

Recommandation conjointe auprès des industriels et distributeurs pour le traitement des données de vente promotionnelles pendant la période de crise du Covid-19

31 mars 2020

Le conseil d'administration du 23 mars 2020 a émis un avis unanime sur la question du traitement des données de ventes promotionnelles en point de vente par les instituts de panels pendant la période de crise sanitaire que nous vivons en ce moment.

Le présent document reprend plus en détail la recommandation portée par l'Institut du Commerce auprès de tous ses adhérents et plus généralement de tous les industriels et distributeurs de produits de grande consommation concernés.

Le contexte particulier et inédit de la crise du Covid-19, avec le confinement en vigueur pour plusieurs semaines, a des implications concrètes, immédiates et globalisées sur la gestion des points de vente en général et sur la gestion des promotions en particulier.

De manière pratique :

- Les TG ne peuvent plus être relevées de manière systématique
 - o La mise en place par les équipes distributeurs en magasin n'est plus assurée en totalité
 - o Les forces de vente des industriels ne peuvent plus accéder au point de vente pour appuyer la mise en œuvre des TG
 - o Les équipes des instituts de panels ne peuvent plus accéder en point de vente pour relever les causales
- Les supports de communication promotionnelle sont fortement perturbés
 - o Les prospectus physiques n'étant petit à petit plus distribués aux foyers, les distributeurs arrêtent progressivement de les produire
 - o Les prospectus digitaux sont toujours disponibles et vont potentiellement s'accroître, mais leur audience ni leur efficacité ne peuvent pas être comparées à celles des prospectus physiques

Dans ce contexte, l'Institut du Commerce recommande aux industriels et distributeurs de considérer que cette période ne pourra pas être analysée de manière pertinente et qu'il n'est ainsi pas nécessaire ni utile de chercher à le faire. La période de crise Covid-19 doit être considérée comme totalement atypique d'un point de vue de l'analyse de performance promotionnelle. Les dates précises de cette période ne sont pas encore connues, elles seront précisées à l'issue de la crise.

Les données de vente des prospectus digitaux existent et continueront à être transmises par les instituts de panels. L'Institut du Commerce recommande aux industriels et distributeurs de ne pas comparer ces données de prospectus digitaux à celles des prospectus physiques, afin de ne pas fausser les analyses d'efficacité.

Enfin, l'Institut du Commerce recommande aux instituts de panels de ne pas essayer d'estimer les ventes promotionnelles liées aux TG et aux prospectus physiques.