



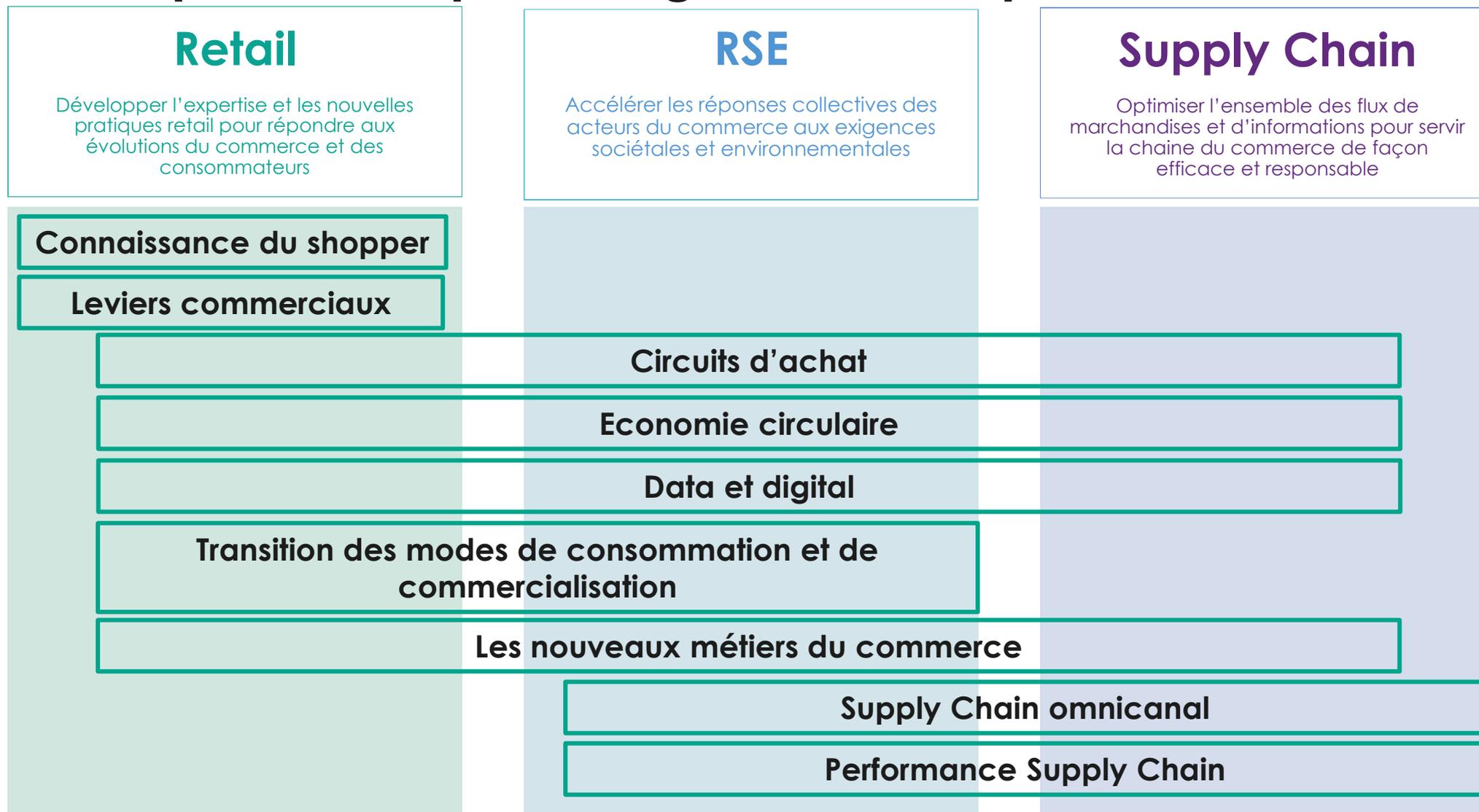
**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE



Feuille de route 2022

Décembre 2021

9 thématiques clés, qui s'intègrent dans 3 piliers



Enjeux communs 2022 - Retail

Connaissance du shopper

Leviers commerciaux

Circuits d'achat

Economie circulaire

Data et digital

Transition des modes de consommation et de commercialisation

Métiers et compétences de demain

Supply Chain omnicanal

Performance Supply Chain

Développer l'expertise et les nouvelles pratiques retail pour répondre aux évolutions du commerce et des consommateurs

