



Les travaux d'ECR France

Projets collaboratifs entre industriels et distributeurs au service de la satisfaction des consommateurs

Les Ateliers de l'ANIA

12 novembre 2013

Qui sommes-nous?

- ❑ **ECR**, acronyme anglais de **Efficient Consumer Response**, désigne l'initiative conjointe industrie-commerce destinée à apporter une réponse optimale au consommateur.
- ❑ ECR France est **l'organisme paritaire** qui rassemble les décideurs des industriels et distributeurs du secteur des produits de grande consommation, alimentaires et non-alimentaires.
- ❑ **Sa mission consiste à définir et promouvoir les bonnes pratiques et les codes de bonne conduite dans la relation industriel-distributeur, pour mieux comprendre et répondre aux attentes des consommateurs.**
- ❑ ECR France organise ses travaux autour de l'optimisation de deux **domaines**



Chaîne d'Approvisionnement

- Définir les processus d'approvisionnement adaptés pour maximiser le taux de service consommateur
- Apporter le support pour la mise en application

Offre Consommateur

- Optimiser l'efficacité des promotions
- Accompagner l'innovation produit-service
- Harmoniser les relations avec les panélistes

Les adhérents d'ECR France par collègue

17 distributeurs

Adeo Services - Auchan - Boulanger – But - Carrefour – Casino – Cora – Darty – FNAC - Intermarché – Leclerc –Marionnaud – Metro – Nocibé – Schiever - Séphora - Système U

43 industriels

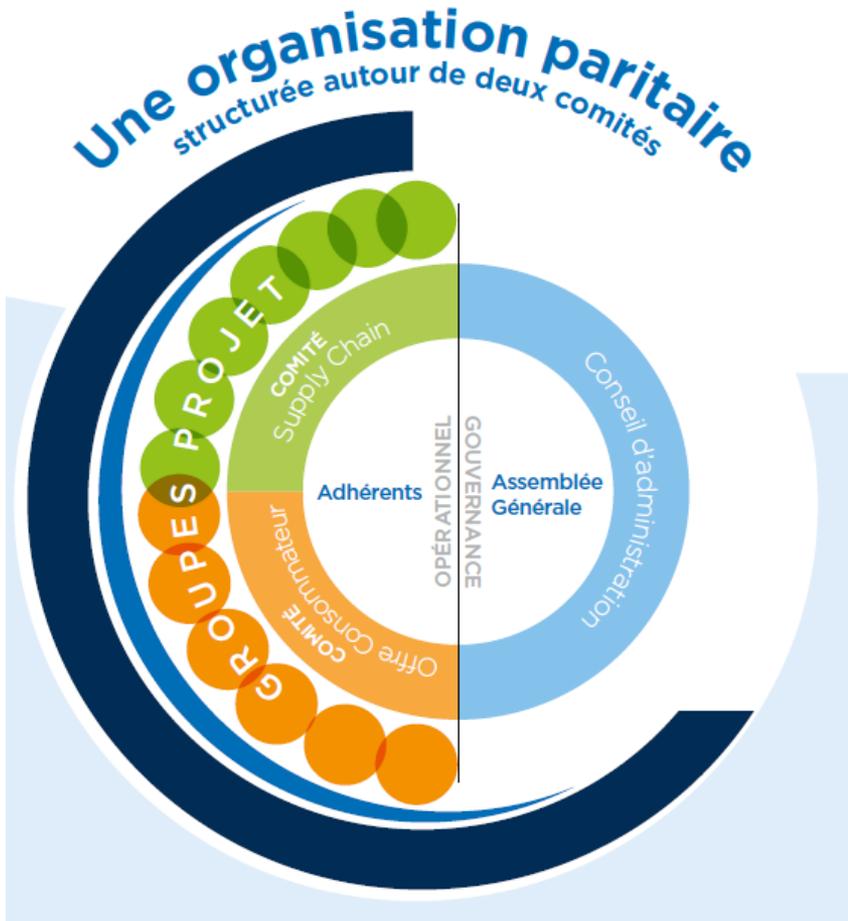
Arc International – Barilla – Bic – Blédina – Bongrain – BPI - Campbell Soup – Chanel - Coca Cola – Colgate – Coty - Danone Eaux - Danone PF – Dim – Euralis – Ferrero – Findus - Fleury Michon - Fromageries Bel - General Mills – Haribo – Heineken – Henkel - Johnson & Johnson – Lesieur - L'Oréal - LVMH Fragrances - Mc Cormick - Maison du Café – Mars – Meralliance – Mondelez - MWBrands – Nestlé - Orangina Schweppes – Panzani - Pernod Ricard - Procter & Gamble – Rians – Sodiaal – Unilever – Wrigley - Yoplait

