



# Mission, Démarche et Activités Le programme 2019



**Institut du  
COMMERCE**  
PARTAGE & PROSPECTIVE

**La plateforme de rencontre privilégiée reconnue et  
incontournable au sein de laquelle TOUS LES  
ACTEURS DU COMMERCE, industriels petits ou  
grands, distributeurs et prestataires de service  
peuvent travailler ensemble pour mieux satisfaire  
les attentes des shoppers**

# MIEUX PRÉPARER ENSEMBLE LE COMMERCE DE DEMAIN

L'Institut du Commerce combine depuis 2017 le meilleur des champs d'expertise des 3 associations paritaires industriels-distributeurs qu'il réunit : ECR, l'IFLS, l'IFM.

Il a pour mission de mieux répondre aux besoins communs de ses membres en les aidant à construire collectivement les trajectoires du commerce à moyen et long terme à partir des attentes des consommateurs et d'une meilleure compréhension des mutations profondes de la grande consommation, la distribution et le commerce.

Nos activités et nos travaux sont fondés sur la démarche ECR (Efficient Consumer Response) :  
« Travailler ensemble pour mieux répondre aux attentes des consommateurs, plus vite, à moindre coût et de manière durable ».

Chaque société membre est ensuite libre d'adapter et d'adopter ces bonnes pratiques comme elle le souhaite.

# UNE DÉMARCHE IMPULSÉE PAR LES MEMBRES

Le programme de travail est **construit par les membres** (thématiques, livrables, format), la production leur est **exclusivement réservée** et est **incluse dans la cotisation**, tout comme la participation aux conférences



## Orienter & Valider

**Assemblée Générale** : 1 représentant par société membre

**Conseil d'administration** : 12 industriels, 12 distributeurs, 2 partenaires, définissent la vision stratégique

**Comités** : 10 à 15 membres industriels, distributeurs et partenaires construisent la feuille de route des activités (Retail, Supply Chain, RSE, Editorial, Non Alimentaire)



## Réfléchir, Analyser & Formaliser

**Ateliers de réflexion** : décrypter une thématique

**Groupes de Travail** : produire les bonnes pratiques de la relation industrie-commerce

**Etudes & Baromètres** : comprendre le shopper et suivre les évolutions de la consommation



## Partager

**Journée Partage & Prospective** : vitrine de l'IdC

**Conférences** : échanger sur les retours d'expérience

**SIRIUS**: récompenser les succès

**Formations** : diffuser les bonnes pratiques collaboratives

**Retail Tour** : observer les nouvelles tendances

# RÉFLÉCHIR - ANALYSER - FORMALISER

## ATELIERS DE REFLEXION PROSPECTIVE

**S1 2019** Modéliser le supermarché du futur : lieu de vie intégrant les « alter consommations » (10 janvier) | Comment adresser la pénurie de transport en optimisant la demande? (22 janvier) | Comment instaurer un partage efficace de données référentiel au service du consommateur? (5 février) | Comment regagner la confiance des consommateurs? (7 février & 8 avril) | Supply Chain Roadmap 2019 (14 mars) | Comment doit évoluer le category management pour adresser le shopper omnicanal? (18 avril) |

**S2 2019** Quels parcours clients demain en magasin autour de la consommation de produits de marques avec emballages réemployables ? (17 juin, 17 septembre & 5 novembre) | Comment l'utilisation des indicateurs partagés permet d'améliorer la performance de la Supply Chain du Bricolage? (19 septembre) | Comment définir et mettre en œuvre le e-category management ? (28 novembre) | Comment redonner du sens aux Etudes? (5 décembre) |

## GROUPES DE TRAVAIL

**RETAIL** : E-commerce | Proximité | Merchandising | Etude consommateurs et suivi des marchés | Promotion et Animation commerciale | Consommation hors domicile

**SUPPLY CHAIN** : Livraison urbaine (EVOLUE, avec ASLOG et club Demeter) | Tracking & IoT | Zéro Rupture | OSA & Shrinkage (avec ECR Community) | Traçabilité alimentaire & Blockchain

