



Sophie NONET  
Directrice Solutions

**IRI**



Patrick CLEMENT  
Responsable  
Développement

**Data Solutions &  
Retail Explorer**

## Combien coûtent les ruptures en drive ? Et comment les contrer ?



# Combien coûtent les ruptures en drive ? Et comment les contrer ?

Sophie NONET : Directrice Solutions IRI

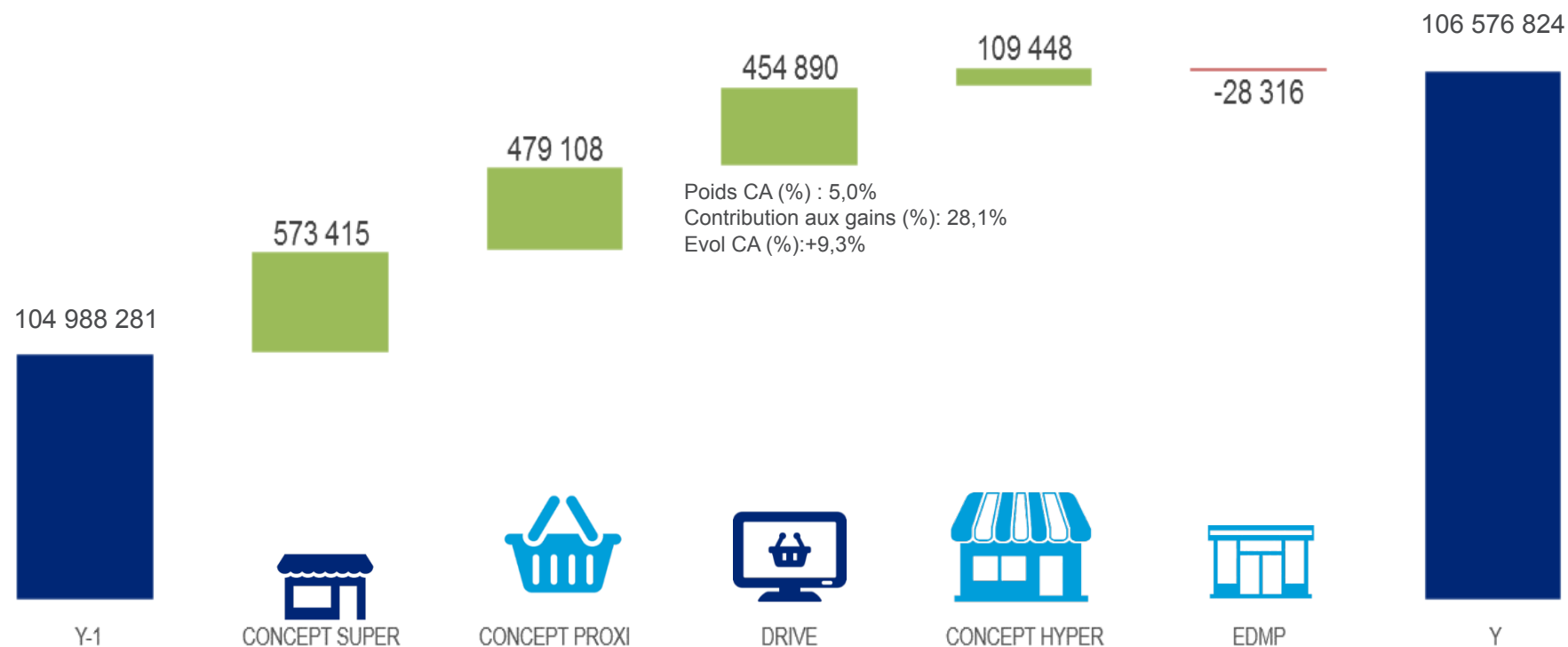
Patrick CLEMENT : Responsable de Développement  
Data Solutions / Retail Explorer



## En préambule, quelle santé du drive ?

Le drive représente la plus forte croissance CA sur cette dernière année, et est le 3ème circuit contributeur

### Décomposition des gains CA K€ – PGC Tous circuits - CAM P05 2018



## En préambule, quelle structure du drive vs HM ?

Un assortiment bien plus court en drive qu'en HM

### Comparatif du drive et des HM CAM P05 2018



**4 350 points de  
ventes**

**2 220 points de  
ventes**



**26 K€ par mag  
par semaine**

**475 K€ par mag  
par semaine**



**2 600 ref en  
moyenne**

**17 900 ref en  
moyenne**





## Agenda de la présentation

**Quelle quantification des ruptures en drive ?**

**Sont-elles homogènes ou hétérogènes ?**

Selon les catégories

Selon les périodes

Selon les enseignes

Selon les magasins



## Méthodologie

### IRiDOOS

#### Le principe :

Calculer le manque à gagner lié aux ruptures à partir des données de ventes quotidiennes de chaque magasin.