15 prestataires et fédérations

Chep - Container Centralen – DHL - FM Logistic - IPS Europe – Kloosterboer - Mutual Logistics - ND Logistics - Pick'n Go – STEF - Transalliance
ECR Sport – GIFAM – SIMAVELEC - SIPEC

Une organisation souple mais cadrée...

structurée autour d'un Conseil d'administration, de deux comités et de groupes de projets



... qui permet de délivrer des outils en phase avec les besoins des adhérents d'ECR France

Recommandations conjointes

Affirmer la position conjointe industrie-commerce sur un sujet d'actualité, appuyée par des travaux d'ECR ou d'autres organismes

Conditions et Qualité de la livraison
Gestion opérationnelle des jours fériés
Informations environnementales

Manuels, guides et kits de bonnes pratiques

Fournir aux acteurs du secteur les éléments méthodologiques pour mettre en œuvre une pratique qui bénéficie aux consommateurs tout en créant de la valeur pour ces acteurs

Élaborer les chartes de fonctionnement de la relation entre industriels et distributeurs

Kit Efficacité des Promotions
Guide pratique du transport combiné
Indicateurs de performance standards

Sites internet

Diffuser et accélérer la mise en œuvre des bonnes pratiques ECR, et mesurer leur impact sur la création de valeur



Etudes et enquêtes

Comprendre les attentes des consommateurs et mesurer le degré de mise en œuvre des bonnes pratiques

Baromètre de mesure des ruptures linéaires
Etude shopper sur la perception des promotions

Formations, ateliers et conférences

Développer les compétences, diffuser les bonnes pratiques et les rendre plus opérationnelles en renforçant le partage d'expériences

Modules de formation
Efficacité des Promotions
Trophées ECR

Quel est l'apport d'ECR?

Accéder à un réseau actif d'échange et de réflexion favorisant la collaboration, le partage d'expériences et de bonnes pratiques

Intelligence collective

Devenir un acteur du changement et des évolutions du marché des produits de grande consommation

Apporter une meilleure réponse aux attentes des consommateurs

Influencer le commerce de demain

Réseau

Echanger avec vos pairs des informations pertinentes dans le respect d'une déontologie partagée*

Partage d'expérience

Bénéficier de toute l'expérience acquise par les adhérents et l'enrichir de votre contribution

