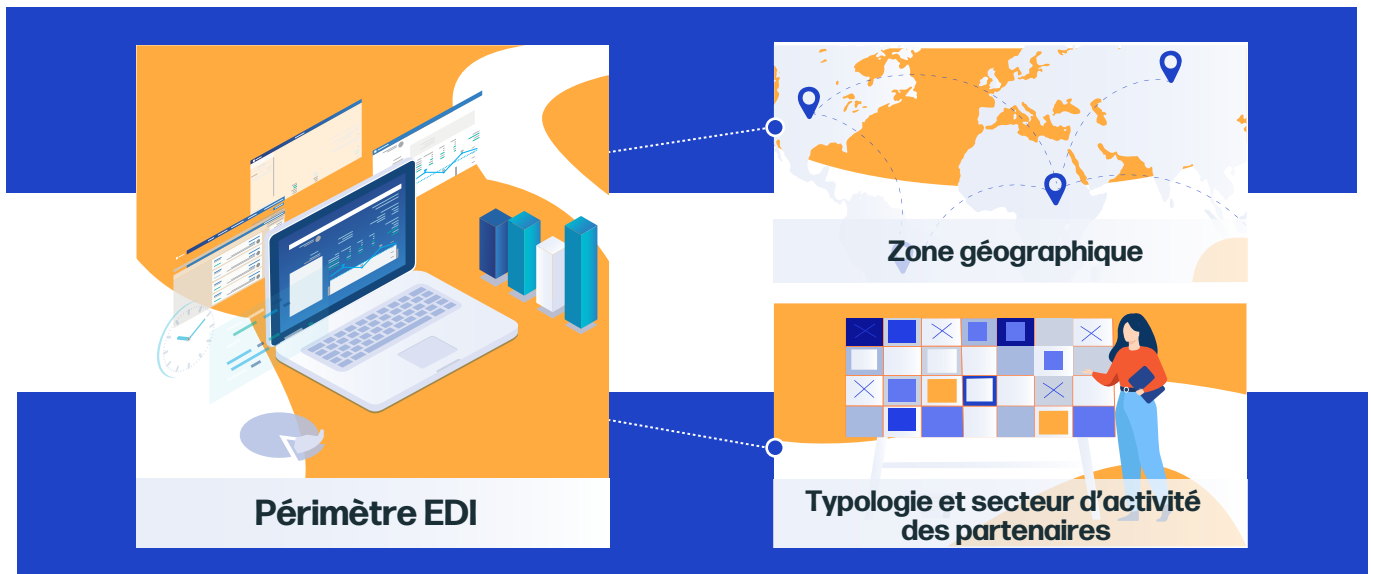
Présence dans  
+100 pays



CA 400 mln €

## Compréhension du périmètre actuel et définition de la cible de la migration

Ce qui peut paraître évident au premier regard n'illustre pas forcément la réalité au sein des entreprises. La connaissance du périmètre actuel est un préalable incontournable et doit se baser sur l'analyse et l'étude du fonctionnement de chacune des entités du Groupe : zone géographique, typologie et secteur d'activité des partenaires commerciaux, nombre de types de messages et bien évidemment volumétrie des messages échangés. Cette analyse se doit également de prendre en considération les spécificités du métier, les règles particulières inhérentes à toute entreprise, ...



Le périmètre est défini en fonction de la zone géographique, la typologie et le secteur d'activité des partenaires commerciaux\* avec lesquels vous travaillez, le nombre de types de messages que vous souhaitez mettre en place et les volumes de messages échangés.

Une fois l'analyse réalisée se pose la question de

la définition des enjeux de la migration : depuis le périmètre à migrer jusqu'à la solution cible en passant par l'investissement nécessaire à la fois côté éditeur ou intégrateur mais également côté entreprise. Un investissement humain qui passe par la définition des responsabilités, des charges, des disponibilités, de la connaissance technique des acteurs et des compétences, ...