Le calcul est basé sur les rotations historiques, les jours de non ventes, les promotions et la saisonnalité

#### Les mesures :

**Taux de ruptures** : Part des références en ruptures

**Taux de ruptures valeur** : % de CA perdu lié aux ruptures

**CA perdu** : CA perdu lié aux ruptures

### DATASTORE

#### Le principe :

- Enseignes qui signalent la rupture (constat)
- Enseignes qui ne signalent pas, calcul des variations d'assortiment, les produits qui sont supprimés du sites et qui le réintégrer avant 15 jours sont considéré comme des ruptures.

#### Les mesures :

**Taux de ruptures de l'offre**: Part des références en ruptures versus l'assortiment total

## Quelles ruptures en drive?

Plus de 5% du CA du drive est perdu à cause des ruptures, en croissance sur le court terme

### Taux de ruptures en drive & CA perdu

**10,9%**

Taux de ruptures en drive  
+0,2 pt sur le début d'année

**5,9%**

Taux de ruptures de l'offre

**5,4%**

Taux de ruptures en valeur drive  
+0,3 pt sur le début d'année

**124 M°€**

CA manqué lié aux ruptures

Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories) & HM



## Quelles ruptures en drive vs les HM ?

Comparativement aux HM, les points de vente drive sont 30% plus rupturistes en valeur

### Taux de ruptures en drive vs HM

#### Taux de ruptures



10,9%



7,3%

Indice 150

#### Taux de ruptures Valeur

5,4%

4,1%

Indice 130

Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories) & HM

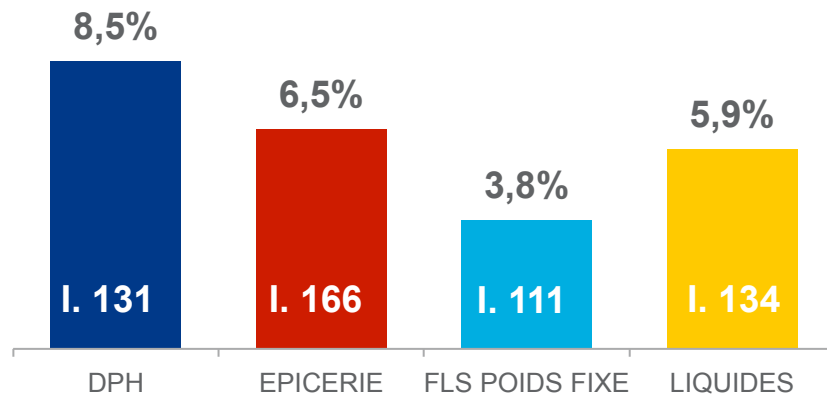




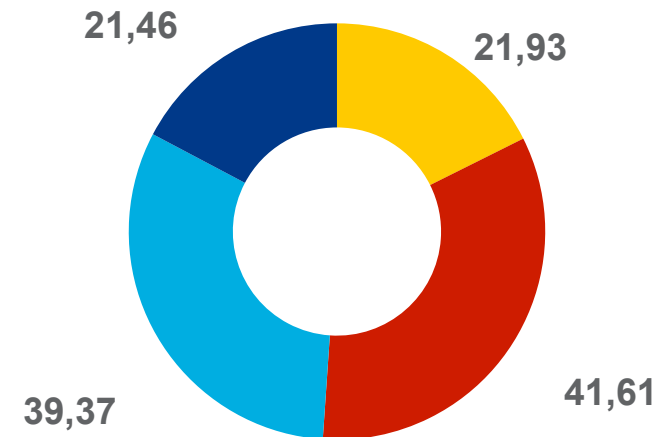
## Quelles ruptures selon les départements ?