Vision internationale

Vous informer sur les travaux réalisés au niveau européen et international

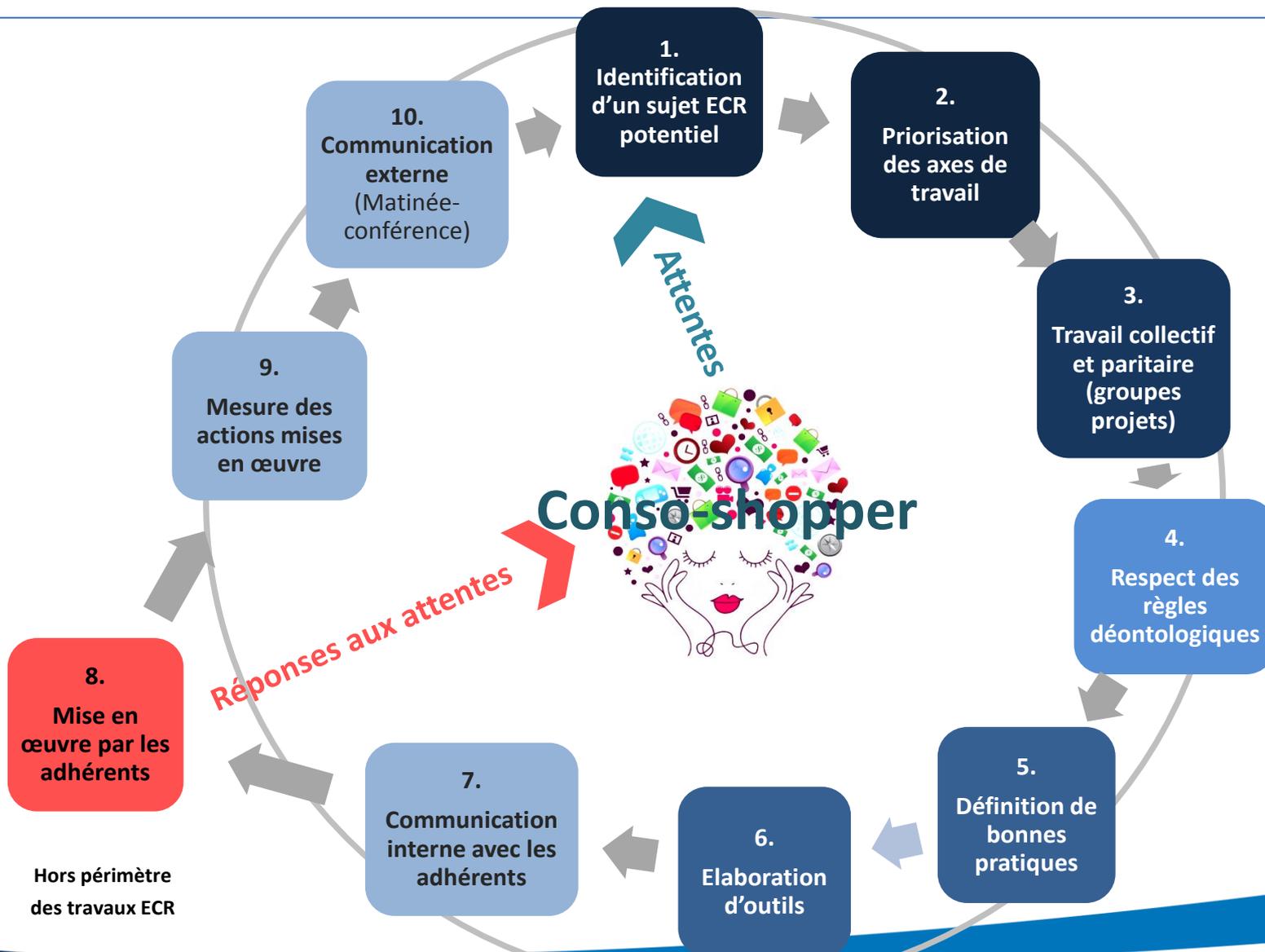
Soutien

Etre soutenu dans vos initiatives bilatérales (pilotes, expérimentation)



* Bonnes pratiques ECR relatives au respect des règles de la concurrence rappelées avant chaque réunion

Les 10 étapes clés d'un projet ECR, pour une meilleure réponse aux attentes des consommateurs



Offre Consommateur

Lutte contre les ruptures

Kit de sensibilisation

Nouveau baromètre

Trophées



Efficacité des promotions

Kit pratique

Formation

Etudes et panels

e-commerce alimentaire

Produits Frais Traditionnels

Non-alimentaire

Supply Chain

Mutualisation logistique

Guide pratique

Etude prospective



Efficacité des promotions

Exécution promo

Transport multimodal

Enquêtes

Conférences

Filières

Surgelés

Parfumerie

Sport

Electronique

Activité détaillée Offre Consommateur

Thème	Contenu	Organisation	Livrables	Livraison
Lutte contre les ruptures	<ul style="list-style-type: none"> • Zéro Rupture : kit sensibilisation • Baromètre OSA v1 : démarrage • Conférence ZRME + 2èmes Trophées • Baromètre OSA v2 : choix du ou des prestataires pour démarrage été 2014 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • Permanent • Permanent • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP • Baromètre • Conférence • Baromètre 	<ul style="list-style-type: none"> • Oct 2013 • Sept 2013 • Oct 2013 • Déc 2013
Efficacité des promotions	<ul style="list-style-type: none"> • Compléments du kit • Veille Promo • Formation Efficacité Promo • Etude shopper 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • GP • Permanent • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP • Etude • Formation • Etude 	<ul style="list-style-type: none"> • Nov 2013 • Nov 2013 • 2014
Etudes et Panels	<ul style="list-style-type: none"> • Circuit e-commerce alimentaire • Suivi Proxi • PFT 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • GP • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Recommandation • Recommandation • Recommandation 	<ul style="list-style-type: none"> • 2014 • 2014 • 2014
Etudes et panels Non AI	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi MDD • Lots mixtes 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Recommandation • Recommandation 	<ul style="list-style-type: none"> • Nov 2013 • Nov 2013
Divers	<ul style="list-style-type: none"> • État des lieux RFID • Adaptation des travaux ECR UK sur le Gaspillage dans la chaîne amont 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanent • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Etude • Etude 	<ul style="list-style-type: none"> • Oct 2013 • 2014, à confirmer