**RSE** : Economie circulaire dans le commerce | Gaspillage alimentaire (avec ECR Community) | Collaborative for Healthier lives France (avec le Consumer Goods Forum)

**SPECIALISTES** : Jouet : indicateurs de performance | Bricolage : flux omnicanal | Parfumerie Sélective : écoconception et recyclage des PLV | Electroménager : emballages GEM et TV

## ETUDES

Naturalité, un nouveau mode de vie (en vente) | Les ruptures on et off line (exclusif adhérent) | Proximité (en vente) | Achats en direct (exclusif adhérent) | Les nouveaux moyens de paiement (exclusif adhérent) | Le mobile et les achats du quotidien en e-commerce (en vente)

# PARTAGER

## CONFERENCES

La Journée du Merchandising *(29 janvier)*  
Retail : les stratégies par enseigne *(28 mars)*  
Journée Partage & Prospective : la vitrine de l'IdC *(24 mai)*  
e-commerce et omnicanal *(27 juin)*  
Proximité *(26 septembre)*  
Promotion & Animation commerciale *(17 octobre)*  
Cérémonie des SIRIUS *(14 novembre)*  
Economie circulaire *(12 décembre)*

## RETAIL TOURS

« Le dernier km » à Lyon *(à définir)*

## FORMATIONS

Efficacité des promotions *(à définir)*  
Successful Category Management *(à définir)*

## BAROMETRES

Baromètre mensuel des Ruptures en linéaire *(exclusif adhérent)* | Baromètre mensuel de la consommation *(exclusif adhérent)*

# LES AVANTAGES RÉSERVÉS AUX MEMBRES

Le barème de cotisation 2019 est identique à celui de 2018, il est disponible sur le site [institutducommerce.org](http://institutducommerce.org)

## Les activités et services compris dans la cotisation

- ✚ L'inscription gratuite aux **événements\*** : Journée Partage & Prospective, journées thématiques, cérémonie des SIRIUS
- ✚ La participation aux **ateliers** et **groupes de travail\*\*** et la mise à disposition des **publications** qui en sont issues : livres blancs, guides, ...
- ✚ Les résultats détaillés de l'**étude shopper** dont le thème est choisi par les membres
- ✚ La mise à disposition des **baromètres** Ruptures\*\* et Consommation
- ✚ La participation aux **matinales Innovation**

## Les services additionnels accessibles à un tarif préférentiel

- ✚ Les modules de formation Efficacité Promo, Successful Category Management, Communication sociétale...
- ✚ Les Retail Tour

## Les activités sont ouvertes à tous les représentants de la société membre

du Comité de Direction aux experts opérationnels des fonctions Commerce, Marketing, Trade Marketing, Catman, Digital, Supply Chain, RSE, RH, ...

\* 3 personnes max par société adhérente, par ordre d'inscription, dans la limite des places disponibles

\*\* accès limité pour les adhérents partenaires

# POURQUOI DEVENIR MEMBRE?

L'Institut du Commerce regroupe plus de **200 entreprises membres** : Distributeurs, Industriels, Foncières, Prestataires (logistiques et services) opérant dans **15 secteurs d'activité**. Nos membres adhèrent pour :

## Bénéficier de l'intelligence collective

- Etre acteur de l'évolution des pratiques : vous élaborez les guides pratiques, les outils de support à la mise en œuvre, et acquérez une avance sur leur mise en œuvre
- Devenir un acteur du changement du commerce de demain
- Apporter une meilleure réponse aux attentes des consommateurs

## Appartenir à un réseau

- Bénéficier du partage de l'expérience acquise par les adhérents et l'enrichir de votre contribution
- Echanger avec vos pairs des informations pertinentes dans le respect d'une déontologie partagée
- Accéder aux solutions les plus innovantes (veille, startup, ..)

## Trouver du soutien

- Etre soutenu par un tiers neutre dans vos initiatives collaboratives (pilotes, POC, expérimentations)

## Prendre de la hauteur

### avec une vision internationale

- S'informer sur les travaux collaboratifs réalisés au niveau européen et international
- Enrichir sa veille (outils / technologie / concepts / entreprises innovantes...)



