

Juan José Guibelalde, Président de AECOC

## «L'AECOC est une organisation qui réunit 24 000 entreprises»

L'Association espagnole de codification commerciale (AECOC) regroupe près de 24 000 entreprises de l'industrie et de la distribution en Espagne représentant au total un chiffre d'affaires de 180 milliards d'euros, soit 20% du PIB annuel espagnol.

**L**E COURRIER d'Espagne : Que croyez-vous qu'apporte l'AECOC à un groupe de distribution ?  
**Juan-José Guidelalde** : L'AECOC est une organisation qui réunit 24 000 entreprises de l'industrie et de la distribution. Son but est de rendre plus efficaces les relations entre ces entreprises et avec l'objectif final d'apporter une plus valeur au consommateur. Dans ce but, nous fournissons à toutes ces entreprises, autant les distributeurs que les fabricants, les instruments et l'information dont ils ont besoin pour impulser des projets réellement compétitifs et durables.

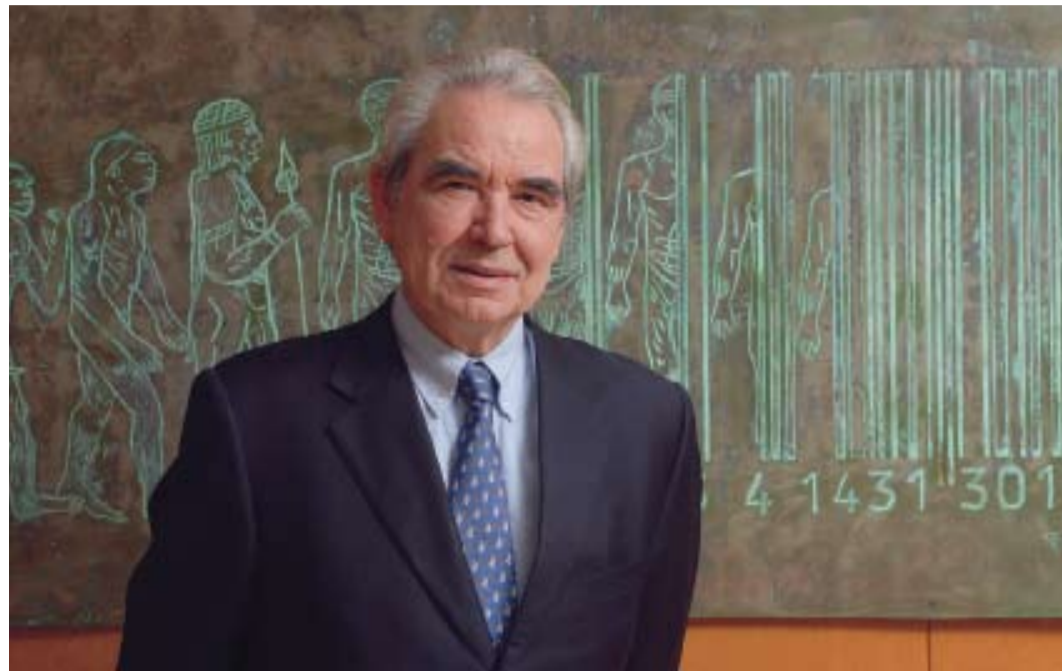
**LCE** : Pourtant, à priori, les relations entre producteurs et distributeurs peuvent être compliquées. En quoi AECOC peut faciliter ces rapports ?

**J.-J.G.** : Nous travaillons depuis plus de 30 ans pour unir les efforts de l'industrie et de la distribution. Plus de trois décennies prêchant pour la collaboration comme étant le meilleur allié à l'heure d'offrir au consommateur les produits et services qu'il mérite. Dans ce sens, au fil des années, il y a eu une évolution très positive du modèle de relation qu'ont aujourd'hui les fabricants, les distributeurs et en général tous les acteurs qui composent la chaîne d'approvisionnement. Il existe sans aucun doute des possibilités d'amélioration, mais personnellement, je considère que nous avons un bon niveau de compréhension.

**LCE** : Quelle fonction remplit l'organisation pour le consommateur, ce que vous appelez « comité de demande » ?

**J.-J.G.** : Tous les projets et initiatives que l'AECOC mène à bien ont comme objectif final d'apporter une meilleure valeur au consommateur, c'est-à-dire de pouvoir lui offrir des services et produits de la meilleure qualité qui en plus répondent totalement à ses besoins et ses attentes. Effectivement, un des comités qui travaille le plus activement à cet objectif est celui de la demande, qui est en charge d'observer le consommateur pour lui donner une réponse efficace en terme d'innovation, d'amélioration des services, etc...

