



Institut du  
**COMMERCE**  
PARTAGE & PROSPECTIVE



**MHD**  
MOÛT HENNESSY DIAGEO

Cliris



Grand Prix Trophée ECR 2017 :  
Le suivi en continu du linéaire



# Le suivi en continu du linéaire en magasin

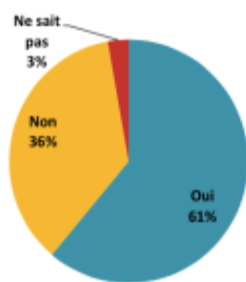
- L'exécution en magasin est devenue capitale. De nombreuses pistes de réflexion sont engagées avec l'ECR pour optimiser la logistique entre les commerçants et les industriels. Le dernier kilomètre est primordial.
- A ce jour il n'existait pas d'outil qui permette de suivre en continu l'évolution des linéaires.
- Dans le but de mieux servir le consommateur, CORA et Moët Hennessy Diageo, ainsi que les prestataires Cliris et IRI se sont associés pour mettre en place et tester un nouvel outil de diagnostic continu.

## Quel(s) niveau(x) de rupture mesurez-vous?

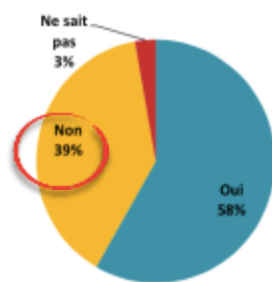
Taux de service amont  
(industriel-entrepôt distributeur)



Taux de service aval  
(entrepôt distributeur - magasin)



Taux de service au consommateur  
(en linéaire)



\*CAM 2016 - hors reports et substitutions d'achat - 110 catégories du baromètre ECR-IRE \*\*sur la base d'un panier moyen en hyper à 33€ source Kantar Worldpanel

## Les enjeux pour Cora et MHD

- Selon le baromètre ECR, le taux de rupture moyen en Alcools et Champagne est de 10,2% et plus spécifiquement en whisky de 8,1% en 2016.
- CORA Ermont souhaitait :
  - réduire les ruptures sur le rayon Alcool qui représentent 24% du CA Liquides (2,4M€) et plus spécifiquement sur les whisky qui pèsent plus de 51% de ce rayon (1,22 M€).
  - Comprendre le comportement consommateur (performances étagères, trafic / flux) suite a la rénovation du magasin (2015)
- MHD souhaitait :
  - Comprendre le comportement consommateur (performances étagères, trafic, flux) en suivi continu
  - Réduire le taux de rupture magasin avec une nouvelle organisation linéaire
  - Mesurer l'impact d'un habillage spécifique sur le flux clientèle

# Une nouvelle technologie pour le suivi du linéaire en continu

Le linéaire est **analysé en entier, en continu et en temps réel** pendant toute la durée de l'étude.

**Les flux de personnes sont supprimés** et toutes les images sont historisées.

**Chaque rupture est détectée automatiquement.**

Des statistiques sont calculées sur la base de leur **géo-localisation** (localisation et corrélation à une référence) et **horodatage** (durée de non-disponibilité).