# LES 9 PILIERS DE L'INSTITUT DU COMMERCE

## LA DEMARCHE ECR

Travailler ensemble pour mieux répondre aux attentes des consommateurs, plus vite, à moindre coût et de manière durable

## L'IMPLICATION

Tous les niveaux hiérarchiques de nos membres sont impliqués, du DG aux opérationnels

## LE CADRE DEONTOLOGIQUE

Toutes les discussions engagées au sein de l'Institut du Commerce respectent les règles de la concurrence

## L'ETHIQUE

Afin de respecter les stratégies et de ne pas favoriser l'un ou l'autre de ses adhérents, l'Institut du Commerce s'oblige à rester neutre vis-à-vis des prestataires

## L'EQUIPE

L'équipe de l'Institut du Commerce est resserrée, agile et force de proposition

## LE RESEAU

Le réseau de l'Institut du Commerce dépasse largement ses 215 sociétés adhérentes, nous travaillons en lien étroit avec les organismes professionnels, le monde académique, les experts...

## LA PROSPECTIVE

L'Institut du Commerce capte les signaux faibles porteurs d'avenir et décrypte leur impact sur la relation industrie-commerce

## LE PRAGMATISME

Notre capacité à proposer des actions opérationnelles pragmatiques pour activer les zones d'efficacité

## L'HERITAGE

L'Institut du Commerce combine le meilleur des champs d'expertise des 3 associations paritaires industrie-commerce qu'il réunit

# LES MEMBRES PAR COLLÈGE (2019)

## 30 DISTRIBUTEURS

ADEO (Leroy Merlin, Weldom, Bricoman), AUCHAN Retail, BIOCOOP, BRICODEPOT, BUT INTERNATIONAL, CARNET DE VOL, CARREFOUR France (Carrefour, Market, Proximité), CASINO (Géant, Franprix, Monoprix, Naturalia, Cdiscount), CASTORAMA, CONFORAMA, COOP ATLANTIQUE, CORA, CULTURA, FCJPE (Picwic, Ludendo, Toys'R'Us, Joué Club, King Jouet), FRANCAP, ITM Alimentaire (Intermarché, Netto), ITM LEMI (Bricomarché, BricoCash, Roady), LAGARDERE TRAVEL RETAIL, MARIONNAUD PARFUMERIE, MBLOG (Mr Bricolage), METRO Cash & Carry, MIGROS, NOCIBE, PICARD, SC GALEC, SCHIEVER, SCHMIDT GROUPE, SEPHORA, SYSTEME U, TOTAL MKG SERVICE

## 83 INDUSTRIELS

AKZO NOBEL, ANDROS, ARLA FOODS, BACARDI, BEIERSDORF, BIC, BLEDINA, BONDUELLE, CANDIA, CHANEL SAS, CLARINS, COCA COLA European Partners, COLGATE PALMOLIVE, CRISTAL CO, DANONE EAUX, DANONE PF, D'AUCY, DAUNAT, ECKES GRANINI, EDGEWELL, ESSITY, ESTEE LAUDER, EURIAL, FEEF, FERRERO France, FINDUS, FJP (Mattel, Hasbro, Lego, Playmobil, Bandai, Vtech), FLEURY MICHON, FRANCAISE DES JEUX, FROMAGERIES BEL, GALLIANCE ELABORES, GOUTERS MAGIQUES, GSK, HANES, HARIBO, HEINEKEN ENTREPRISE, HENKEL France, HERMES, INOHA, INTERPARFUMS, INTERSNACK, JACOBS DOUWE EGBERTS, JOHNSON&JOHNSON Santé Beauté, KELLOGG'S, LABEYRIE, LAITERIE SAINT PÈRE, LBD MAISON, LEA NATURE, LINDT, L'OREAL, LVMH (Dior, Guerlain, LVMH Fragrances), MARIE BRIZARD WINE & SPIRITS, MARS CHOCOLAT, MARS PETCARE FOOD, MARTINIQUAISE, MATERNE, Mc CORMICK France, MERISANT, M INDUSTRIE, MOET HENNESSY DIAGEO, NESTLE France, NUTRIXIA (Delifrance), ORANGE, ORANGINA SCHWEPPE, PANZANI, PEPSICO, PERNOD S.A., PETIT NAVIRE (THAI UNION), PUIG, RANA, RAYNAL ET ROQUELAURE, RIAN, RICARD, SAINT HUBERT, SAVENCIA BONGRAIN, SIGNIFY (Philips Lighting), SODEBO, SOLINEST, TEISSEIRE, TRIBALLATNOYAL, UNILEVER France, WERNER&MERTZ