Le DPH est le plus rupturiste en taux. En masse, l'épicerie pèse le plus lourd et est le plus décalé face aux HM

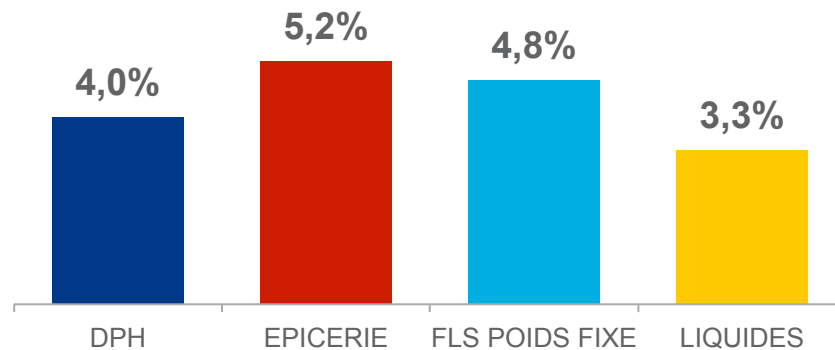
Taux de ruptures valeur en drive  
Indice vs HM



CA perdu (M€)



Taux de rupture de l'offre





**1 catégorie en drive, c'est en moyenne :**



**26 Millions € de CA annuel**

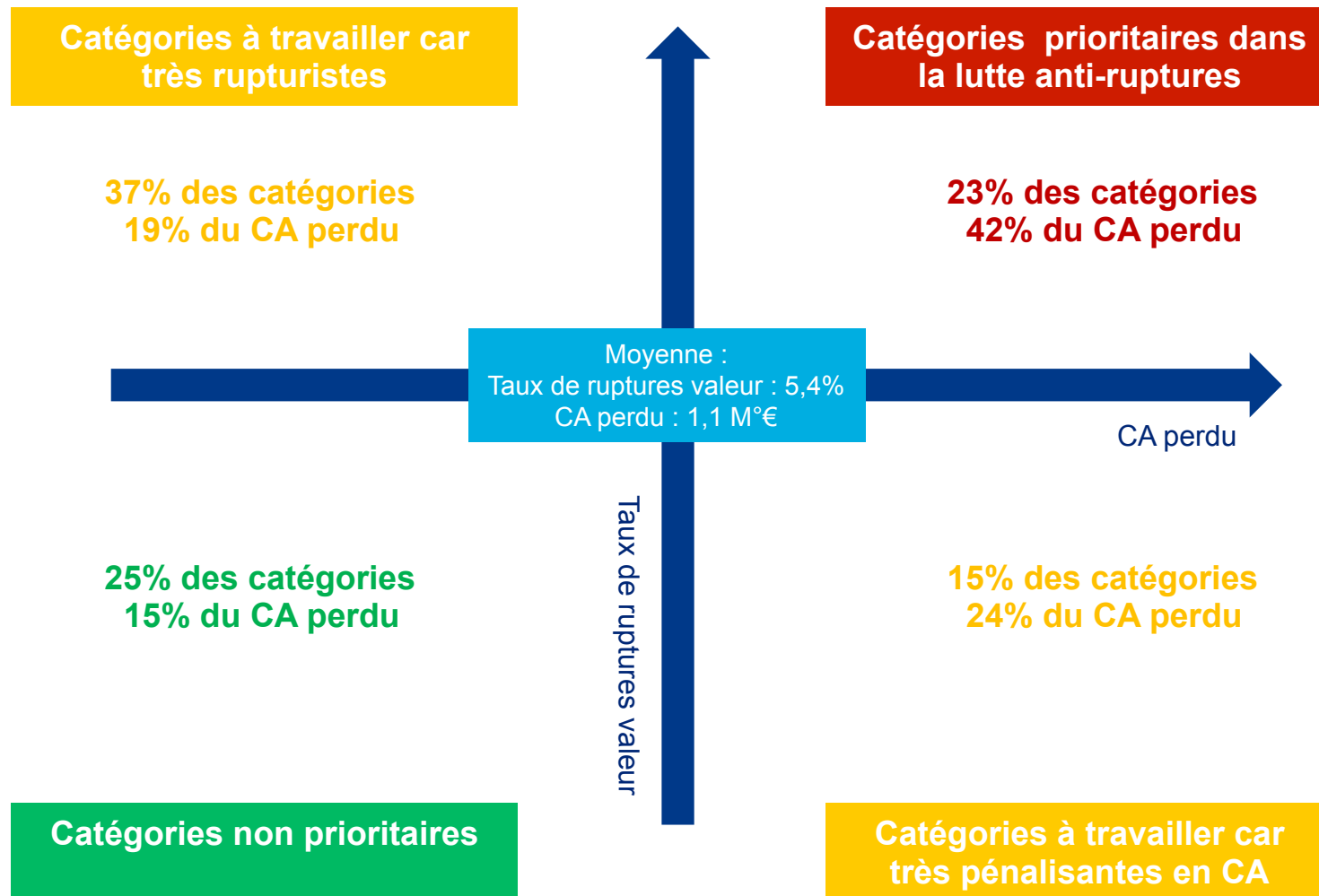


**5,4 % de taux de ruptures valeur  
1,1 M°€ de CA perdus lié aux ruptures**

Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories)

