



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

Comité Retail & Comité Supply Chain : 10 à 15 membres industriels, distributeurs et partenaires construisent la feuille de route des activités



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

InnoLaB : accompagner l'innovation

SIRIUS: récompenser les succès

Formations : diffuser les bonnes pratiques collaboratives

Retail Tour : observer les nouvelles tendances

RÉFLÉCHIR - ANALYSER - FORMALISER

L'agenda des réunions est disponible sur le site institutducommerce.org

ATELIERS DE REFLEXION PROSPECTIVE

(sous réserve de modifications)

Optimisation Transport (22 janvier) | Le partage de l'information Produit (5 février) | Restaurer la confiance des consommateurs (7 février) | Supply Chain Roadmap 2019 (14 mars) | Category Management omnicanal (26 mars) | Les enjeux du partage de données pour les DG (à définir) |

GROUPES DE TRAVAIL

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

SUPPLY CHAIN : Livraison urbaine | Conditions et Qualité de la livraison | Tracking et IoT | Zéro Rupture | OSA & Shrinkage (avec ECR Community)

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

SPECIALISTES : Jouet | Bricolage | Parfumerie Sélective | Electroménager

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)

BAROMETRES

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

PARTAGER

Le programme détaillé est disponible sur le site institutducommerce.org

CONFERENCES

(sous réserve de modifications)

La Journée du Merchandising *(29 janvier)*
Retail : les stratégies par enseigne *(28 mars)*
Journée Partage & Prospective : la vitrine de l'IdC *(23 mai)*
e-commerce et omnicanal *(27 juin)*
Proximité *(26 septembre)*
Promotion & Animation commerciale *(17 octobre)*
Cérémonie des SIRIUS *(14 novembre)*

RETAIL TOURS

(sous réserve de modifications)

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

FORMATIONS

(sous réserve de modifications)

Efficacité des promotions *(à définir)*
Successful Category Management *(1^{er} et 2 avril)*

LES AVANTAGES RÉSERVÉS AUX MEMBRES

Le barème de cotisation 2019 est identique à celui de 2018, il est disponible sur le site 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)

31 DISTRIBUTEURS

ADEO (Leroy Merlin, Weldom, Bricoman), AUCHAN Retail, BRICO Belgium, 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, NATUREO, NOCIBE, PHARMACTIV / OCP, PICARD, SC GALEC, SCHIEVER, SCHMIDT GROUPE, SEPHORA, SYSTEME U, TOTAL MKG SERVICE

81 INDUSTRIELS

AKZO NOBEL, ANDROS, ARLA FOODS, AXIANE MEUNERIE, BACARDI, BEIERSDORF, BIC, BLEDNA, BONDUELLE, CANDIA, CHANEL, COCA COLA European Partners, COLGATE PALMOLIVE, CRISTAL CO, CROUSTIFRANCE BENELUX, DANONE EAUX, DANONE PF, D'AUCY, DAUNAT, ECKES GRANINI, EDGEWELL, ESSITY, ESTEE LAUDER, EURIAL, FERRERO France, FINDUS, FJP (Mattel, Hasbro, Lego, Playmobil, Bandai, Vtech), FLEURY MICHON, FRANCAISE DES JEUX, FROMAGERIES BEL, GALLIANCE ELABORES, GOUTERS MAGIQUES, GUERLAIN/DIOR, HANES, HARIBO, HEINEKEN ENTREPRISE, HENKEL, INTERSNACK, JACOBS DOUWE EGBERTS, JOHNSON&JOHNSON Santé Beauté, LABEYRIE, LA FOURNEE DOREE, LAITERIE SAINT PÈRE, LBD MAISON, LINDT, L'OREAL, MARIE BRIZARD WINE & SPIRITS, MARS CHOCOLAT, MARS PETCARE FOOD, MARTINIQUAISE, MATERNE, Mc CORMICK France S.A.S, MERISANT, M INDUSTRIE, MOET HENNESSY DIAGEO, NESTLE France, NUTRIXIA (Delifrance), ORANGE, ORANGINA SCHWEPPEES France, PANZANI, PEPSICO, PERNOD S.A., PETIT NAVIRE (THAI UNION), PHILIPS LIGHTING, PUIG, RANA, RAYNAL ET ROQUELAURE, RIAN, RICARD, SAINT HUBERT, SAVENCIA BONGRAIN, SODEBO, SOLINEST, SONY Interactive Entertainment, TEISSEIRE, TRIBALLATNOYAL, UNIBAL, UNILEVER France, WERNER&MERTZ

97 PARTENAIRES

ACTEOS, AGENCE CROSS, AGOV (LaComDigitale), AGRO DEVELOPPEMENT, AKDV, ALKEMICS, ARMADA (EDELVI), ARMIS, ARTHUR LOYD LOGISTIQUE, ATMOSPHERES, B&B MARKET, BEBETTER&CO, BEMYEYE, BLUBIZA, BONIAL, BRAND LOYALTY, BUDGET BOX, CA.COM, CAMELEON GROUP, CATALINA, CCI PARIS IDF, CHEP, CLIC2BUY, CONTAINER CENTRALEN, COSPIRIT, CPM France, CRITEO, DATA IMPACT, DATASOLUTIONS, DDS LOGISTICS, DIAGMA, DIAM INTERNATIONAL, DISTRICOM, DISTRIPLUS, DS SMITH PACKAGING, DUNNHUMBY, EMNOS, ESG, ESSCA, ESSEC, FM LOGISTIC, GENERIX, HAROPA, HIGHCO, IER, IMPACT (IFMG), IMPP, INTERLOG SERVICES, IRI, JPG CONSEIL, KANTAR, KLEE COMMERCE, LA POSTE, LUCKY CART, MARKETING SCAN, MEDIA PERFORMANCES, MOBEYE, MUTUALLOGISTICS, NEFAB, NIELSEN, NP MERCHANDISING, NUMSIGHT, PARABELLUM, PECLERS PARIS, PICXYZ, PILOTES PLV, POOLING PARTNERS, REED MIDEM MAPIC, RETAIL AND DETAIL, ROAMLER, SAGUEZ PARTNERS, SAS INSTITUTE, SEGMENTS, SES IMAGOTAG, SHIPPEO, SHOPPER INTELLIGENCE, SHOPPERMIND, SIMON et ASSOCIES, SITOUR, SOFRILOG, SORAP, SPI, STORIES DESIGN, STRADA MARKETING, SYMPHONY RETAIL AI, TCC, 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
GUNGOIS
Responsable
Etudes

Baromètre de la
Consommation
Etudes IdC
Cycleapp

INSTITUTDUCOMMERCE.ORG

14 rue Magellan - Paris 8^{ème}

Tel. 01 56 89 89 30 fdc@institutducommerce.org