*Cliquer sur la video*

# Problématique

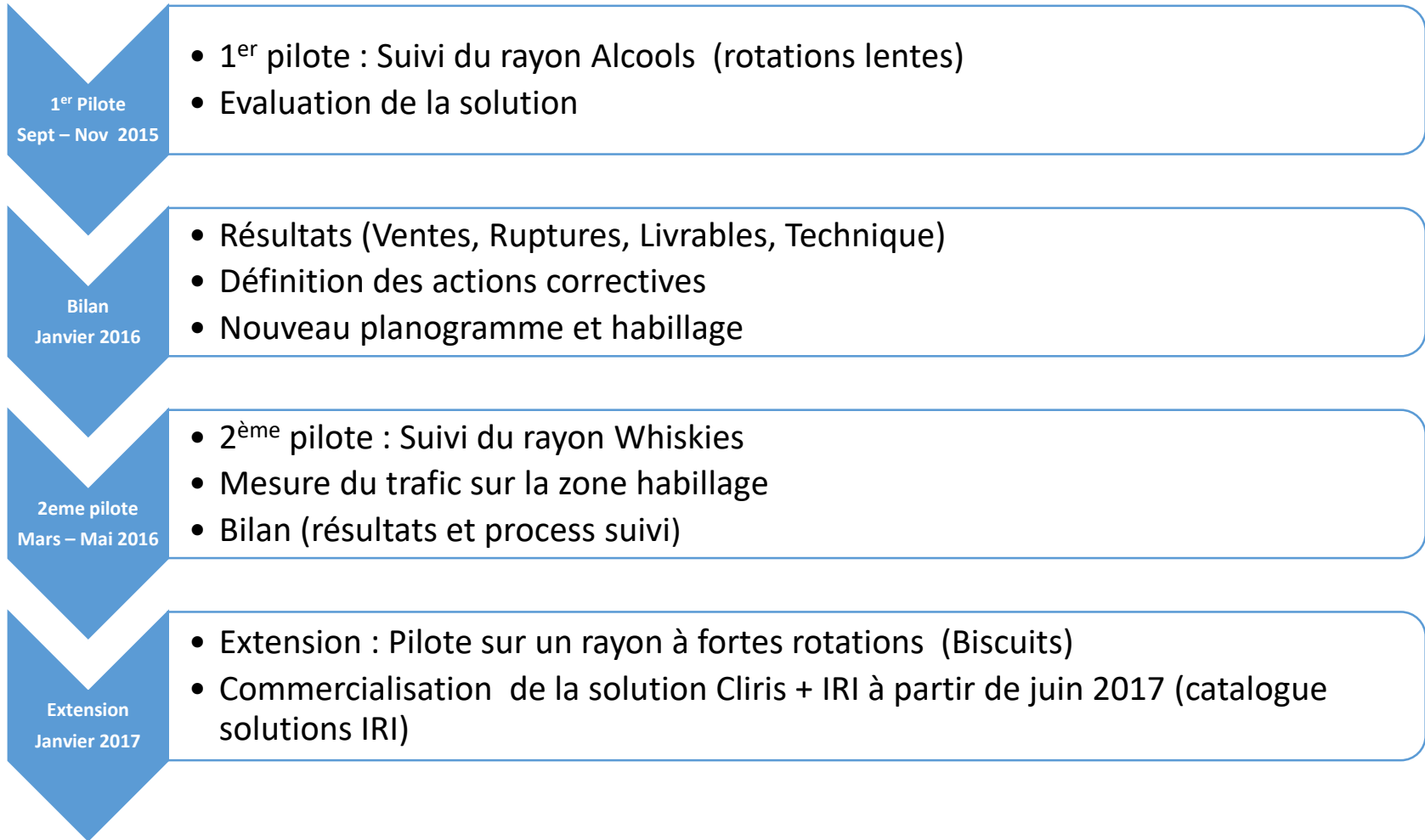


- Valider les différentes possibilités d'analyse des résultats avec ce nouvel outil. Valider la solution technique, ses contraintes et ses limites. Définir les livrables et les process d'industrialisation
- **Mesurer en continu les performances du rayon** (disponibilité des références, ventes, fréquentation et sens de circulation) tout au long de la période et **quantifier le taux de service au consommateur**
- **Suivre la destruction du linéaire** de manière **temporelle** (jours et tranches horaires, durée, fréquence et récurrence des ruptures) et **spatiale** (meubles, étages), **afin d'améliorer le taux de disponibilité**
- Etudier l'impact d'une action merchandising (ex : réimplantation, PLV, habillage, boutique ) sur la **disponibilité des références** et sur les **ventes** et en option aussi trafic rayon, stops et durée des arrêts en fonction de leur localisation.



- Mesurer les **enjeux sur les ventes et le trafic**
- **Identifier des leviers** d'optimisation de la logistique magasin
- Vérifier l'adéquation du **planogramme**