- ▲ **Enjeu 1 : Mieux comprendre et mesurer les évolutions des comportements d'achat par circuit** dans le contexte de développement du e-commerce, de contraintes et de craintes sur le pouvoir d'achat (proximité, e-commerce dont LAD, quick commerce et désintermédiation)
- ▲ **Enjeu 2 : Préparer les promotions efficaces de demain plus responsables et personnalisées**, dans un contexte où les prospectus papier seront moins la norme (Quels nouveaux media digitaux?, Comment calculer le ROI, Quels autres indicateurs extra-financiers? Que doit-on arrêter de promouvoir?)
- ▲ **Enjeu 3 : Métiers et compétences du commerce.** Quelles compétences sont nécessaires pour analyser les nouvelles données disponibles sur le comportement des consommateurs et pour actionner de nouveaux leviers commerciaux (activation ciblée, ...)? Comment devenir une filière attractive?
- ▲ **Enjeu 4 : Data et collaboration.** Quelles nouvelles opportunités (benchmark international)?
- ▲ **Enjeu 5 : E-commerce.** Trouver un modèle économique performant et en phase avec les enjeux sociétaux et environnementaux (charte du e-commerce responsable, impact carbone, fresque du numérique, ...).

 - Quand le e-commerce représentera 30% des ventes on fera quoi? Il y a des actes d'achat qui vont passer du physique au digital. Déperdition en impulsion (vs plein de course), comment se réinventer pour éviter cette déperdition. Quelle complémentarité point de vente physique (digitalisé) qui fait partie de l'écosystème. Différenciation de l'offre vs circuit
- ▲ **Enjeu 6 : Quel processus de qualité mettre en place pour le partage des informations produit?** Comment lever les irritants des marques sur le partage de leurs informations produits?

Enjeux communs 2022 – Supply Chain

Connaissance du shopper

Leviers commerciaux

Circuits d'achat

Economie circulaire

Data et digital

Transition des modes de consommation et de commercialisation

Métiers et compétences de demain

Supply Chain omnicanal

Performance Supply Chain

Optimiser l'ensemble des flux de marchandises et d'informations pour servir la chaîne du commerce de façon efficace et responsable

- ▲ **Enjeu 1 : Performance environnementale de la Supply Chain.** Modélisation de la chaîne de valeur avec l'angle impact carbone
- ▲ **Enjeu 2 : Mutualisation des flux.** Pooling X-Dock, optimisation territoriale (faible densité / urbain)
- ▲ **Enjeu 3 : Gestion des PLV et des displays promo.** Quantifier et qualifier les dysfonctionnements sur toute la chaîne (transport, taux d'utilisation des displays, taux de recyclage, ...), envisager un changement de modèle économique (écoconception, réutilisation, ...). Identifier les acteurs pour lancer un projet pilote,
- ▲ **Enjeu 4 : Digitalisation des documents de transport.** Les impacts opérationnels de la digitalisation des documents de transport (e-CMR)
- ▲ **Enjeu 5 : Track & trace.** Comment faire monter à bord les distributeurs pour améliorer l'utilisation des data obtenues ? Prise de rdv entrepôt, optimisation des quais, monitoring des rejets de CO2

Enjeux communs 2022 – RSE

Connaissance du shopper

Leviers commerciaux

Circuits d'achat

Economie circulaire

Data et digital

Transition des modes de consommation et de commercialisation

Métiers et compétences de demain

Supply Chain omnicanal

Performance Supply Chain

Accélérer les réponses collectives des acteurs du commerce aux exigences sociétales et environnementales

▲ Enjeu 1 : Soutenir les projets d'économie circulaire

- Retail for Change, Vrac & réemploi, réparabilité et durabilité, mutualisation de la collecte des PLV (Parfumerie Sélective)

▲ Enjeu 2 : RSE et parcours d'achat - où et comment promouvoir les choix de consommation responsable dans les parcours d'achat

- Santé, impact carbone, vrac/réemploi/éco-conception, local/made in France, label, solidarité ...)
- Pédagogie et engagements consommateur, communication RSE accessible / compréhensible et solide / pas simpliste, Score environnemental, promotions responsables

▲ Enjeu 3 : La vision de l'économie de demain.

- Post-croissance, sociétalisation des entreprises / entreprise régénératrice, indicateurs de performances extra-financiers communs pour le commerce

▲ Enjeu 4 : Les informations environnementales nécessaires pour calculer le score environnemental.

- Score, sous-scores, informations sources : quelles données, quelles bases de données, quel niveau de granularité dans le partage selon les usages?

▲ Enjeu 5 : Ancrer la RSE dans tous les métiers et pratiques de l'entreprise y compris achats responsables, finance

▲ Autres enjeux

- Comment atteindre les engagements RSE pris par l'entreprise (ex. plastique, empreinte carbone...)
- Devoir de vigilance sociale et environnementale – UE (cartographie des chaînes d'appro et sujets achats responsables)