### Dans le cas d'Hamelin

Dans le cas du projet Hamelin, l'objectif était d'avoir une plateforme performante à même de traiter rapidement et en toute sécurité l'ensemble des données.

Le périmètre du projet s'étendait sur **8 pays** (principalement en Europe), l'intégration de près de **200 partenaires**, le déploiement de **11 entités**, **14 types de messages différents** et de nombreux formats EDI (IDOC, EDIFACT, TRADACOM, X12, EbisXML, PAPINET). Pour la France et l'Espagne, le périmètre intégrait également l'archivage et la signature électronique.

\*Note : les partenaires commerciaux sont à la fois les clients, fournisseurs, transporteurs, prestataires logistiques, ...

## Choix du prestataire EDI

Lorsque le périmètre et la cible de la migration sont clarifiés, vient une étape qui doit faire l'objet d'un soin particulier dans tout projet IT : le choix du prestataire de service. Et l'enjeu est de taille puisqu'il en va de la réussite non seulement de la migration, mais aussi de l'intégralité du projet EDI. Dans ce cadre, quels critères prendre en compte pour faire le bon choix ?

Dans le cas d'un projet de migration international, il faut d'abord se poser la question de la capacité du prestataire EDI à vous accompagner techniquement là où votre société et vos partenaires sont présents. Dans cette même logique, le fait que le prestataire EDI puisse parler la même langue que les partenaires commerciaux simplifie grandement les échanges avec ces derniers. Il est dans ce cas intéressant de favoriser les fournisseurs disposant d'un support disponible en plusieurs langues.

Le prestataire EDI doit aussi proposer une solution respectant la législation en vigueur







dans l'ensemble des zones et pays concernés par le projet. Il doit également s'engager à maintenir le niveau de conformité légale de la solution, et ce pour l'ensemble des pays, impliquant une veille permanente et une évolutivité suffisante pour répondre aux changements (connus ou non) à venir. D'un point de vue international, l'attendu est la conformité légale des échanges (les attendus des autorités fiscales locales) pour les pays concernés, mais également le respect des standards utilisés dans les différentes régions. (Par exemple le format EDIFACT pour l'Europe, ou le format X12 pour les USA).

La capacité du prestataire EDI à travailler en autonomie en sollicitant directement vos partenaires commerciaux présente également l'avantage de ne pas mobiliser les équipes sur des processus à la fois chronophages et à faible valeur ajoutée.



Concernant la solution EDI elle-même, plusieurs aspects sont à prendre en considération. Evidemment, celle-ci doit pouvoir s'adapter aux capacités techniques des partenaires commerciaux. En fonction de leur taille et de leur maturité, certains choisiront une solution full EDI (intégration totale), quand d'autres se contenteront d'une solution web EDI.

Pour les plus grands partenaires, échangeant un nombre important de messages, une intégration totale est idéale. Pour les petits partenaires, qui échangent une faible volumétrie de messages ou ne sont tout simplement pas matures technologiquement, il est intéressant d'avoir une alternative Web, c'est-à-dire un portail EDI accessible via un simple navigateur web, qui ne requiert pas la configuration d'un canal de communication ou encore l'intégration d'un système ERP.

<b>Web EDI</b>	<b>Full EDI</b>
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;"> <p>▼</p> <p>▼</p> <p>▼</p> </div> <div> <p>Pour les plus petites entités qui ne disposent pas d'un SI prêt à faire de l'EDI.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Solution plus rapide à mettre en place</li> <li> Sans contrainte technique</li> </ul> <p>Mais qui nécessite des actions manuelles dans l'exploitation par le partenaire. Par exemple : saisir les montants de la facture dans le portail.</p>  </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>Pour les grosses entreprises qui veulent des échanges digitalisés et industrialisés.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Plus de contraintes techniques pour la mise en place : il faut décider les formats d'échanges, développer des cartes de traduction adaptées, mettre en place les canaux de communication.</li> <li></li> </ul> <p>Mais aucun traitement manuel une fois la solution en place.</p>  </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>▲</p> <p>▲</p> <p>▲</p> </div> </div>

Penser uniquement aux besoins actuels serait une erreur et pourrait interférer avec les ambitions et la croissance de votre société. Il faut donc tenir compte de la capacité du prestataire EDI à accompagner vos besoins futurs, en proposant par exemple des modules additionnels tels qu'un portail de dématérialisation, une solution WebEDI ou encore d'autres solutions à même de développer la performance et la rentabilité.