## Quelles catégories prioriser dans la lutte anti-ruptures ?

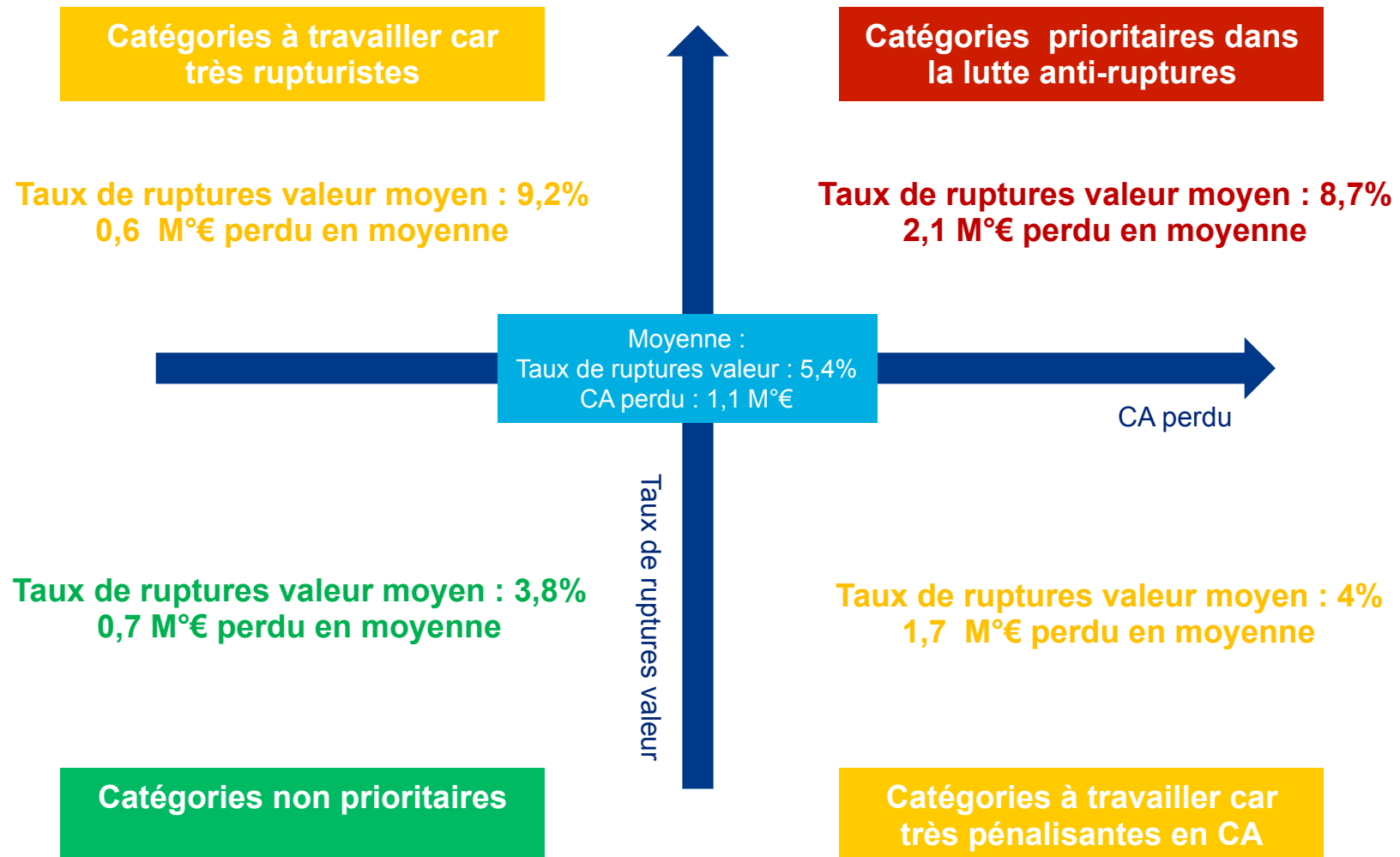
23 % des catégories (25 catégories) représentent plus de 40% du CA perdu



Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories)