Activité détaillée Supply Chain

Thème	Contenu	Organisation	Livrables	Livraison
Mutualisation logistique	<ul style="list-style-type: none"> • Mutualisation logistique : guide pratique • Prospective : l'évolution des pratiques de mutualisation 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP • Etude 	<ul style="list-style-type: none"> • Nov 2013 • T1 2014
Efficacité des promotions	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation des coûts d'exécution promo 	<ul style="list-style-type: none"> • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Etude 	<ul style="list-style-type: none"> • T2 2014
Transport multimodal	<ul style="list-style-type: none"> • Développement multimodal 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanent 	<ul style="list-style-type: none"> • Etudes, conférences 	<ul style="list-style-type: none"> • 2014
Filière Surgelés	<ul style="list-style-type: none"> • La Supply Chain de la filière Surgelés 	<ul style="list-style-type: none"> • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Etude / Manuel BP 	<ul style="list-style-type: none"> • T2 2014
Parfumerie	<ul style="list-style-type: none"> • Indicateurs Partagés • Flux non marchands 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP • Manuel BP 	<ul style="list-style-type: none"> • Oct 2013 • T3 2014
Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Indicateurs de Performance • Définition feuille de route Sport 	<ul style="list-style-type: none"> • GP • Permanent 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP 	<ul style="list-style-type: none"> • Nov 2013 • Nov 2013
Electro	<ul style="list-style-type: none"> • Cahier des charges logistique 	<ul style="list-style-type: none"> • GP 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel BP 	<ul style="list-style-type: none"> • T1 2014
Divers	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion transport jours fériés 2014 • Conférence SC Event : la distribution spécialisée 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanent • Permanent 	<ul style="list-style-type: none"> • Recommandation • Conférence 	<ul style="list-style-type: none"> • T1 2014 • Nov 2013

❑ **Participez aux activités et projets**

- Forum DG
- Conseil d'Administration
- Comités Supply Chain et Offre Consommateur
- Groupes Projets
- Conférences et Trophées

❑ **Utilisez les outils ECR**

- Baromètre ECR-IRI de mesure des ruptures
- Formation Efficacité des Promotions
- Kits, guides, enquêtes, ... disponibles sur les sites internet
ecr-france.org, zerorupturemodedemploi.com, mutualisationlogistique.com

ECR France

14 rue Magellan 75008 Paris

01 56 89 89 30 – ecr@ecr-france.org

M° ligne 1 George V – RER A Charles de Gaulle Etoile

Vélib 10 rue Vernet, 39 avenue George V – Autolib 44 avenue George V

Parking Marceau ou George V

xavier.hua

@ecr-france.org



Délégué général

emilie.chalvignac

@ecr-france.org



Chef de projets

« Offre consommateur »

LD : 01 56 89 89 35

fabien.ameline

@ecr-france.org



Chef de projets

« Supply Chain »

LD : 01 56 89 89 31



Les faits marquants de l'année écoulee

les recommandations...



CONDITIONS ET QUALITE DE LA LIVRAISON DES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION RECOMMANDATION DISTRIBUTEURS ET INDUSTRIELS - COMPLEMENTS

Etant entendu que le document « CONDITIONS ET QUALITE DE LA LIVRAISON DES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION - RECOMMANDATION DISTRIBUTEURS ET INDUSTRIELS » publié en 2007 relève officiellement "des bonnes pratiques commerciales" et qu'il a fait en février 2010 l'objet d'un avis favorable de la Commission d'Examen des Pratiques Commerciales (CEPC), la présente charte vise à préciser les pratiques relatives à la gestion des objectifs de taux de service, aux modalités d'émission et

Avis n° 13-02
relatif à des compléments à la recommandation distributeurs et industriels sur les conditions et la qualité de la livraison des produits de grande consommation.

La Commission d'examen des pratiques commerciales, Vu la lettre enregistrée le 20 décembre 2012 sous le numéro 12-68, par laquelle ECR France, organisme paritaire rassemblant des industriels et distributeurs du secteur des produits de grande consommation, alimentaires et non-alimentaires, a souhaité recueillir l'avis de la Commission d'examen des pratiques commerciales sur le texte d'une recommandation négociée en son sein, en complément d'une précédente recommandation publiée en 2007. Cette recommandation commerciale des bonnes pratiques



Recommandation conjointe ECR Pour faciliter l'approvisionnement des produits de grande consommation des jours fériés du mois de mai 2013

Ce document, issu d'une collaboration proactive Distributeur / Industriel / Prestataire logistique, vise à préciser les pratiques relatives à la gestion des jours fériés, notamment du mois de mai 2013 pour l'ensemble du marché des produits de grande consommation et pourra être utilisé dans le cadre de demande de dérogation de transport.

