

Présentation générale du Projet ALFA

Juin 2004

- 1- QU'EST-CE QUE LE PROJET ALFA ?
- 2- COMMENT SITUER ALFA PAR RAPPORT À D'AUTRES PROJETS SIMILAIRES ?
- 3- QUEL EST VOTRE INTÉRÊT D'ENTRER DANS LE PROJET ALFA ?
- 4- COMMENT DEVENIR UNE ENTREPRISE ALFA ?
- 5- QUELLES SONT LES OBLIGATIONS D'UNE ENTREPRISE ALFA ?

1- QU'EST-CE QUE LE PROJET ALFA ?

Le projet ALFA est un **programme d'accompagnement des entreprises de rang 2** de la filière automobile française dans leurs actions d'appropriation des **outils informatiques de base** pour communiquer rapidement, en toute sécurité et pour des coûts raisonnables avec leurs clients et leurs fournisseurs.

A l'heure de la mondialisation et de la multiplication des échanges, l'usage de tels outils est devenu une condition **indispensable à la survie** des entreprises, quelles que soient leur taille et leur position dans la chaîne de valeur.

Dans la compétition internationale qui se développe, toutes les entreprises de la filière automobile sont **solidaires**. L'efficacité et la pérennité de l'ensemble dépendront de la capacité de chaque entreprise à s'adapter aux évolutions en cours. L'usage d'Internet et des technologies associées constitue l'un des principaux challenges auxquels les chefs d'entreprises sont confrontés.

Conscients de cette réalité et des enjeux pour la filière automobile, plusieurs associations professionnelles et centres techniques partenaires se sont associés pour proposer ce programme d'accompagnement.

Les « outils » ou « méthodologies » proposés dans le cadre d'ALFA sont les suivants :

- Connexion Internet (ADSL) et messagerie électronique (pré-requis, non pris en charge par ALFA)
- Application de Gestion Logistique et Commerciale (ERP ou PGI)
- Station EDI
- Service de Web-EDI
- Site Web (portail)
- Appels d'offres et achats/ventes sur catalogues électroniques
- Service de Web-conferencing
- Connexion ENX (réseau Internet privé, sécurisé, haut débit)
- Participation à un projet véhicule (plateau virtuel)
- Plate-forme collaborative

PARTENAIRES



La stratégie du projet est celle-ci :

- Intéresser 100 à 150 entreprises à mettre en œuvre, dans les 6 à 12 prochains mois, avec l'assistance financière et humaine des partenaires ALFA, d'un « projet pilote » portant sur l'un des 10 outils de base proposés.
- Capitaliser les expériences ainsi acquises et accompagner le déploiement, au cours des deux années suivant la phase pilote, des 10 outils ALFA dans 1000 entreprises de rang 2.
- Promouvoir l'extension de l'usage de ces outils aux 5000 entreprises de rang 2, sur une période globale de 5 à 7 ans.

2- COMMENT SITUER ALFA PAR RAPPORT À D'AUTRES PROJETS SIMILAIRES ?

Le développement des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) concerne toutes les communautés industrielles et plusieurs projets similaires sont proposés aux chefs d'entreprise :

- ALFA, pour l'automobile
- e-PME, pour l'aéronautique/défense
- ACAMAS, pour les industries de la Mécanique
- AGIR, dans une approche transversale (Projet ADEPA)

Pour une entreprise qui travaillerait pour plusieurs secteurs, le choix d'un projet parmi cette offre diversifiée devra être opéré en connaissance de cause en fonction de la meilleure adéquation « contenu des projets par rapport aux priorités de l'entreprise ».

3- QUEL EST VOTRE INTÉRÊT D'ENTRER DANS LE PROJET ALFA ?

En tant que responsable d'une entreprise de rang 2, vous vous posez sans doute les questions suivantes :

- Comment résister à la concurrence des pays à bas coûts ?
- Comment développer mes ventes ?
- Comment réduire mes coûts ?
- Comment réduire mes délais de conception ? de production ? de livraison ?
- Comment communiquer avec mes clients ? mes prospects ?
- Comment coopérer avec mes partenaires ?
- Comment alléger ma charge de travail ?

