



# Quoi de neuf à l'Institut du Commerce?



# UNE OFFRE D'ACTIVITES à 360°

Réservé aux membres (ou en avant première)

## REFLECHIR



**les ATELIERS DE REFLEXION PROSPECTIVE** : décrypter les tendances et signaux faibles, actionner les leviers adéquats pour répondre aux besoins émergents

## PARTAGER



**Les MATINALES DE L'IDC (Innolab et Expert)** : Un rendez-vous mensuel convivial pour découvrir les innovations des partenaires de l'Institut du Commerce et des startups

**les CONFÉRENCES** : partager des retours d'expérience, donner perspective et vision, échanger avec ses pairs

**Les SIRIUS** : les meilleures pratiques collaboratives pour mieux satisfaire les besoins des consommateurs, optimiser la chaîne de valeur et redonner du sens à l'entreprise

**les RETAIL TOURS** : vivre et décoder les nouvelles expériences clients

**les FORMATIONS** : s'approprier les bonnes pratiques



## ANALYSER

**les GROUPES DE TRAVAIL ECR** : produire les outils méthodologiques et les bonnes pratiques de la relation industrie-commerce, les mettre à disposition en exclusivité aux membres

**les ETUDES** : comprendre les besoins des shoppers sur des thématiques innovantes

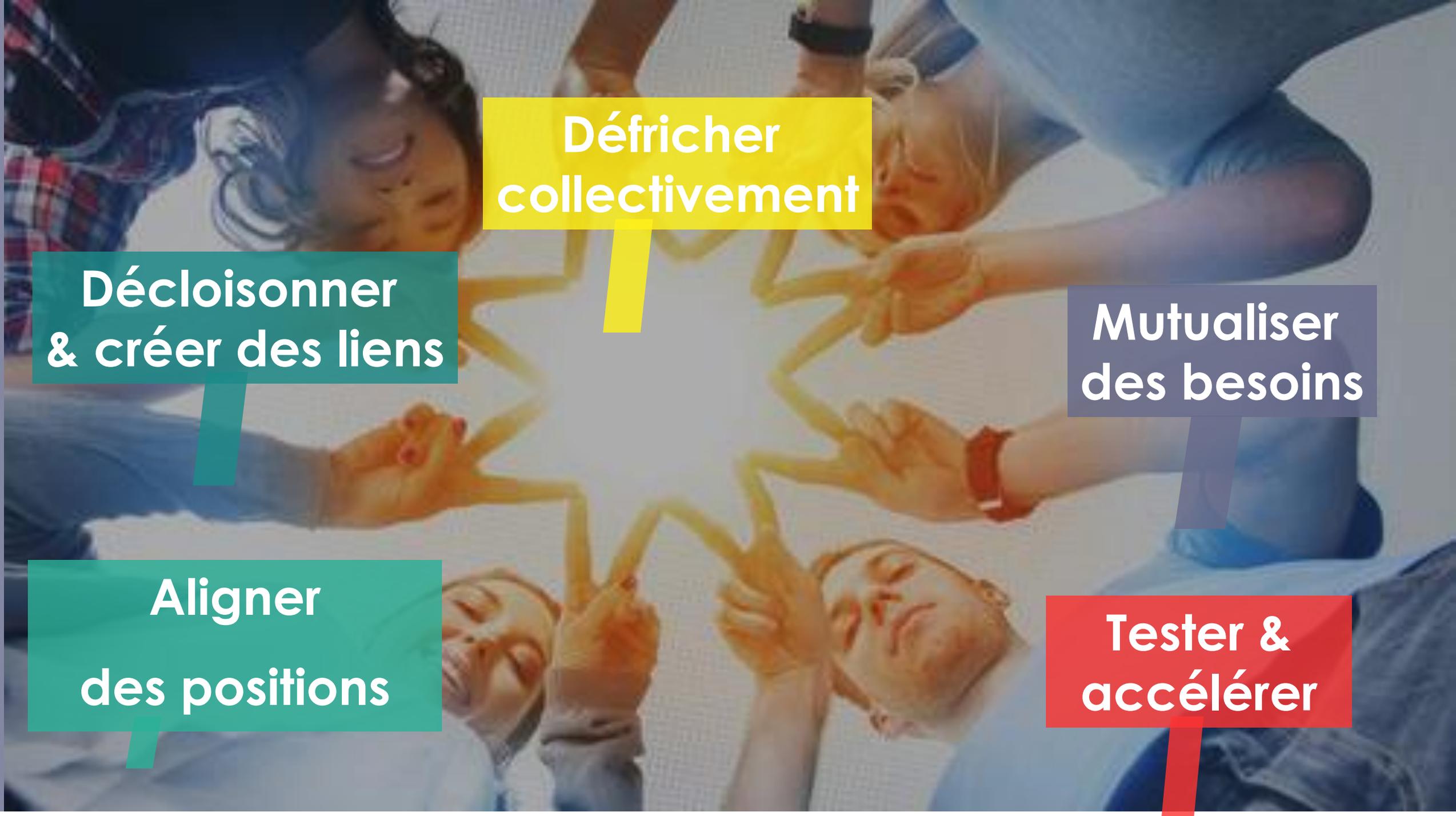


## FORMALISER

**les BAROMETRES** : mesurer les évolutions de la consommation et le degré de mise en œuvre des bonnes pratiques

**les LIVRES BLANCS** : faire émerger les processus créateurs de valeur et les mettre à disposition des adhérents

**les ENQUETES** : évaluer le degré de maturité ou de mise en œuvre des pratiques des adhérents



**Défricher  
collectivement**