### Dans le cas d'Hamelin

Dans le cas du projet Hamelin, Comarch a été retenu pour sa flexibilité, sa transparence et son relationnel, de par la taille "humaine" du Groupe Comarch. Les éléments qui ont été soulignés par Hamelin sont notamment le fait d'avoir un interlocuteur direct, une relation ouverte et franche, une volonté de pérenniser le partenariat dans le but d'étendre la couverture fonctionnelle plutôt que de facturer à prix fort le moindre petit changement.

Au-delà de ces aspects, les critères de choix comprenaient également la solvabilité et la solidité de l'entreprise, le niveau de Service Level Agreement (SLA), la méthodologie projet ainsi que les compétences techniques des équipes. Hamelin a également mis en avant la capacité de Comarch à proposer un coût stable et clair dans le temps.

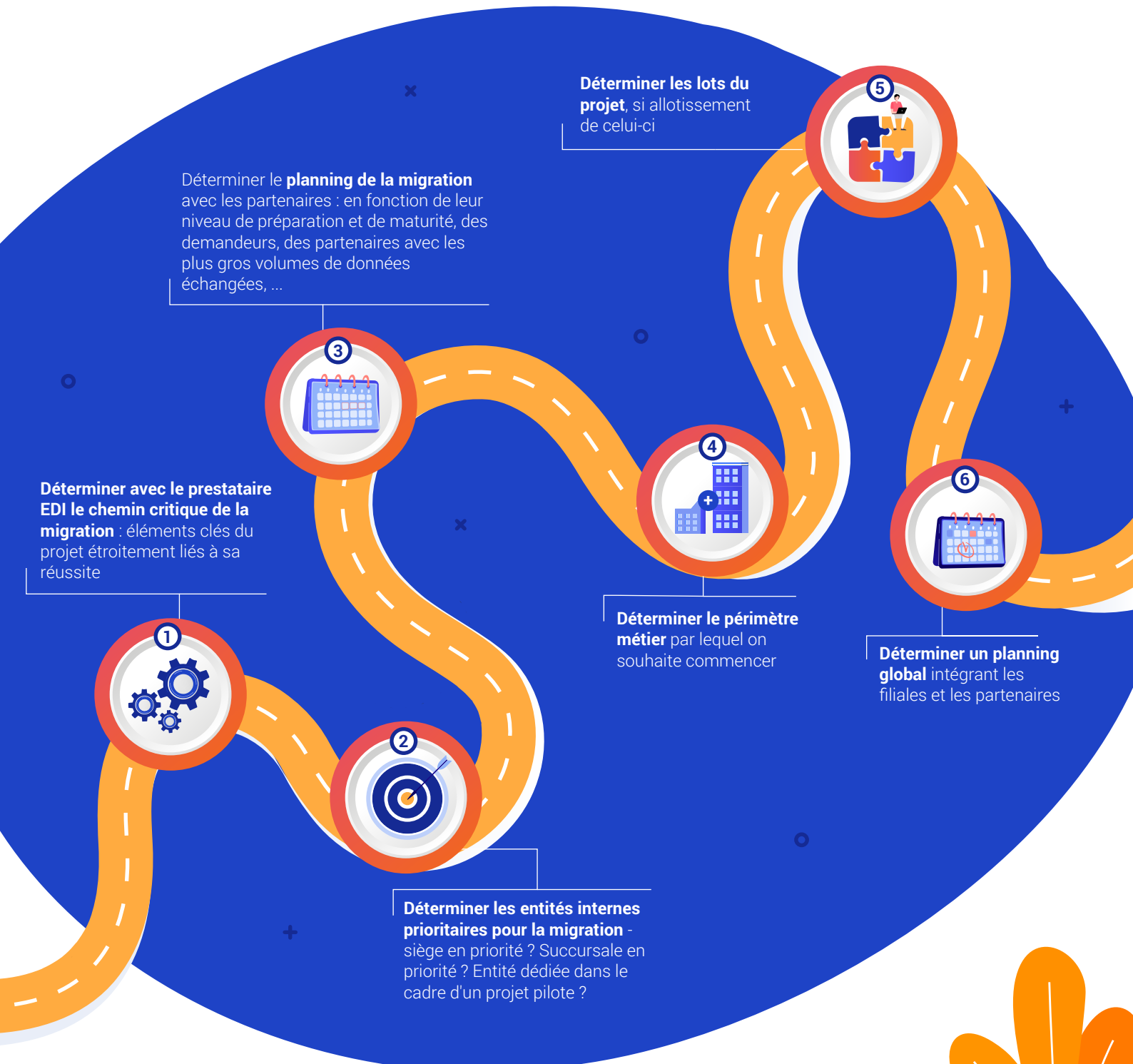






## Définition du planning, des priorités et allotissement du projet

Une fois le prestataire EDI retenu, l'amorce du projet passe par la définition du périmètre, incluant le planning et l'allotissement.



# Communication avec le prestataire EDI et les partenaires commerciaux



Après avoir bien défini le périmètre du projet, arrive le moment d'informer les partenaires commerciaux. L'objectif de cette communication est d'expliquer les objectifs et le planning de la migration tout en les rassurant sur l'impact direct du projet.

Pour cette étape, deux possibilités s'offrent à la société à l'initiative du projet : elle peut décider de gérer elle-même la communication et l'onboarding à venir avec ses partenaires, ou préférer laisser le prestataire EDI s'en charger. On parle alors respectivement d'**approche conjointe** et d'**approche externalisée**.

	Approche conjointe	Approche externalisée