## 99 PARTENAIRES

ACTEOS, ACTIVEVIAM, AGENCE CROSS, AGRO DEVELOPPEMENT, AKDV-LONSDALE, ALKEMICS, ARMADA (EDELVI), ARMIS, ARTHUR LOYD LOGISTIQUE, ATMOSPHERES, B&B MARKET, BEMYEYE, BLUBIZA, BONIAL, BRAND LOYALTY, BUDGET BOX, CA.COM, CAMELEON GROUP, CATALINA, CCI PARIS IDF, CHEP, CLIC2BUY, COHERIS, COMERSO, CONTAINER CENTRALEN, COSPIRIT, CPM France, CREA'VALEURS, CRITEO, DATA IMPACT, DATA SOLUTIONS, DDS LOGISTICS, DIAGMA, DIAM INTERNATIONAL, DISTRICOM, DS SMITH PACKAGING, DUNNHUMBY, EMNOS, ESG, ESSCA, ESSEC, FM LOGISTIC, GENERIX, HAROPA, HIGHCO, ICONOMEDIA SAISON II, IER, IMPACT (IFMG), IMPP, INTERLOG SERVICES, IRI, JDA, KANTAR, KLEE COMMERCE, LA POSTE, LUCKY CART, MARKETING SCAN, MEDIA 6, MEDIA PERFORMANCES, MERVAL, MEYRONNE FCE, MOBEYE, MUTUALLOGISTICS, NIELSEN, NP MERCHANDISING, NUMSIGHT, OPTIMARK, PARABELLUM, PECLERS PARIS, PICXYZ, POMELO, POOLING PARTNERS, REED MIDEM MAPIC, RETAIL AND DETAIL, ROAMLER, SAGUEZ PARTNERS, SAS INSTITUTE, SEGMENTS, SES IMAGOTAG, SHIPPEO, SHOPPER INTELLIGENCE, SHOPPERMIND, SIMON et ASSOCIES, SITOUR, SMART WORLD SHOPPER, SOFRIOLOG, SORAP, SPI, SPRINGS AND BOTTLES VENTURE, STORIES DESIGN, STRADA MARKETING, SYMPHONY RETAIL AI, TCC, TILKAL, TRANSALLIANCE SERVICE, TRANSPARENCY ONE, TRANSPOREON, UNIBAIL RODAMCO, UNTIE NOTS, VIRAGE CONSEIL, VOXMINING, WEVIOO, WINMINUTE, XPO SUPPLY CHAIN

# L'ÉQUIPE



Xavier  
**HUA**  
Directeur  
Général

Comité et GT  
Supply Chain



Emilie  
**CHALVIGNAC**  
Directrice des  
Opérations

Comité Retail  
GT Zéro rupture,  
Suivi des marchés, CHD,  
économie circulaire



Françoise  
**ACCA**  
Consultante  
Formatrice

GT E-commerce  
GT Proximité  
GT Promotion  
Formation



Sylvie  
**GUINGOIS**  
Responsable  
Etudes

Baromètre de la  
Consommation  
Etudes IdC  
Cycleapp

INSTITUTDUCOMMERCE.ORG

14 rue Magellan - Paris 8<sup>ème</sup>

Tel. 01 56 89 89 30 [idc@institutducommerce.org](mailto:idc@institutducommerce.org)