## Quelles catégories prioriser dans la lutte anti-ruptures ?

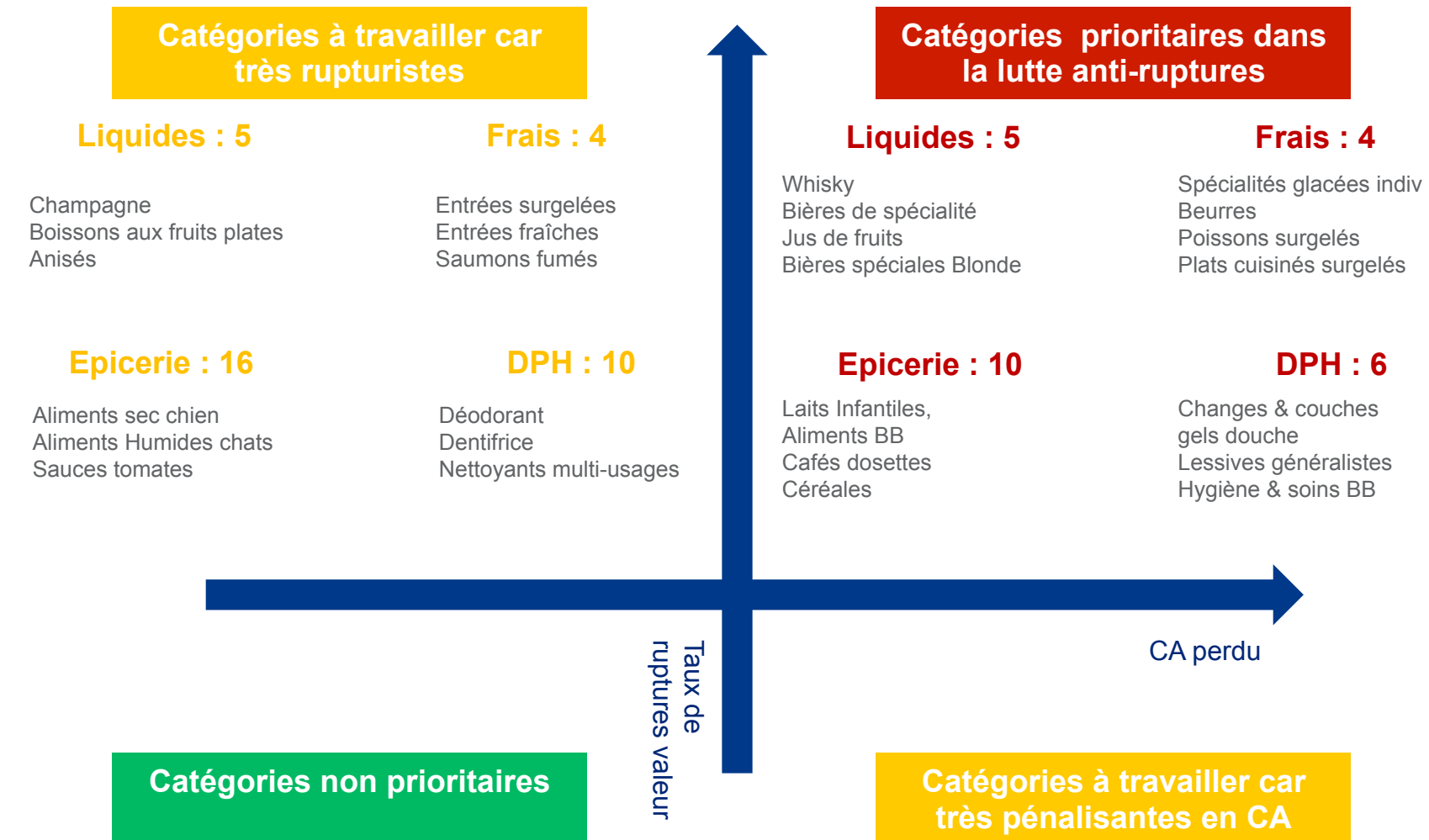
Sur ces 25 catégories, le taux de rupture moyen est de près de 9%



Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories)