Gestion de la Communication avec les partenaires commerciaux	par la société à l'initiative du projet	par le prestataire EDI
Échange avec les contacts techniques des partenaires	par la société et le prestataire EDI	uniquement par le prestataire EDI
Efficacité du processus de connexion	+++	++
Ressources affectées par la société à la gestion du projet	important	limité

Grâce à la relation déjà existante entre l'entreprise porteuse du projet et ses partenaires, une communication à l'initiative de la société émettrice a l'avantage d'être plus efficace. Cependant, cela implique de consacrer un peu plus de son temps au projet.

Quel que soit le modèle sélectionné, la réussite de cette étape passe par la constitution / la mise à disposition d'une base de contacts partenaires à jour incluant les coordonnées des interlocuteurs EDI. Certains prestataires EDI proposent d'ailleurs la mise en place d'un espace dans lequel les partenaires peuvent gérer leurs coordonnées en toute autonomie.



La communication vers les partenaires, qui prend généralement la forme d'une lettre d'information, doit comprendre :

- Une présentation du projet, des objectifs de celui-ci et des attentes ;
- Une description du planning et des échéances ;
- Des réponses aux premières questions éventuelles des partenaires (type FAQ) ;
- Une présentation du prestataire EDI choisi.

La communication doit être réalisée suffisamment en amont pour laisser le temps aux partenaires commerciaux de se préparer au projet.

Outre la dimension informative, la prise de contact avec les partenaires va aussi permettre au prestataire EDI de récupérer les renseignements techniques dont il aura besoin (par exemple le type de canal de communication) pour configurer la relation EDI.