# Une approche Test and Learn



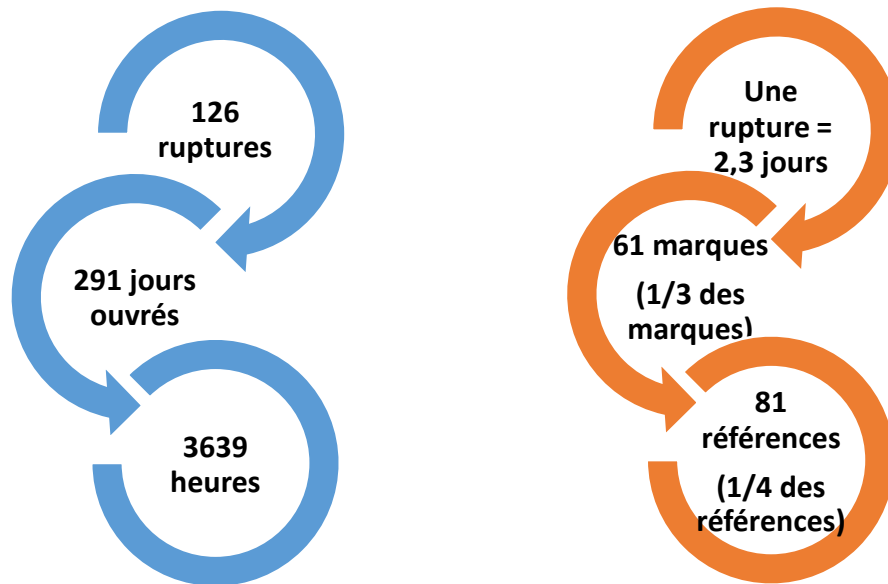
# 1<sup>er</sup> Pilote: rayon Alcools Cora Ermont

- Installation de 6 caméras sur l'ensemble du rayon Alcools



# 1<sup>er</sup> Constats ruptures (30 jours de vente)

- 1/3 des marques et 1/4 de l'assortiment a eu au moins une rupture, qui dure en moyenne 2,3 jours.



- L'ensemble des références ayant eu des ruptures pendant la période ont généré en un mois seulement **un manque à gagner de 6200€**.

	Rupture cumulée	Conso moyenne par heure*	Bénéfice moyen par heure	Manque à gagner
TOTAL	3639h 20min	10,60	181,94 €	6 202,22 €
MOYENNE	28h 53min	0,09	1,49 €	50,84 €

\* Sur la base des ventes Cora Ermont du 28/09/2015 au 14/11/2015, hors dimanches non travaillés



# 1<sup>er</sup> Enseignements (30 jours de vente)

- Peu de ruptures récurrentes sur les produits majeurs, sauf les 1er prix
- Peu de report sur les autres formats d'une même marque
- Des ruptures sur des produits promus (prospectus ou stop rayon)
- Peu d'effet sur les niveaux d'étagères ou les positions des gondoles
- Les ruptures longues surviennent sur des rotations lentes => le système de réassort automatique impose un délai de 3 jours entre la génération de commande et le réassort
- La supply chain de Cora est plutôt efficace en terme de réassort automatique, même si il existe quelques possibilités d'optimisation : que ce soit sur les promotions, mais aussi sur les chainages de codes (du fait de nombreux reset Ean des fournisseurs)
- Fiabilité de l'équipement et du process de recueil d'information Cliris

- **Suite à l'étude sur les ruptures et l'évolution du rayon Whiskies & Spiritueux à Cora Ermont, qui a eu lieu du 12 octobre au 14 novembre 2015, MHD et Cora ont souhaité:**
  - Optimiser le planogramme, mettre en œuvre les actions correctives sur les Whisky et en mesurer l'impact (6 premiers éléments du linéaire)
  - Créer une zone Whisky Premium plus marquée avec l'implantation d'un balisage et d'une borne d'information
  - Mesurer l'impact de l'habillage « Terroir d'Ecosse », installé à mi-période (12 avril) avec des capteurs (trafic, cartes de chaleur...)
- **Cette nouvelle étude s'est déroulée du 19 Mars au 31 Mai 2016:**
  - Avant : 19 Mars au 11 Avril
  - Après implantation: 12 Avril au 31 Mai 2016