# Quelles catégories prioriser dans la lutte anti-ruptures ?

Top catégories les plus rupturistes par rayons



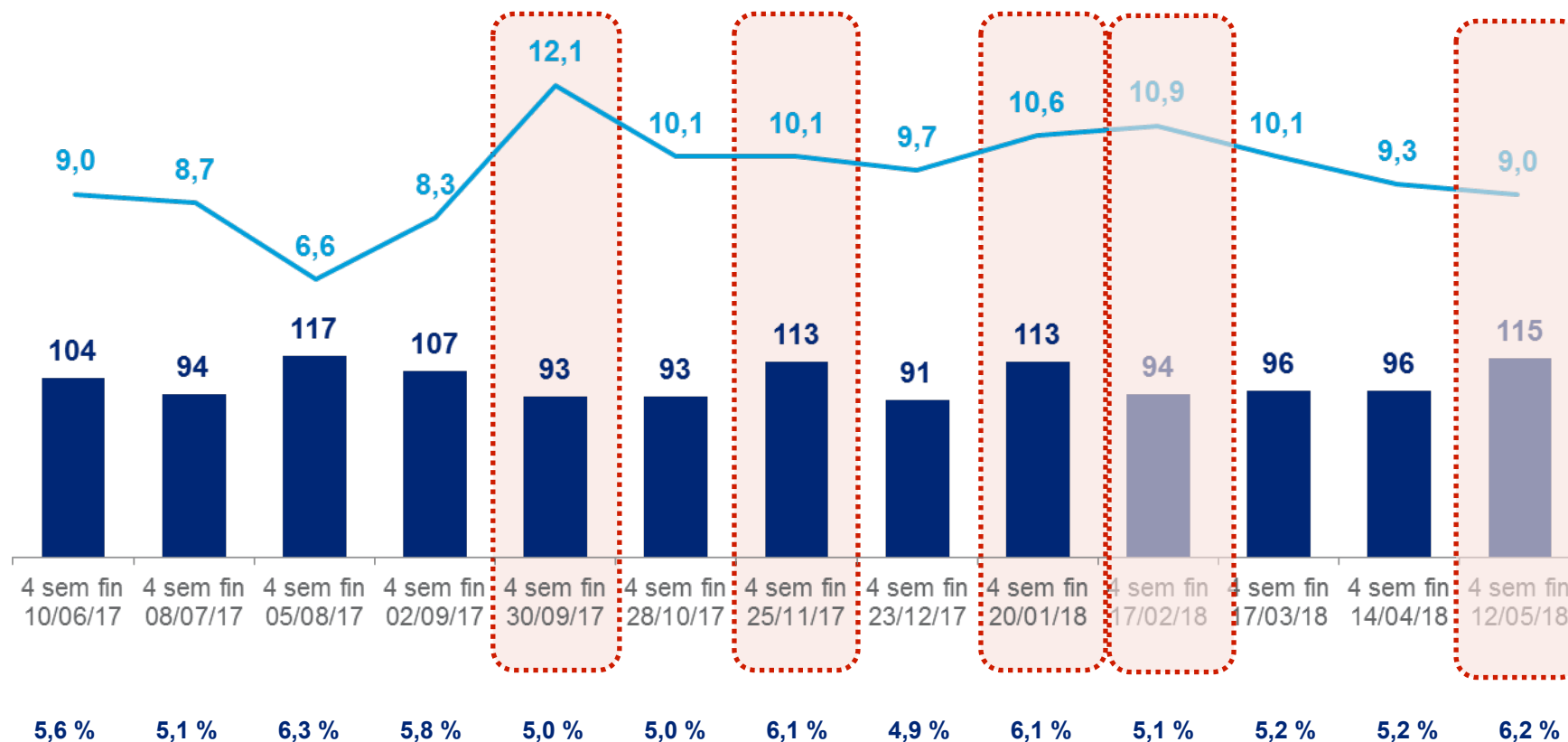
Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
 Drive (110 catégories)



## Quelles périodes prioriser dans la lutte anti-ruptures ?

5 périodes sont prioritaires : Septembre / Novembre / janvier & Février / Mai

Indice de taux de ruptures & masse de ruptures (M°€) en E-commerce au mois le mois



Moyenne en taux de rupture valeur : 5,4%  
Moyenne en enjeux : 9,5 M°€

Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories)

