

# Mora Plasturgie joue la transparence

La PME permet à ses clients d'être informés du suivi des commandes et des réclamations via son extranet.

**D**epuis plus de cinq ans, Mora Plasturgie pensait aux services en ligne. Dès 1996, ce précurseur spécialisé dans les moules d'injection plastique et la fonderie sous pression, a ouvert un espace client sur son site [www.mora-int.com](http://www.mora-int.com) pour présenter une démonstration de suivi de planning en ligne. Trop tôt ! Le secteur automobile, qui constitue 65 % du chiffre d'affaires de la PME (50 millions d'euros en 2001), n'était pas prêt pour l'e-business. Et l'industrie pharmaceutique, autre marché phare de l'entreprise, non plus.

Qu'à cela ne tienne ! Cette PME, implantée en Rhône-Alpes, s'est dotée d'un intranet qui permet à la centaine de postes connectés de l'entreprise d'accéder en temps réel aux données extraites du logiciel de gestion commun à tous les sites de production.

## Créer un réflexe intranet

Dans les faits, seules 40 personnes se connectent régulièrement pour suivre les expéditions, valider les demandes d'achats et suivre les résultats commerciaux. Une centaine d'articles techniques ont également été publiés sur la base documentaire en deux ans. « C'est peu, mais pas si mal, si l'on prend en compte les difficultés à créer un réflexe intranet dans une entreprise », commente Xavier Deforge, directeur informatique de l'entreprise. Pour développer cette application en interne, Mora Plasturgie a utilisé des outils en open source (logiciels gratuits). « Il faut prendre

une technologie que l'on maîtrise et ne pas la lâcher, conseille-t-il. L'avantage de l'open source n'est pas uniquement financier. Il réside aussi dans la passion de ses adeptes. Du coup, on trouve toute l'aide requise sur les sites Web et dans les forums. » En 2002, Mora Plasturgie était donc prêt à développer des services en ligne pour ses principaux clients. A défaut de suivi de planning, l'extranet permet de répondre à deux questions fréquemment posées par les acheteurs : « Où en est ma réclamation ? » ; « Qu'est-ce que vous nous avez expédié hier ? »

Ainsi, depuis juin 2002, une douzaine de clients, dont Valeo et Michelin, peuvent suivre en ligne l'avancement des actions correctives menées suite à un relevé d'incident. La notification du problème est toujours réalisée par téléphone, suivi d'un fax, mais elle est saisie immédiatement dans l'intranet. Le client est alors informé par mail de sa prise en compte. « Là où il fallait trois jours auparavant, il faut une minute aujourd'hui », se félicite Xavier Deforge. Sur le site, les clients peuvent également accéder à tous les documents internes de Mora Plasturgie concernant les actions commerciales, logistiques ou techniques, menées pour réparer une erreur ou un défaut. Une transparence apparemment très appréciée par les premiers utilisateurs.

## Ouvrir l'espace client à ses propres fournisseurs

L'autre service client de l'extranet permet aux entreprises de consulter ce qui leur a été expédié pour une date donnée. Mais ce n'est qu'une première étape. Mora Plasturgie ne désespère pas d'imposer un système en ligne de suivi de projet et d'ouvrir l'espace client à ses fournisseurs pour qu'ils puissent suivre eux-même l'état des stocks. « J'attends aussi que les technologies Web-EDI et XML soit stabilisées pour automatiser les échanges en ligne », explique Xavier Deforge. ● A. B.

(suite page 76) ///

## UN ESPACE DÉDIÉ AUX CLIENTS

- > **Les services proposés** : suivi des actions correctives après réclamation ; suivi des expéditions
- > **La solution technique** : développement interne avec des logiciels open source (Linux, PHP, MySQL). Hébergement du site chez Ornis.
- > **Le coût** : 10 000 euros, dont 8 000 euros pour la sécurité et 500 heures/an de travail.