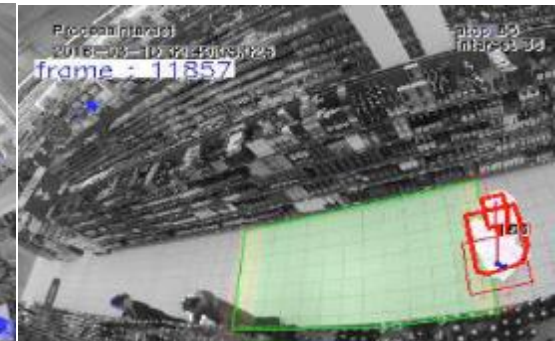
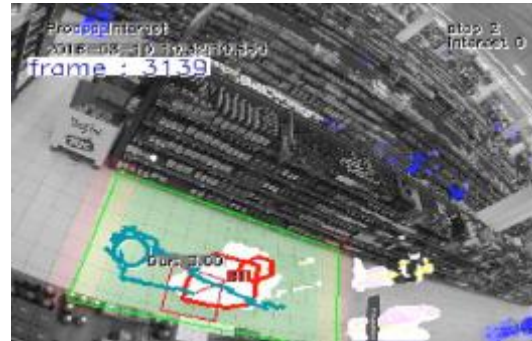


## 2<sup>ème</sup> phase



← Installation de 2 caméras à 4,20m du sol pour la mesure de flux

Champs de caméras :



Réutilisation de 3 des 6 caméras installées pour le suivi de l'évolution des facings

Champs de caméras :



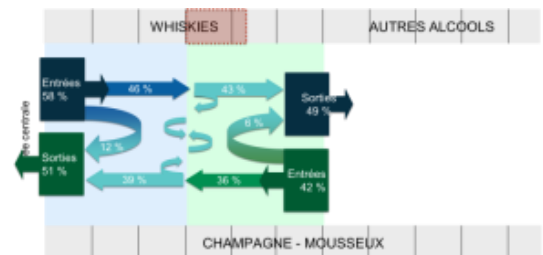
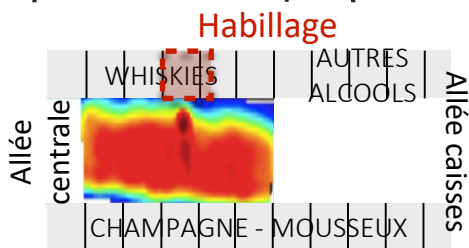
# Quelques Enseignements

## 1. Diminution des ruptures suite au réaménagement linéaire

Linéaire Whisky (durées comparables)	Nb de ruptures par référence	Durée cumulée par référence	
Etude 2015	63	1588 heures	148 jours
Etude 2016	31	482 heures	57 jours
<b>TOTAL</b>	<b>-32</b>	<b>- 1 106 heures</b>	<b>- 91 jours</b>
Evolution	-51 %	-70 %	-61 %

## 2. Analyse des flux et de l'intérêt de l'habillage

- Mesure de l'impact de l'habillage « Terroir d'Ecosse » (trafic, arrêts et croisement avec les ventes) qui a permis de valider son apport et sa pertinence (impact CA >10%)



## 3. Résultats CORA :

- Une performance du rayon Alcools largement supérieure au groupe.

## Caractère **innovant** du dossier

- Ce projet a permis de valider une solution technique nouvelle et unique pour le suivi en continu du linéaire
- En dehors du fait d'accompagner une startup, cela a permis de mettre en évidence quelques contre-vérités sur des apriori sur le linéaire (performances entrée de rayon, niveau haut et bas d'étagères ...)
- Par ailleurs, au niveau du magasin, cela a permis d'avoir la vision réelle de la dégradation du linéaire en termes spatial et temporel (même si pour le premier pilote il y a eu quelques appréhensions du personnel magasin)
- Enfin, et surtout, l'amélioration de la disponibilité des produits aux consommateurs, à la fois sur des marchés à rotation lentes (Alcools), ou à rotations fortes (Biscuits), permet d'optimiser l'expérience client
- Cette solution est tout a fait adaptée pour un **suivi spécifique et d'une précision inégalée** (rayons rupturistes, implantation concepts plv ..) et pouvant à terme être **en lien avec la logistique magasin**, pour un **service consommateur en amélioration continue**.



# Pour plus d'informations sur la solution

Consultez les sites [www.IRIworldwide.com](http://www.IRIworldwide.com) - [www.clirisgroup.com](http://www.clirisgroup.com)

Et

Contactez votre Consultant IRI

ou

Paul Clément : 01 30 06 25 58 ou [paul.clement@iriworldwide.com](mailto:paul.clement@iriworldwide.com)

## Merci de votre attention