PARTENAIRES



Chacun des outils proposés dans le cadre d'ALFA va concourir à l'atteinte de l'un ou de plusieurs de vos objectifs :

- Remplacer le fax ou le courrier papier par la **messagerie électronique** permet d'accélérer, de fiabiliser et de réduire le coût des échanges d'informations.
- Développer l'**EDI** ou le **Web-EDI** a le même intérêt que la messagerie électronique et permet, en plus, d'automatiser et d'augmenter le volume des échanges. Les constructeurs ont généralisé les échanges EDI et les équipementiers de rang 1 vont, eux aussi, les rendre obligatoires.
- Gérer son portefeuille commercial, sa production, ses stocks, ses livraisons avec un **progiciel de gestion intégré (PGI)** permet une plus grande efficacité (moins de gaspillages), une meilleure visibilité et réactivité vis-à-vis des clients, donc de meilleures ventes.
- Avoir une connexion **ENX** est indispensable pour accéder à la « maquette numérique » des véhicules et modules automobiles. Pour résister à la concurrence des pays à bas coûts, les rang 2 doivent passer du statut de « sous-traitants » à celui de « coopérants ». Et pour pouvoir coopérer dans le cadre d'un « **plateau virtuel** », il faudra s'abonner à ENX et/ou utiliser les services d'une « **plate-forme collaborative** ».
- Les entreprises étrangères, spécialement asiatiques, se font connaître de leurs prospects en s'enregistrant sur les « portails fournisseurs » mis à leur disposition par les principaux donneurs d'ordres. Un autre moyen de se faire connaître est de créer et de mettre à jour régulièrement son propre **site Web** (vitrine commerciale) et/ou de créer un **catalogue électronique** de ses produits.
- Développer l'usage du **Web-conferencing** permet d'économiser du temps et des frais de déplacement, de plus en plus lourds du fait des partenariats lointains. Deux heures de « conférence virtuelle » remplacent aisément deux jours de déplacement et les économies réalisées sont supérieures à 90% du coût antérieur.
- L'usage d'**Internet** ne doit pas se limiter à celui du chef d'entreprise. Les collaborateurs peuvent et doivent en bénéficier, ce qui permet d'alléger d'autant la charge de travail du « patron ».

En participant au programme ALFA, et plus spécialement à un projet pilote, l'entreprise pourra mettre en œuvre l'un des outils proposés, pour un engagement financier d'environ 10% du coût total du projet (4000 à 50000 euros selon les cas) et un engagement humain du même ordre de grandeur.

Elle bénéficiera aussi de toutes les actions d'information et de formation prévues dans le cadre général ALFA.

PARTENAIRES

GALIA

www.galia.com

FIGV

www.fiev.fr

SNCP

www.lecaoutchouc.com

GPA

www.autoplasticgate.com

FIM

www.fim.net

Fondeurs de France

www.fondeursdefrance.org

FIEEC

www.fieec.fr

CETIM

www.cetim.fr

CT DEC

www.ctdec.fr

CTN

www.ctn.asso.fr

Performance 2010

www.performance2010.com

Perfo Est

www.perfoest.com

PPRA

www.productique.org

CGS (Ecole des Mines)

www.cgs.ensmp.fr

4 - COMMENT DEVENIR UNE ENTREPRISE ALFA ?

Le territoire national a été découpé en 6 zones géographiques, couvrant chacune plusieurs régions.

Chaque zone est placée sous la responsabilité d'un chef de file :

- Centre/Nord/Nord-Est :	CETIM Senlis
- Est :	PerfoEst
- Sud-Est :	Pôle Productique Rhône Alpes
- Sud-Ouest :	CETIM Bordeaux
- Ouest :	Performance 2010
- Normandie :	Centre des Technologies Nouvelles (C.T.N.)

Tous les projets ALFA seront initialisés et pilotés sur un plan régional, et les principaux financeurs des opérations seront eux-mêmes des organismes régionaux (Conseil Régional, DRIRE, etc.).

Toute entreprise désireuse de participer au programme ALFA devra se faire connaître auprès du chef de file ou de ses partenaires locaux.

Le comité de pilotage ALFA régional sélectionnera les entreprises sur la base de critères tels que :

- diversité des outils demandés (pour balayer tout le scope proposé)
- motivation des dirigeants
- exemplarité du cas (pour la capitalisation future)
- capacité de communication des principaux acteurs de l'entreprise
- enjeux pour l'entreprise
- urgence de la mise en œuvre
- etc.

5- QUELLES SONT LES OBLIGATIONS D'UNE ENTREPRISE ALFA ?

Une entreprise ALFA s'engage :

- A participer financièrement et humainement au projet pilote choisi.
- A créer et maintenir les conditions de « bonne fin » du projet qu'elle a choisi de conduire avec le support de l'organisation ALFA.
- A partager avec les organisateurs les informations concernant les résultats obtenus.
- A participer à l'élaboration d'« études de cas » basées sur l'expérience acquise dans le cadre du pilote.
- A communiquer sur le « cas » à l'occasion de forums et/ou de journées spécialisées.
- A accueillir des visiteurs qui souhaiteraient s'informer « sur le tas ».