

L'Essentiel de l'IdC



Septembre 2019

Comment regagner la confiance des consommateurs ?

Les membres de l'Institut du Commerce ont identifié « les 7 piliers de la confiance pour réinventer une manière de vendre sincère ».

Le commerce, comme bien d'autres secteurs tels que la banque ou la santé, n'échappe pas au contexte de défiance généralisé envers les institutions et les acteurs établis. Les consommateurs citoyens recherchent plus de transparence mais aussi plus de cohérence entre les pratiques des entreprises, leur raison d'être et l'impact environnemental et sociétal de leurs produits.

Les publications, issues des ateliers de réflexion prospective menés en début d'année dans un mode collaboratif entre enseignes, industriels et prestataires de service, s'inscrivent dans la vision de l'Institut du Commerce pour accompagner la transition vers un commerce fluide, honnête et responsable.

[Pour en savoir plus...](#)

Origine des travaux : ateliers de réflexion prospective février et avril 2019

Sociétés participantes : Auchan, Cora, Blubiza, ESSCA, Française des Jeux, Intermarché, IRI, La Poste, L'Oréal, Nestlé, Système U

Intervenants : Kantar Worldpanel, Sociovision, We are Futerra, Scan up, Siga, Utopies

Plus d'information : [bilan et présentation de l'atelier 1](#), [bilan et présentations de l'atelier 2](#) (réservé aux adhérents)

A propos de l'Institut du Commerce

L'Institut du Commerce est la seule plateforme de partage permettant à tous les acteurs du commerce de travailler ensemble sur l'intégralité de la chaîne de valeur (de la Supply Chain au merchandising) pour répondre efficacement et de façon responsable aux attentes des consommateurs. Né en 2017 du regroupement de l'IFLS, de l'IFM et d'ECR France, l'Institut du Commerce est un think&do tank collaboratif qui anime et crée des passerelles au sein de son réseau de plus de 200 sociétés issues de 15 secteurs commerciaux différents.

- Il décrypte les signaux faibles (tendance conso, technologies, marchés...).
- Il partage les clés d'un avenir responsable du commerce et de la Supply Chain.
- Il formalise les bonnes pratiques opérationnelles les plus novatrices
- Il favorise les relations industrie-commerce apaisées.

Toutes les plus grandes marques et enseignes font partie de sa communauté d'adhérents et contribuent à la richesse de ses travaux collaboratifs.

Parmi les 9 piliers qui rendent l'institut du Commerce unique dans le paysage associatif français, l'implication de ses adhérents, tous niveaux fonctionnels et hiérarchiques confondus est indéniablement une force. L'Institut du Commerce est dirigé par Xavier Hua, et coprésidé par Vincent Arnault (Carrefour) et Marc Butot (Nestlé).

<https://institutducommerce.org>
01 56 89 89 30

xavier.hua@institutducommerce.org - Directeur Général
emilie.chalvignac@institutducommerce.org – Directrice des Opérations

©Institut du Commerce 2019

LE THINK&DO TANK COLLABORATIF DE TOUS LES PROFESSIONNELS POUR CO-CONSTRUIRE LE COMMERCE DE DEMAIN