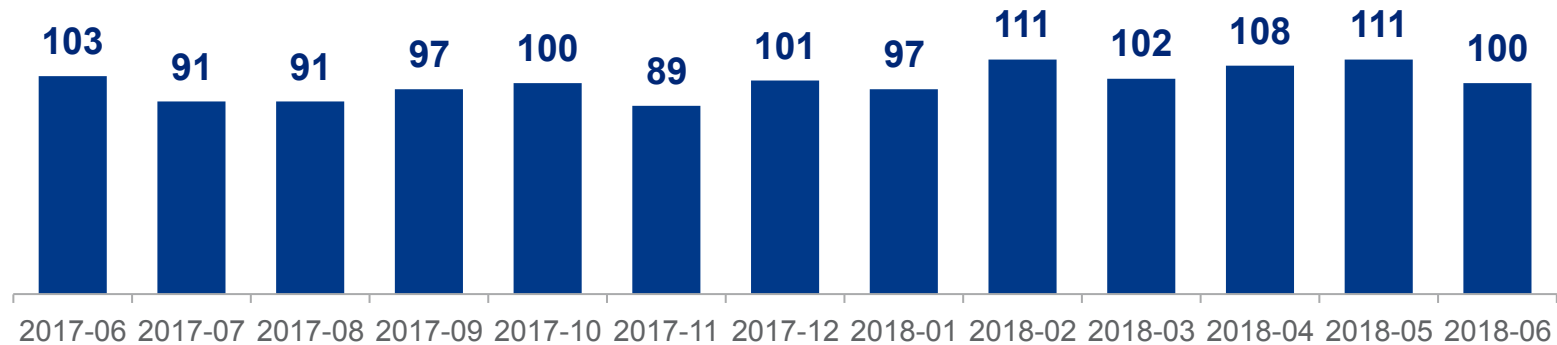




## Quelles périodes prioriser dans la lutte anti-ruptures ?

Des actions à cibler selon les périodes & les catégories

Rupture de l'offre par période

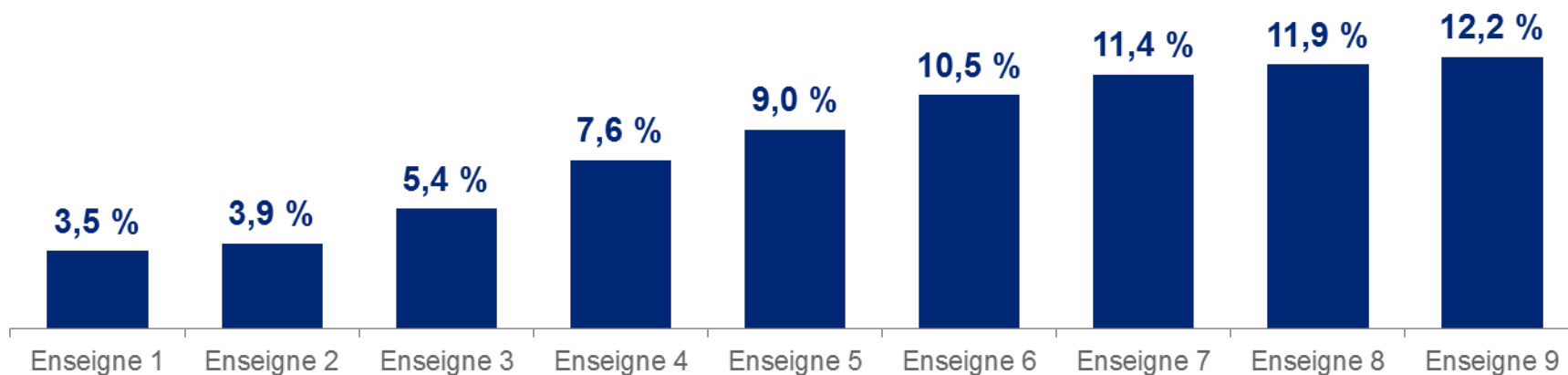


DPH	102	78	81	110	116	90	101	94	124	105	101	99	93	100
EPICERIE	91	85	89	94	103	102	111	105	125	101	91	104	92	100
FLS POIDS FIXE	105	97	95	94	93	86	97	97	103	103	116	114	103	100
LIQUIDES	105	91	97	92	99	88	107	93	108	93	102	125	109	100

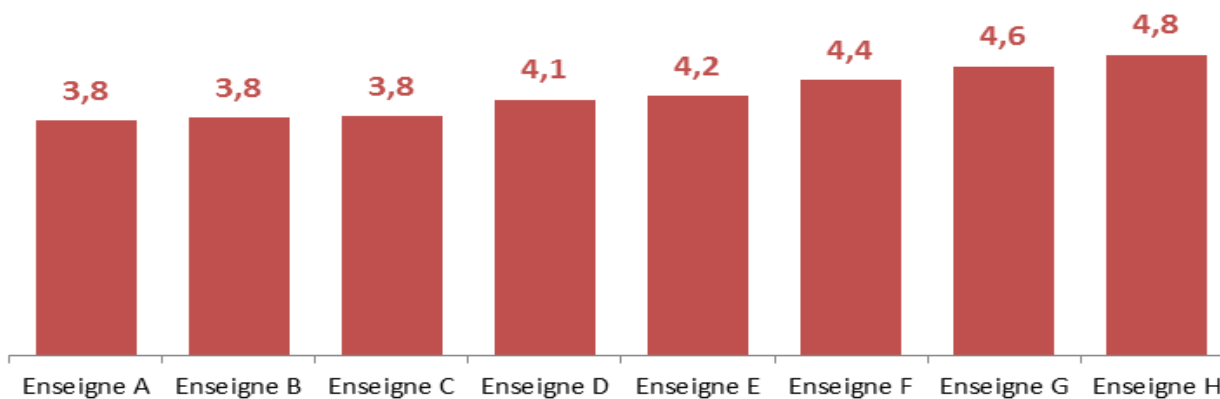
## Y a-t-il des différences par enseigne dans la lutte anti-ruptures ?