**Décloisonner  
& créer des liens**

**Mutualiser  
des besoins**

**Aligner  
des positions**

**Tester &  
accélérer**

# COMMENT OPTIMISER LA RELATION AVEC L'INSTITUT DU COMMERCE?

inscrivent ou  
plusieurs  
vous voulez

- Vous êtes un acteur clé pour relayer ces travaux en interne, et auprès de vos partenaires

impliquer vos  
équipes, dans  
vous n'êtes

- Contactez-nous pour faire un point individualisé sur vos
- Inscrivez-vous trop tard ! Les

pas encore  
adhérent?

groupes de travail sont ouverts toute l'année aux nouveaux

Vous êtes  
Retrouvez  
prestataire?  
toutes les

- Découvrez la présentation qui vous est dédiée
- Dans nos newsletters

activités de  
l'Institut du

- Sur notre site <https://institutducommerce.org>

l'Institut du

Merchandising  
**Stéphanie CONTINI** - D'Aucy  
**Franck BALLANGER** - Ricard



# ORIGINES DES ATELIERS SUR LE MERCHANDISING

- *Le merchandising dans l'ADN de l'Institut du commerce*
- *Une fonction mal considérée... pourtant vitale*
- *Besoin de revaloriser le travail du fond de rayon vs la promotion*
- *Une collaboration industrie-commerce insuffisante et inefficace*



# COMMENT REINVENTER LE MODELE DU MERCHANDISING COLLABORATIF?

---

- *PARTAGE DES VISIONS STRATEGIQUES long terme des partenaires*
- *Promouvoir la DEMARCHE CATEGORIELLE*
- *PLUS De MOYENS pour l'application au niveau local*
- *MESURE et PARTAGE DES RESULTATS*
- *Réinventer les MODES DE TRAVAIL*



# COMMENT L'IDC PEUT ACCOMPAGNER LE MERCHANDISING COLLABORATIF?

- **Rédaction d'un *LIVRE BLANC* regroupant les bonnes pratiques**
- **Animation d'une *COMMUNAUTE* merchandising**



