

TEPE ÉDITION

LES SIRIUS

Mettre en lumière les trajectoires du commerce de demain

Institut du COMMERCE
PARTAGE - PROSPÉRIÉTÉ

SPONSOR PREMIUM

TRANSPOREON GROUP

PREMIÈRE CÉRÉMONIE DES SIRIUS

C'est sous la houlette de l'Institut du Commerce que s'est déroulée, le soir du 8 novembre dernier, au cœur de l'Atelier des Lumières (Paris), la première cérémonie des Sirius. Un événement lors duquel 8 projets innovants pour le commerce de demain ont été récompensés.

Par Deborah Koslowski

Le bricolage a brillé !

« L'Institut du Commerce est le fruit du regroupement de l'IFM, Institut Français du Merchandising, de l'IFLS, Institut Français du Libre Service, et de l'ECR, Efficient Consumer Response. Chacune de ces associations organisait, par le passé, ses propres trophées. Aussi, nous avons trouvé intelligent d'harmoniser le tout afin de n'avoir plus qu'un événement pour récompenser les acteurs du commerce », a retracé, pour nous, son Directeur Général, Xavier Hua. C'est ainsi que sont nés les Sirius. Un nom qui tire sa source d'un échange collectif. « Les César et les Oscars étaient déjà pris. Sirius était l'option proposée la plus intéressante : il s'agit d'une étoile



Xavier Hua, Directeur général de l'Institut du Commerce.

et, pour nous, cela signifie qu'elle éclaire les trajectoires du commerce de demain en mettant en valeur les sociétés qui contribuent à sa transformation. Un nom qui reflète, par ailleurs, le fait de récompenser des projets de toute nature, de tout secteur d'activité, naissants ou aboutis, toutes fonctions confondues », a-t-il ensuite détaillé. Une première édition menée tambour battant, présidée par Caroline Dassie, DG Carrefour Supermarchés, et Sophie Dubois, DG Nestlé Waters.

Les Sirius chez les Lumières

En tout, ce sont 300 personnes - industriels, points de vente et médias confondus - qui

Le palmarès complet des Sirius

Lors de la nuit des Sirius, 8 projets ont été plébiscités. Les voici :

Grand Prix

Franprix a reçu le Grand Prix de la cérémonie, pour Darwin, son nouveau concept de magasin. Un premier point de vente, à Paris, plus responsable (utilisation d'éco-matériaux, domotique pour assurer un meilleur contrôle de l'énergie, mise en valeur du vrac et traçabilité des produits...), qui accueille un espace de restauration (pour manger sur place ou à emporter), et propose de nombreux services du quotidien (prêt de caddie ou parapluie, livraison à domicile, point de retrait de colis...).

Sirius de la Transformation d'Entreprise

La Poste a - quant à elle - reçu le Sirius de la Transformation d'Entreprise. Un prix obtenu pour Easysshopping (en partenariat avec Ownest), service qui permet aux clients finaux de faire des achats en physique et de se les faire livrer où ils veulent, et SUPER (Service Urbain de Proximité pour une Expédition Rapide, créé avec Adidas), qui rend les livraisons plus rapides et plus pratiques.

Sirius du Redonner du Sens à l'Entreprise

Le Sirius du Redonner du Sens à l'Entreprise a été remis à Comerso, pour Les invendus ont de la valeur. Une solution qui a pour objectif de lutter contre la production de déchets, qu'ils soient alimentaires ou non.

Sirius du Merchandising

Deux industriels ont chacun reçu un Sirius du Merchandising. Il y a eu Bonduelle, pour Le végétal fait son show. En communiquant mieux sur ces produits (web et packaging), et en proposant une nouvelle manière de présenter l'étendue de son offre, l'industriel entend bien lutter contre les préjugés dont souffre, notamment, l'appertisation des légumes.

Puis JDE, pour Démocratisons l'Espresso et Valorisons la Catégorie Café sur le long terme. Travaillant d'arrache-pied à rendre le linéaire plus attractif pour le client final, celui-ci souhaite accompagner la croissance des dosettes et des grains (le café en portionné = + 17 % de CA, en 2 ans).

Sirius du Category Management

Red Head, Leroy Merlin, et l'Agence Cross ont reçu le Sirius du Category Management, pour Color System, un nouveau concept facilitant et intuitif dans la fixation. Le but de la manœuvre ? Permettre, aux néophytes notamment, de ne pas être pris de panique devant le rayon alloué à la fixation. Ainsi, le premier mètre du rayon est conçu spécialement pour eux, et dispose d'une double clé de



lecture : horizontale (par rapport au poids supporté par la cheville : 30, 60 ou 90 kg), et verticale (par rapport à la typologie de besoin : à l'unité, en lots, ou en kits avec un foret). Il se divise également en trois couleurs (jaune, pour pouvoir associer facilement une cheville, une vis et un foret capables de supporter jusqu'à 30 kg ; rouge, 60 kg ; et bleu, 90 kg). Puis, le rayon se scinde, enfin, en deux autres parties : averti, et expert.

Sirius de la Collaboration

C'est à Leroy Merlin, V33, Henkel, Brunel, XPO logistics et CRC qu'a été remis le Sirius de la Collaboration, pour Mut@log. Une solution, bouclée en 24 mois intensifs de travail et ouverte à qui veut la mettre en place, qui permet de simplifier l'acheminement de produits jusqu'en magasin. Une plateforme web, commune à tous les acteurs de la chaîne (du fournisseur au distributeur, en passant par le transporteur), leur permet de gérer l'ensemble des besoins : les fournisseurs envoient ainsi leurs produits en centres régionaux de consolidation, qui s'occupent d'approvisionner les points de vente. Une meilleure gestion des flux de marchandises (au lieu de 3 camions à moitié pleins envoyés par 3 fabricants différents, un unique camion comportant le tout transite en magasin) qui a déjà fait ses preuves : sur la filière des produits dangereux, par exemple, ce système a permis une réduction des émissions de gaz à effet de serre de 7,5 %, une diminution des mises à quai en magasin de 40 %, ainsi qu'un gain de 25 points sur la ponctualité des livraisons.

Le Sirius de l'Audace

Enfin, Franprix et L'Oréal ont reçu le Sirius de l'Audace, pour leur Drugstore Parisien. Un concept de point de vente, alloué à la beauté et au bien-être, qui a pour ambition de répondre aux attentes des consommateurs des métropoles.

ont fait le déplacement à Paris. Le temps d'une soirée lumineuse, ils se sont réunis au sein de l'Atelier des Lumières - qui accueillait alors l'exposition immersive d'œuvres d'art projetées sur les murs de l'ancienne fonderie, signées Gustav Klimt ou encore, Egon Schiele - pour découvrir les noms des lauréats les plus novateurs pour « mieux satisfaire les besoins des clients », « optimiser la chaîne de valeur », et « redonner du sens à l'entreprise ».



Sophie Dubois, DG Nestlé Waters, et Caroline Dassie, DG Carrefour Supermarchés.