Très forte disparité entre les enseignes → x3,5 entre le taux le plus bas et celui le plus haut (vs x 1,5 en HM)

taux de ruptures valeur par enseigne de drive



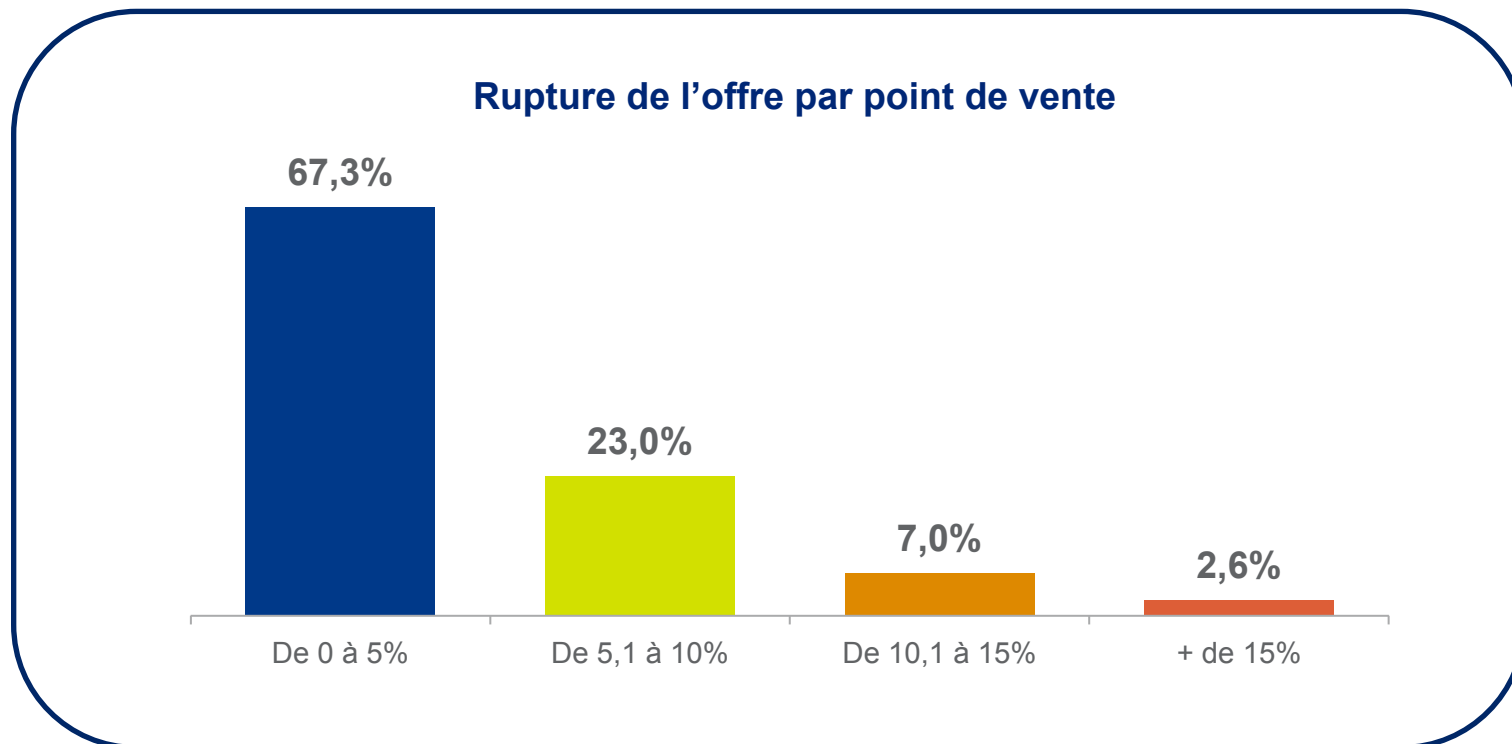
Taux de ruptures valeur par enseigne HM



Source : étude DOOS- CAM fin 12 mai 2018  
Drive (110 catégories)

## Y a-t-il des différences par point de vente dans la lutte anti-ruptures ?

Très forte disparité entre les points de ventes également





## QUE RETENIR ?

### CIBLER LES ACTIONS EST PRIORITAIRE

**La rupture coute cher** en drive : 5,4% du CA est perdu, ce qui représente **124 M°€**.

**Cibler les actions anti-ruptures** est essentiel du fait de la très forte hétérogénéité