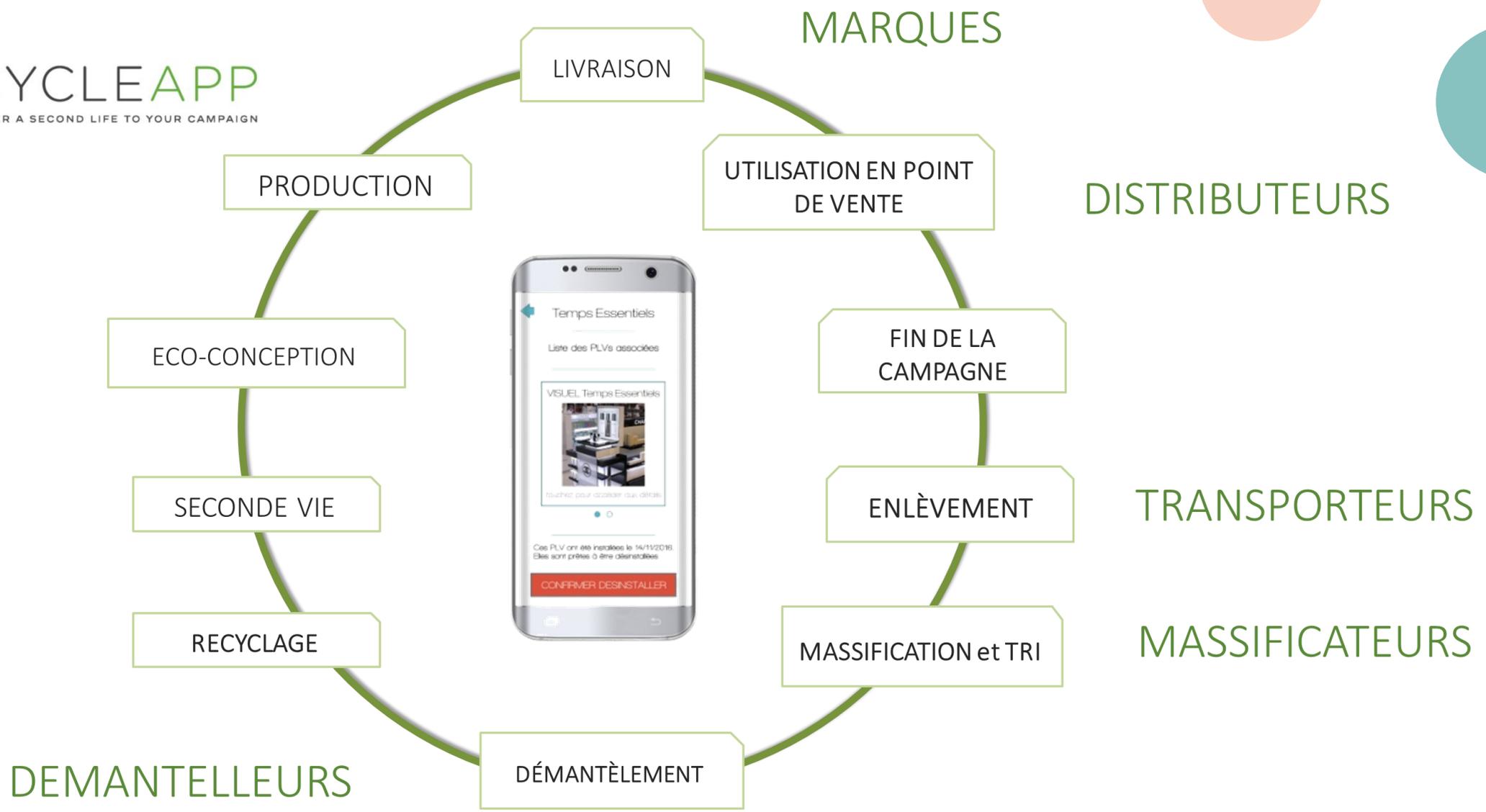
## Réunion du 21 juin

- Tableau sur les organisations Merch par centrale »
- Cartographie des outils de merchandising
- Atelier de réflexion prospective sur le magasin de demain...

Parfumerie Sélective  
**Xavier Fiorina** - Chanel



# CYCLE APP : ECOCONCEPTION ET RECYCLAGE DES PLV DANS LE SECTEUR DE LA PARFUMERIE SELECTIVE







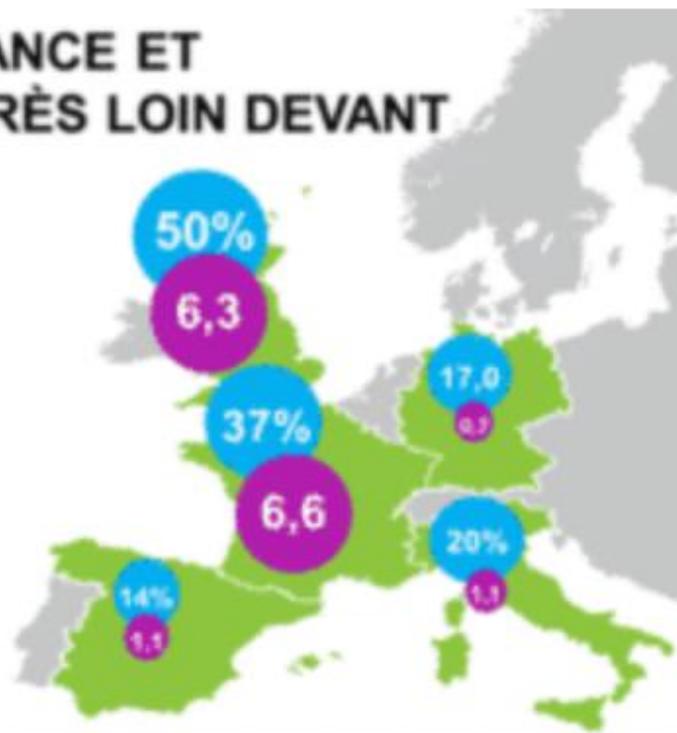
E-Commerce & Drive  
**Laurent Besnier** – Mars