La configuration particulière des jours fériés pour l'année 2013 (avec notamment 2 jours successifs les 8 et 9 mai) nécessite une organisation spécifique pour assurer le taux de service souhaité aux consommateurs.

Déclaration commune industrie – commerce sur l'information environnementale

Octobre 2012



Démarche commune en faveur du développement du transport multimodal



RECOMMANDATION ECR SUR LA CREATION DU CIRCUIT E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Paris, le 18 décembre 2012

Les adhérents d'ECR France confirment par la présente leur souhait émis en début d'année 2012 de création par les panélistes d'un circuit e-commerce alimentaire.

A cet effet, dans la mesure de leurs possibilités techniques, les adhérents distributeurs d'ECR France dissocieront les ventes réalisées par internet (drive, livraison, ...) des ventes réalisées dans les circuits de magasins physiques d'ici fin 2013 et adresseront ces deux flux d'informations de manière régulière aux deux panélistes.

les manuels de bonnes pratiques...

KIT ECR «EFFICACITE DES PROMOTIONS»
GUIDE DE BONNE PRATIQUE

Les promotions sont un outil de compétitivité entre industriels d'une part et les distributeurs d'autre part, au bénéfice du shopper. Mais aujourd'hui, **les bénéfices ne sont pas toujours identifiés/identifiables pour chaque acteur, y compris pour le conso-shopper.** L'étude ECR-IPSOS 2011 sur les attentes des shoppers en matière de promotions quand ils font leurs courses au quotidien a montré que **seuls 20% des français**, les chasseurs de promo, se retrouvent dans l'offre promotionnelle actuelle.

Boîte à Outils
ETUDES & DIAGNOSTIC CATEGORIEL

2013

Zéro rupture en magasin
pour mieux satisfaire les clients

Quels sont les enjeux ?

- Près d'**1 PGC sur 8** n'est pas trouvé par le client au moment où il vient faire ses courses.
- 12,9%** de références en rupture dans les linéaires en moyenne (source: baromètre ECR-IP)
- de **4 milliards d'euros** par an
- Environ **7 000 €** de chiffre d'affaires sont perdus à cause des ruptures en linéaire
- = **170 clients** par magasin (sur un panier moyen de 4 €)
- La rupture dé-fidélise**
« D'autant plus que le même produit peut être à nouveau en rupture plus de 10 fois par an »

Comment agir en magasin ?

Les magasins qui se mobilisent sur le sujet sont les plus performants sur tous les axes. Voici les recommandations des enseignes françaises de GSA adhérentes d'ECR France™

- Ranger la réserve
- Assurer cette démarche en continu
- Remplir les rayons
- Assurer la qualité des stocks et des données (pricing, capacité linéaire...)
- Informez les clients
- Décaler et analyser les ruptures au moins une fois par jour

Et dans votre magasin, quels sont les chiffres ?

Et dans vos magasins, quelles actions à mettre en place ?

Kit de base "Zéro rupture : mode d'emploi"

57 Actions prioritaires à mettre en œuvre dans votre entreprise pour réduire les ruptures en linéaire

Clés de lecture

Difficultés rencontrées sur chacun des 6 processus de la chaîne d'approvisionnement

Liste des bonnes pratiques prioritaires à mettre en place pour répondre à chaque difficulté

1^{ère} édition - octobre 2012

Manuel des Bonnes Pratiques
Logistiques de Retrait de produits cosmétiques dans le secteur de la Parfumerie Sélective

Fédération Française de la Parfumerie Sélective

Fédération des Entreprises de la Beauté

1^{ère} édition - octobre 2012

Baromètre 2013 de la mutualisation logistique

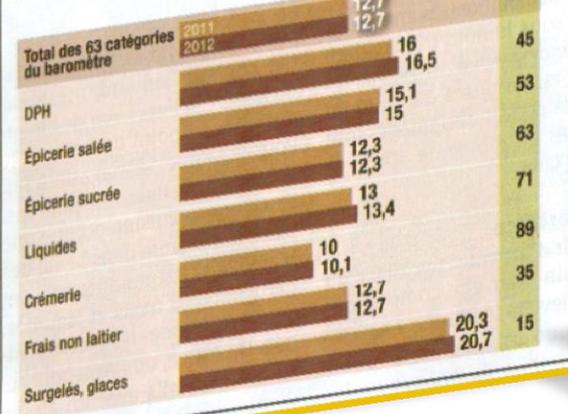


Des associations mènent l'enquête... sur les leviers de développement du Transport Multimodal