## Analyse détaillée du périmètre de migration

Avant de commencer le moindre développement, il est essentiel d'analyser de manière poussée le périmètre complet du projet. Les types de message à implémenter, les formats utilisés par votre entreprise et vos partenaires commerciaux, les canaux de communication techniques qui réalisent les échanges de documents, sont autant d'éléments qu'il faut lister consciencieusement.

La méthodologie qui sera utilisée pour valider les développements est tout aussi importante : il faut absolument prévoir une procédure exhaustive permettant de détecter tout écart ou régression par rapport au périmètre existant. L'objectif final étant que le partenaire n'aura qu'une seule modification de son côté : la modification du point de connexion. L'impact doit être nul coté fonctionnel (le fichier EDI est inchangé ou les changements sont sans impact).

La phase d'analyse permettra de déterminer qui parmi les partenaires commerciaux à migrer viendra intégrer le pilote, sur un périmètre réduit. Migrés en premier, ces pilotes permettront de valider le bon fonctionnement de la solution.

Dernier élément à considérer lors de la phase d'analyse : le périmètre géographique concerné par la migration. Ce périmètre géographique permet de définir les contraintes légales qui devront être respectées par la solution à déployer. Les partenaires commerciaux pilotes doivent être choisis selon trois critères afin de faciliter la communication :



## Mise en place de la solution

Lors de l'implémentation, la première étape réalisée est la mise en place des outils. Ces outils, tels que les trackers flux, les archives légales, le portail web EDI, ... permettront le suivi du projet, mais également des éventuelles anomalies et de la progression de la migration.

Les canaux de communication permettant l'interface entre la plateforme EDI et votre système d'information sont configurés. Les cartes de traduction permettant la conversion entre le format de fichier de votre système d'information et le format « pivot » standard de votre prestataire EDI sont développées. Il restera dans la phase suivante à créer les cartes de traductions entre le format pivot standard et le format de vos partenaires (certaines cartes de traduction pouvant déjà exister chez votre prestataire EDI si vous l'avez bien choisi). L'ensemble de ces actions est validé par une série de tests permettant d'en confirmer la fiabilité.

## Embarquement des pilotes

Une fois la solution fonctionnelle et prête à recevoir les premiers partenaires pilotes, l'embarquement de ces derniers peut commencer. Cette phase permettra à la fois la validation des procédures de tests et la validation du bon fonctionnement de la plateforme. Conformément à la sélection réalisée lors de la phase d'analyse, les partenaires commerciaux identifiés comme pilotes sont migrés en premier.

Les cartes de traduction nécessaires au traitement et à la gestion des types et formats de documents des partenaires sont développées, puis testées, à l'aide d'un échantillon le plus massif possible. Cette validation permet de confirmer que l'impact de la migration pour les partenaires sera le plus réduit possible. C'est la clé d'une migration réussie.





Une fois l'ensemble des éléments techniques préparé, les partenaires peuvent être migrés vers la nouvelle plateforme EDI, et après de nouveaux tests, ces derniers sont déployés en production.

Ce passage en production doit s'appuyer sur un ensemble de tests à même de garantir le bon fonctionnement : des tests unitaires à comparer avec l'existant et sur lesquels l'entreprise peut s'appuyer pour prendre des décisions, des tests de validation, de masse ou encore de non régression.

Le pilote doit apporter la garantie que les documents sont correctement traités dans les 2 sens - côté émetteur et destinataire, et vice versa - sans erreur de traduction, de rejet ou encore de transmission.

## Déploiement du périmètre restant

Lorsque le périmètre pilote a été migré et que les éventuels problèmes rencontrés lors de cette phase ont été corrigés, on peut alors connecter le reste des partenaires commerciaux à la plateforme EDI.

Souvent appelée « Onboarding », cette étape est à la fois délicate et cruciale pour le projet de migration. Elle peut être réalisée en plusieurs phases, c'est-à-dire en déployant des lots de partenaires les uns après les autres, ou de manière globale (mode "Big Bang")



### Déploiement par lots de partenaires

L'approche allotie, certes plus longue, permet de limiter les impacts business tout en proposant un meilleur contrôle du processus de connexion, une plus grande flexibilité et une capacité d'adaptation en fonction des avancées du projet. Des optimisations pourront être effectuées après l'onboarding de chaque lot, facilitant ainsi le déploiement des lots suivants.