**LCE** : Que peut-on dire de ces différents comités, composés des professionnels-mêmes des entreprises membres ?



Juan José Guibelalde, Président de AECOC.

**J.-J.G.** : Effectivement, l'AECOC travaille main dans la main avec les entreprises espagnoles pour détecter les opportunités d'amélioration dans tous les domaines dans lesquels elle travaille. Pour cela, dans chacun des secteurs d'activité, elle se structure par le biais de comités et groupes de travail dans lesquels participent activement plus de 600 professionnels.

**LCE** : Un des grands projets de l'AECOC est l'utilisation de l'Electronic Product Code (EPC)? En quoi consiste-t-il ?

**J.-J.G.** : L'Electronic Product Code (EPC) est un système pour l'identification d'articles qui se profile comme la relève générationnelle du code barre. Dans ce système innovateur, l'information est intégrée dans une puce qui fonctionne moyennant une radiofréquence d'identification. Et qui, par conséquent, permet d'accéder à l'information du produit sans nécessité d'établir un contact physique avec lui, c'est-à-dire à distance.

**LCE** : Cette initiative a une ampleur mondiale. De quelle manière a participé l'AECOC dans ce projet ?

**J.-J.G.** : Comme membre de GS1 (l'organisation mondiale de référence dans le domaine des développements technologiques dans les affaires, ndlr) et de l'organisation EPC Global, l'entité qui depuis GS1 mène tous les projets de l'EPC, AECOC participe activement et depuis les débuts du projet au développement de ce nouveau standard. AECOC a parié sur cette technologie au même moment où l'ont fait les leaders mondiaux. De plus, le pari de l'AECOC est tel qu'il y a trois ans, il a inauguré à Barcelone un « compétente centre », dans lequel les entreprises espagnoles peuvent tester en condition réelle la puce de leurs produits.

**LCE** : Chaque année, se tient le Congrès AECOC. En consiste-t-il ?

**J.-J.G.** : Le Congrès AECOC est un grand rendez-vous qui réunit annuellement plus d'un millier de chefs d'entreprises et de hauts dirigeants des principales compagnies nationales et internationales de l'industrie et de la distribution. A travers lui, sont analysés, de la main des plus notables puissances nationales et internationales, les principaux buts et tendances de ces entreprises de la nouvelle économie mondiale. ■ P.C.

### Le conseil d'administration

#### Président

Juan-José Guibelalde, Conseiller-adjoint à la présidence de CAMPOFRÍO (864 millions d'euros de chiffres d'affaires en 2006)

#### Viceprésident

Francisco Javier Campo, Président de DIA (3,8 milliards d'euros de facturation en 2006) et membre du directoire de CARREFOUR (87,4 milliards d'euros de facturation dans le monde dont 9,1 milliards en Espagne)

#### Conseillers

- Manuel Alcolea, Viceprésident et Directeur Général de KRAFT FOODS IBERIA
- José Arcas, Président de NESTLÉ ESPAÑA (1,8 milliard d'euros de facturation en 2006)
- Pere Botet, Viceprésident de CAPRABO (2,2 milliards de facturation en 2006)
- Patrick Coignard, Directeur Général de ALCAMPO (3,7 milliards de facturation en 2006)
- Constan Dacosta, Président du GRUPO EROSKI (8,6 milliards de facturation)
- Esteban Farrero, Viceprésident Europe du Sud et Amérique latine de SARA LEE
- Ignacio Ferrero, Président de NUTREXPA (240 millions d'euros de facturation)
- Juan Manuel González Serna, Président du GRUPO SIRO (180 millions d'euros de facturation en 2006)
- Manuel de Juan, Directeur General Comercial de MERCADONA (11,3 milliards d'euros de facturation en 2006)
- Juan-Miguel Parte, Gérant du CORTE INGLÉS (15,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2006)
- Marcos de Quinto, Président de COCA-COLA IBERIAN DIVISION
- Javier Robles, Président de DANONE (1,17 milliard facturé en 2006 en Espagne)
- Jaime Rodríguez, Conseiller délégué de EUROMADI
- Rafael Rubio, Directeur Général de IFA
- Jesús Salazar, Président du GRUPO SOS (1,3 milliards d'euros de facturation en 2006)
- Antonio Urcelay, Président de TOYS «R» US EUROPA
- José María Vilas, Président d'UNILEVER ESPAÑA (860 millions facturés en 2006)
- Juan Pascual, Conseiller délégué de EL ARBOL (700 millions facturés en 2006)

José-María Bonmatí, Directeur Général de AECOC

## «L'industrie et la distribution doivent travailler ensemble»



José-María Bonmatí, directeur général de AECOC

**L**CE : Comment est née l'AECOC ?  
**José-María Bonmatí** : L'AECOC est née en 1977, c'est-à-dire il y a un peu plus de 30 ans, pour impulser en Espagne le développement et l'adoption du code barre, un système universel d'identification des articles qui est aujourd'hui employé ici par plus de 24 000 entreprises de différents secteurs professionnels.