# FRANCE : N°1 PDM ACHAT GRANDE CONSO ONLINE EN EUROPE MAIS ... ENCORE LOIN EN PENETRATION

## EN EUROPE, FRANCE ET ROYAUME-UNI TRÈS LOIN DEVANT

Taille de clientèle et part de marché  
valeur du e-commerce sur les POC



Source : Nielsen Homescan 2017



Process d'achat compliqué



Faible choix de produits



Frais de livraison (pour le LAD)



Controler la qualité et la fraîcheur du produit

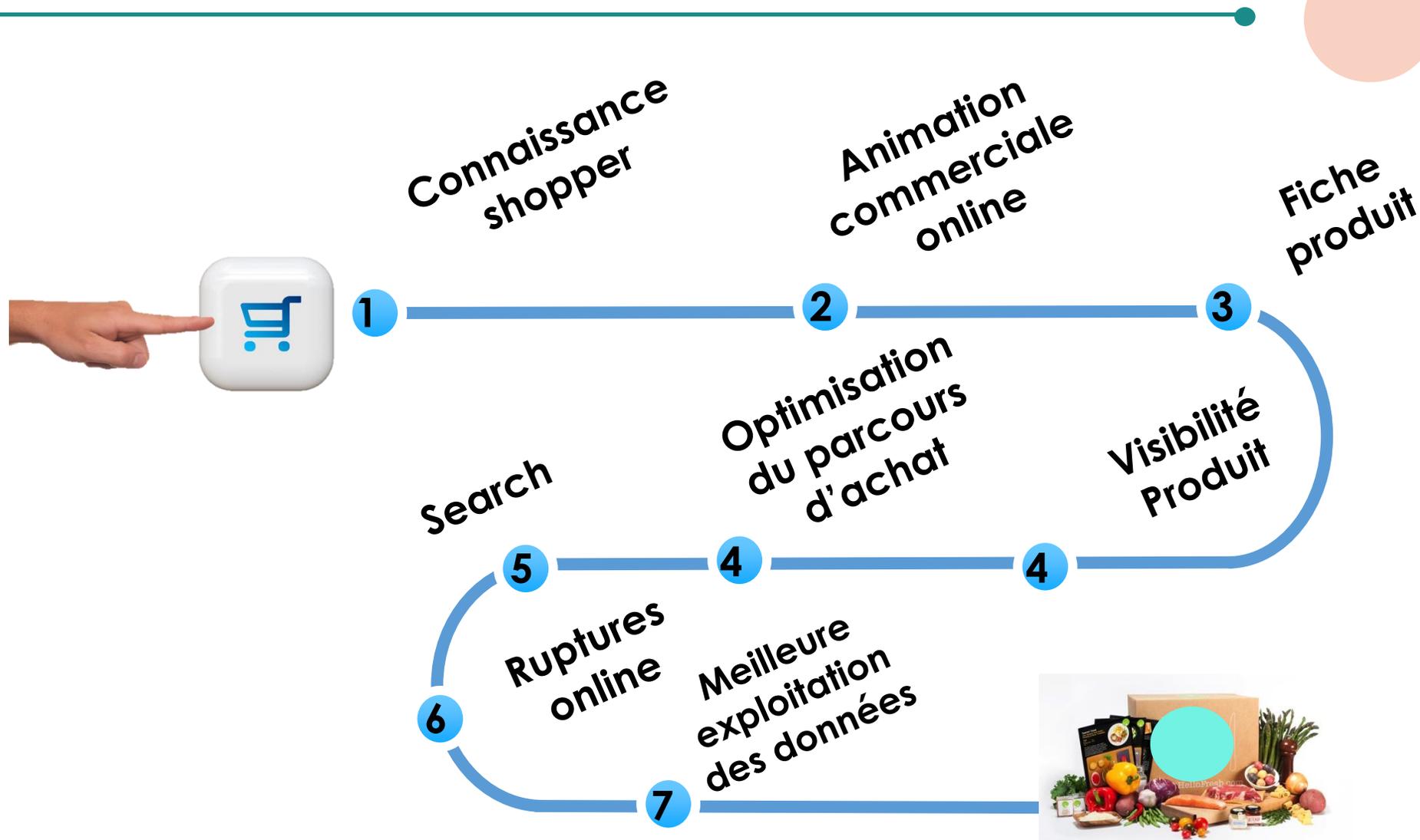


Service peu satisfaisant (rupture, produit de substitutions)