### Mode Big Bang

En connectant tous les partenaires en même temps. Cette deuxième méthode permet d'éviter d'avoir 2 fournisseurs EDI de manière simultanée mais nécessite d'avantages de ressources tout en étant plus risquée.

Pour certains projets, la mise en place et l'utilisation d'un portail de self-onboarding permet de donner une plus grande autonomie aux partenaires commerciaux, lesquels peuvent réaliser eux-mêmes leur onboarding.

## Phase d'exploitation du projet

Une fois le déploiement réalisé, le projet passe en phase d'exploitation. Il s'agit alors d'en assurer le bon fonctionnement. Élément clé, le support doit être pris en charge par le prestataire EDI, pour limiter la charge interne côté client. Ce maintien fonctionnel du projet inclut un suivi permanent de l'évolution des obligations fiscales par le prestataire EDI afin d'assurer une conformité constante.

Comme tout projet IT, un projet EDI est à la fois vivant et évolutif. A la suite de la mise en exploitation, le prestataire et le client peuvent travailler ensemble sur une augmentation du périmètre EDI afin d'en maximiser le ROI. Un projet dans le projet qui peut notamment se traduire par l'intégration de nouvelles entités, de nouveaux types de messages, de nouveaux partenaires commerciaux, ...

### Dans le cas d'Hamelin

La capacité de Comarch à proposer une procédure de tests fiable, des tests unitaires, des rapports d'écart avec l'existant, des tests de non régression, des tests en masse sur des historiques et à connecter les partenaires Européens (en France, au Royaume-uni, en Pologne, aux Pays-bas, en Allemagne, Italie ou encore en Espagne), tout en respectant les exigences légales ainsi que l'archivage électronique pendant une durée de 10 ans ont été des facteurs clés de succès du projet de migration.

## Conclusion

Il est toujours bon de rappeler que la réussite d'un projet repose avant tout sur la bonne entente entre le prestataire EDI et l'entreprise cliente. C'est d'autant plus vrai dans un contexte international impliquant plusieurs entités et un nombre de partenaires important. Au-delà de ce binôme dont la répartition des rôles conditionnera la réussite, les éléments clé d'un projet réussi de migration EDI sont dans un premier temps une analyse approfondie de l'existant ainsi qu'une définition précise du périmètre de migration.

Ce travail initial et les outils permettant l'industrialisation de la migration auront un impact positif significatif sur la suite du projet et permettront de travailler sur un planning et un éventuel allotissement en fonction de l'ambition ou encore de la disponibilité des ressources. Le pilote du projet n'est pas à prendre à la légère, il permet de valider les composantes du projet et d'aborder la phase d'exploitation avec sérénité. Une fois le projet en exploitation, il est essentiel de garder en mémoire que la solution choisie doit se maintenir en conformité avec les obligations légales et être suffisamment ouverte pour évoluer en fonction des besoins de l'entreprise : pour l'intégration de nouveaux partenaires, de nouveaux messages ou encore de nouvelles entités.

C'est en respectant chacune de ces étapes que votre projet de migration vous permettra de gagner en performance et donc en rentabilité.



# COMARCH

17 rue Paul Langevin, Z.I du Hellu, 59260 Lezennes

 +33 (0)3 62 53 49 00

 [contact@comarch.fr](mailto:contact@comarch.fr)

---

## RESTONS CONNECTÉS

 [www.comarch.fr](http://www.comarch.fr)

 [www.linkedin.com/company/comarch-sas/](http://www.linkedin.com/company/comarch-sas/)

 [www.youtube.com/user/comarchfrance1](http://www.youtube.com/user/comarchfrance1)