Flux n°	France	Allemagne	Belgique	N° de remorque par semaine	Ligne
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Basse-Saxe	ALLEMAGNE - Basse-Saxe	10 remorques par semaine	Ligne: Douvres/ Strasbourg
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Brandebourg	ALLEMAGNE - Brandebourg	6 semi-remorques par semaine	
1	FRANCE - 62 Pas-de-Calais	ALLEMAGNE - Brandebourg	ALLEMAGNE - Brandebourg	6 semi-remorques par semaine	
2	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Brandebourg	ALLEMAGNE - Brandebourg	10 remorques par semaine	
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Basse-Saxe	ALLEMAGNE - Basse-Saxe	1 semi-remorque par semaine	
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	2 semi-remorques par semaine	
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	6 semi-remorques par semaine	Ligne: Douvres/ Zebrugg
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	ALLEMAGNE - Saxe-Anhalt	3 semi-remorques par semaine	OTC: Navil and Cargo
3	FRANCE - 02 Aisne	BELGIQUE - Flandres	BELGIQUE - Flandres	6 semi-remorques par semaine	
2	FRANCE - 62 Pas-de-Calais	BELGIQUE - Flandres	BELGIQUE - Flandres	3 semi-remorques par semaine	
1	FRANCE - 59 Nord	ALLEMAGNE - Bavière	ALLEMAGNE - Bavière	6 semi-remorques par semaine	

Etude d'opportunité transport multimodal

BAROMÈTRE DES RUPTURES EN MAGASINS Un printemps stable



Taux de rupture en ligne et par département, par Source : Baromètre des ruptures

Le taux de rupture est de 12,7%, sur les sept dernières années. Cette période de l'année présente des saisonniers par exception qui manque en ligne, l'interprétation de la liste des catégories. Plus d'information sur demploi.com

Impacts sur la disponibilité des en linéaire du picking en magasins pour le drive

Octobre 2012



picking = préparation des commandes à partir des stocks des linéaires

Mesure des enjeux des « produits à faibles rotations » dans les grandes surfaces alimentaires

Juin 2012

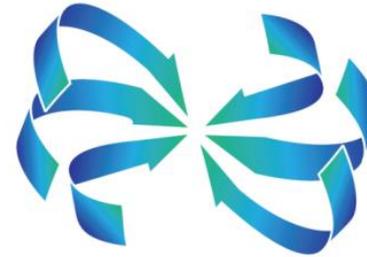
les sites internet...



- Objectif du site
- A propos de la mutualisation
- Localiser un entrepôt
- Communauté Rejoignez-nous
- Publications Nos ouvrages

Ensemble, construisons la supply chain de demain !

La mutualisation logistique représente une opportunité de création de valeur conjointe. Localiser les entrepôts et identifier le bon partenaire pour démarrer efficacement votre projet de mutualisation.



MUTUALISATION
logistique.com

Localisez l'entrepôt de votre futur partenaire

Les informations sur la mutualisation

Rejoignez les acteurs de la mutualisation



vos réponses en quelques clics

accueil
à propos
vos actions
vos outils
vos idées
contact

Abonnez-vous au flux RSS Zéro Rupture

Précédent 1 2 3 4 Suivant

Les prédictions 2013 pour le commerce de détail

Publié le : 23/04/2013

Manhattan Associates vient de publier ses prédictions 2013 pour le commerce de détail. Demain la totalité du stock disponible devra être mobilisée pour servir soit la demande web, soit la demande d'un client en magasin, en évitant toute rupture sur le réseau. Une révolution qui implique une refonte des organisations, de la logistique... et des modes d'intéressement. [Lire l'article complet](#)

Boissons alcoolisées : Comment éviter les ruptures ?

vos actions contre les ruptures en 3 étapes

- 1 Sélectionnez vos critères de recherche**
- 2 Affinez votre sélection selon vos propres problématiques**
- 3 Priorisez vos actions à l'aide des bonnes pratiques**

Témoignages



Formation ECR 2013
« Efficacité des promotions »

Module « Les fondamentaux »



Formation ECR 2013
« Efficacité des promotions »

Module « Approfondissement »