Mauvais produit commandé/ oublié de produit car pas tous les rayons visités

# 8 CHANTIERS PRIORITAIRES



# LES PILIERS DELIVRES

---

01

AB TEST  
E- MERCH

02

FICHE  
PRODUIT

03

ANIMATION  
COMMERCIALE

04

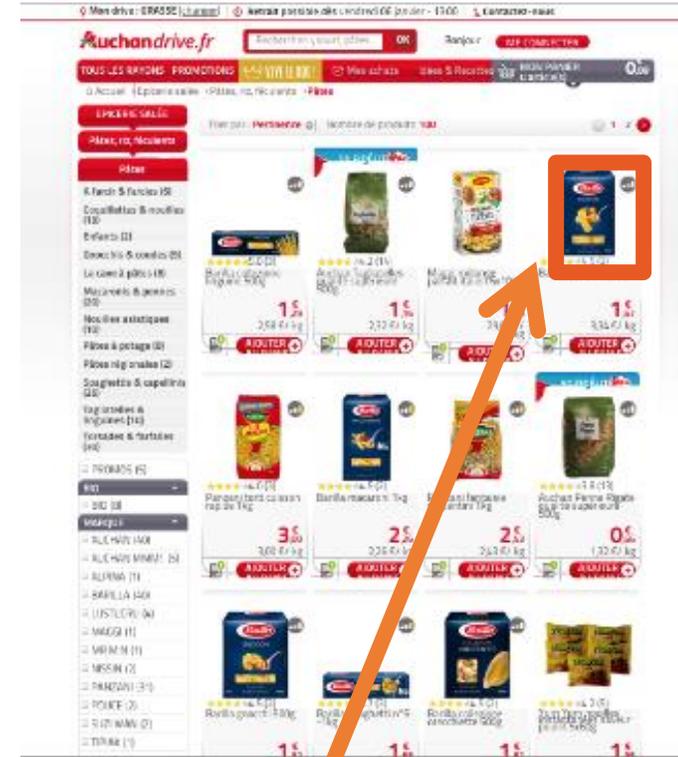
ETUDE  
SHOPPER

# AB TEST DE FEVRIER-MARS 2018



A

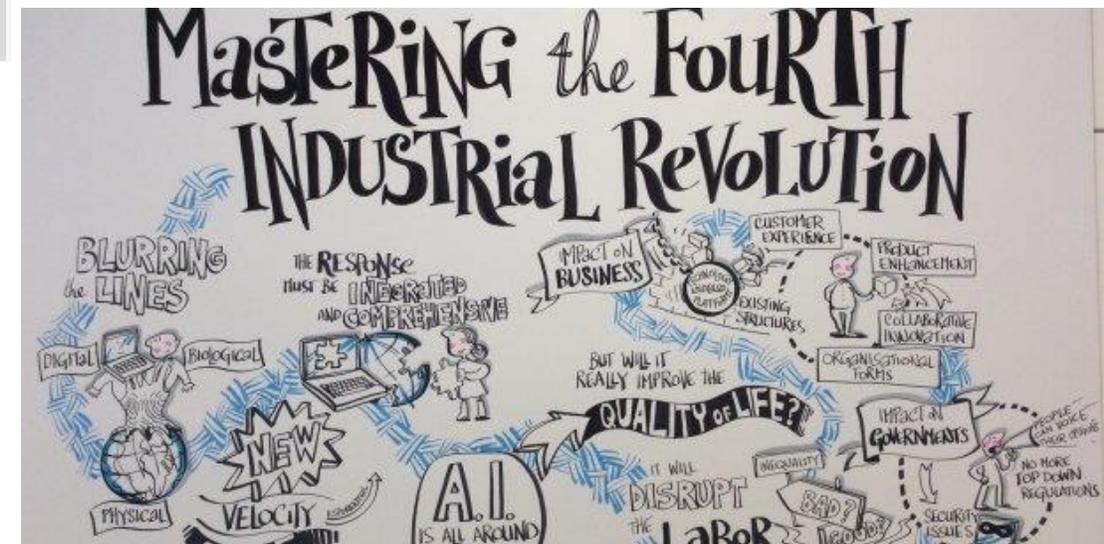
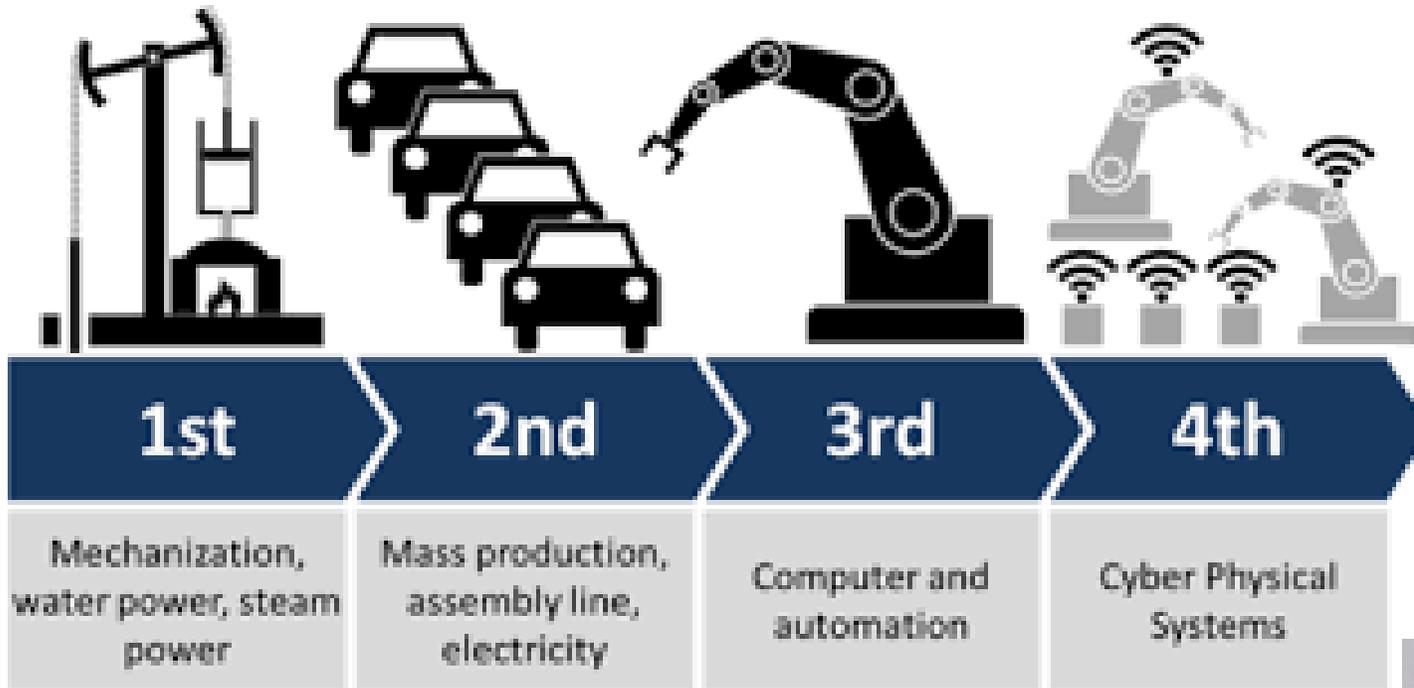
le produit est dans le rayon



B

le produit est en première ligne avec un ZIZI panpan

# DEVENEZ UN ACTEUR CLE DU CHANGEMENT





# PLANNING IdC 2018

## CONFERENCE

- 26 juin : E-commerce & Omnicanal
- 20 septembre : Proximité
- 11 octobre : Animation commerciale
- 8 novembre : Cérémonie des SIRIUS

## ATELIER DE REFLEXION PROSPECTIVE

- 5 juin : Catman omnicanal
- 14 juin : Fonctionnement et mise en place des technologies prédictives pour le calcul des prévisions de vente
- 21 juin : Les nouveaux enjeux du merchandising
- 5 juillet : Comment mieux répondre aux attentes de 4 cibles mal connues : les séniors?

## GROUPES DE TRAVAIL, RETAIL TOURS, FORMATIONS...

Dates sur [www.institutducommerce.org](http://www.institutducommerce.org)