Grâce à ce grand projet de collaboration entre fabricants et distributeurs que signifiait l'adoption du code-barre, l'AECOC a pris conscience qu'il existait beaucoup de zones de travail dans les-

quelles l'industrie et la distribution devaient travailler ensemble pour pouvoir apporter une vraie valeur au consommateur (logistique et transport, commerce électronique, sécurité alimentaire...). Dans tous ces secteurs travaille actuellement l'AECOC, constituant un lien d'union entre l'industrie et la distribution espagnole.

**LCE** : Existe-t-il une organisation identique dans d'autres pays européens ? Avez-vous des alliances ?

**J.-M.-B.** : AECOC-GS1 España est le représentant en Espagne d'une grande organisation mondiale appelée GS1 qui domine internationalement le développement des standards pour les affaires comme le code barre, la facture électronique, etc. Tout comme l'AECOC, il existe des organisations nationales, qui représentent GS1, dans plus d'une centaine de pays des cinq continents, mais toutes ne présentent pas la même dimension que celle que possède aujourd'hui l'AECOC, ni ne touchent autant de secteurs d'activités.

**LCE** : Dans quels secteurs êtes-vous les plus présents ? Pourquoi ?

**J.-M.-B.** : Bien que l'AECOC étende chaque année sa présence dans de plus en plus de secteurs professionnels, l'organisation possède un poids particulièrement important dans le domaine de la grande consommation (alimentation, boissons,

droguerie et parfumerie). Ce secteur a été le premier à commencer à adopter les standards comme le code barre et par conséquent, il est normal que nos outils et notre expérience de l'efficacité aient atteint la maturité la plus rapide dans ce collectif d'entreprises.

**LCE** : Et les autres secteurs ? Les buts sont-ils différents ?

**J.-M.-B.** : Evidemment, chaque secteur professionnel a des nécessités et des buts qui lui sont propres et qui, par conséquent, ne sont pas nécessairement communs à d'autres collectifs. Cependant, les développements technologiques de l'AECOC et ses expériences d'efficacité ont l'avantage d'être pensés pour l'amélioration de la gestion d'entreprises, indépendamment du secteur ou la taille de la compagnie qui l'utilise. Ce sont, dans ce sens, des pratiques et des mesures qui apportent des bénéfices aux entreprises de secteurs aussi divers que la santé, le bricolage ou les produits frais...

**LCE** : Le pari pour le développement durable semble être important pour l'AECOC.

**J.-M.-B.** : Effectivement, dans l'AECOC, nous sommes convaincus que les entreprises ont un rôle important à jouer à l'heure d'impulser le développement durable. C'est pourquoi toutes les pratiques et les outils développés par l'AECOC tentent de mettre au service des compagnies espagnoles

les instruments qui leur permettent de mettre en marche des projets d'entreprises soutenables à tous les niveaux, c'est-à-dire depuis un point de vue économique, social et environnemental.

**LCE** : Vous considérez-vous plus comme un cabinet-conseil ou comme un lobby ?

**J.-M.-B.** : En réalité, AECOC n'est ni par définition ni par le type d'activités qu'elle développe un lobby, ni un cabinet-conseil. Même s'il est certain que dans la majorité de ses fonctions elle offre des services de conseil et de consulting à ses associés, cela reste une part très petite de l'ensemble des activités que développe l'association (événements, formations, etc...). C'est pourquoi l'on peut dire que l'AECOC est plus une association d'entreprises dédiée à veiller aux intérêts du consommateur et des entreprises qu'elle englobe.

**LCE** : Si un producteur français veut entrer dans la distribution espagnole, a-t-il intérêt à devenir membre de l'AECOC ?

**J.-M.-B.** : Effectivement, pour toute entreprise qui opère en Espagne, il peut se révéler intéressant de se rapprocher de notre marché au travers des services que fournit l'AECOC. Cependant, pour entrer dans la distribution espagnole, aucune compagnie n'a l'obligation d'intégrer l'AECOC. Il suffit en réalité qu'elle utilise les standards qu'exige la distribution espagnole. ■ P.C.