

**AUCHAN RETAIL et L'OREAL remportent le Trophée Or ECR 2016  
pour leur projet «C2C : Collaboration to Consumer »**



Plus de 120 participants ont assisté le 20 octobre à la soirée des Trophées ECR 2016. Le Jury, composé des organismes représentant industriels, distributeurs et consommateurs (ADN, ANIA, Cap Gemini Consulting, ESCP Europe, FCD, ILEC, Logistiques Magazine, Ministère de l'Economie, ObSoCo, Points de Vente), avait sélectionné trois finalistes, et le public a décerné, via la solution interactive Wisembly, les trophées suivants :



**TROPHEE ECR 2016 OR**

Auchan Retail France & L'Oréal France Produits Grand public : un partenariat au service de la disponibilité linéaire avec le projet C2C « Collaboration to Consumer »

**TROPHEE ECR 2016 ARGENT**

METRO et Coca-Cola Entreprise se mobilisent et apportent leur expertise pour augmenter le taux de recyclage sur le segment du hors-domicile

**TROPHEE ECR 2016 BRONZE**

Le concept Proxi Visiomodulaire de Savencia pour le rayon fromage

## ***Elementum gagne les deux trophées Startup ECR 2016***

**Pour la première fois deux trophées Startup ECR ont aussi été décernés.** ECR France se positionne en effet comme un lieu promouvant l'innovation au service du consommateur et de l'environnement. ECR France souhaite donner à ses adhérents une longueur d'avance et activer les synergies entre les sociétés pour décrypter les tendances émergentes et mieux comprendre les enjeux associés.

De très nombreuses startups sont invitées dans les groupes projets ECR pluri-acteurs pour faire connaître leurs solutions, les tester et les faire évoluer. C'est pourquoi, lors des Trophées ECR 2016, les startups qui pourraient révolutionner la Supply Chain, le Commerce voire la Consommation de demain ont été mises à l'honneur. 7 startups, œuvrant dans les domaines du Machine Learning, de l'IoT, du Smart Network Design et de la visibilité end-to-end, ont été présélectionnées : Click & Truck, Datapred, Devatics, Easy2Trace, elementum, ffly4u et Vekia. **Le jury et les étudiants de l'ESCP Europe ont décidé indépendamment de remettre leur trophée à la même société : elementum**

Les présentations des finalistes sont disponibles dans la médiathèque du site [www.ecr-france.org](http://www.ecr-france.org)

Rendez-vous le 19 octobre 2017 pour la 6<sup>ème</sup> soirée des Trophées ECR !

## **TROPHEE ECR OR 2016**

### **Auchan Retail France & L'Oréal France Produits Grand public : un partenariat au service de la disponibilité linéaire avec le projet C2C « Collaboration to Consumer »**

A l'occasion des Trophées ECR du 20 octobre 2016, Auchan Retail France et L'Oréal France DPGP présentent leur partenariat autour du projet C2C, « Collaboration to Consumer ». Un projet collaboratif qui vise à améliorer la satisfaction du consommateur en travaillant sur la disponibilité linéaire de l'assortiment du Groupe L'Oréal au sein des Hypermarchés Auchan.

#### **LES ANOMALIES DE DISPONIBILITE LINEAIRE : UNE SOURCE DE CREATION DE VALEUR**

Dans un rayon Beauté-Parfumerie-Hygiène où la densité linéaire est élevée, L'Oréal et Auchan ont étudié les anomalies de rupture linéaire sous l'angle d'une source d'opportunité partagée de développement du business. Leur objectif commun est de créer de la valeur autour de nouveaux processus collaboratifs afin d'améliorer la disponibilité linéaire pour le consommateur. Cela passe par une valorisation des ruptures mais aussi par la détermination des causes pour mettre en place les actions correctives au bon niveau, que ce soit au siège ou en magasin.

#### **DES PLANS D'ACTION EN PARTENARIAT SUR TROIS CAUSES MAJEURES DE RUPTURE LINEAIRE**

Pour « capturer » cette opportunité business, les deux collaborateurs Auchan-L'Oréal dédiés au projet se sont concentrés sur trois causes majeures de rupture, pour les analyser et établir des plans d'action appropriés :

1. Les stocks immobiles en magasin (stock informatiquement présent mais sans vente) qui impactent la qualité du réapprovisionnement : développement d'un outil «Portail magasin » qui permet d'identifier les ruptures linéaires.
2. Les innovations : un time-to-market trop long, identification des zones de risques pour des alertes ciblées afin d'accélérer la mise à disposition en linéaire des nouveautés.
3. Les produits solaires : une exécution terrain à parfaire. Des causes précises ont été identifiées et catégorisées pour des actions efficaces par la force de vente et les gestionnaires d'approvisionnement en magasin.

#### **UN PROJET COLLABORATIF END TO END**

Le partenariat C2C « Collaboration to Consumer » repose sur trois facteurs clés de succès :

1. Un collaborateur dans chaque entreprise dédié au sujet de la disponibilité linéaire
2. Un partage transparent de l'information sur la globalité de la chaîne logistique
3. Le rayonnement multifonctionnel du projet

Cette approche collaborative reste avant tout au service de la satisfaction client tout en contribuant en parallèle au développement du business. Les équipes Auchan et L'Oréal estiment que C2C est un projet concret de collaboration motivé par la création de valeur sur l'ensemble de la chaîne.

2017 s'annonce riche de nouveaux challenges que les deux partenaires souhaitent continuer à relever ensemble.

[lien vidéo](#)

## TROPHEES ECR ARGENT 2016

**METRO et Coca-Cola Entreprise se mobilisent et apportent leur expertise pour augmenter le taux de recyclage sur le segment du hors-domicile**

*Les Trophées ECR récompensent cette année l'étroite collaboration de METRO et Coca-Cola Entreprise dans la mise en place d'un circuit innovant de collecte, tri et recyclage des emballages de produits consommés en hors-domicile. Menée en partenariat avec Eco-Emballages, cette initiative contribue à structurer la collecte des emballages sur un segment de marché au taux de recyclage encore insuffisant.*

### **Un dispositif innovant entre deux acteurs majeurs du hors-domicile**

METRO, leader de la distribution en gros, et Coca-Cola Entreprise, embouteilleur engagé dans l'économie circulaire depuis de nombreuses années, s'associent pour aider les professionnels de la restauration rapide à recycler les bouteilles et canettes vides consommées et triées sur leurs lieux de vente.

Grâce à ce projet pilote, mené à bien avec l'aide d'Eco-Emballages et testé sur une période de six mois dans l'entrepôt METRO de Rouen, près de 20 000 canettes et bouteilles ont déjà été collectées par 80 clients de la région. Cette solution innovante de collecte sélective a permis de capter des flux d'emballages en hors-domicile à plus grande échelle, sur un segment particulièrement complexe.

### **Le hors-domicile, un défi important pour l'économie circulaire**

En France, sur les 5 millions de tonnes d'emballages ménagers mis sur le marché, 7% sont abandonnées en dehors du foyer. La restauration rapide est l'un des principaux postes d'abandon avec près de 85 000 tonnes d'emballages qui sont majoritairement des bouteilles plastique et des canettes.

Ce projet pilote permet à METRO et Coca-Cola Entreprise de mettre en place un modèle économique viable pour capter un nouveau gisement d'emballages non recyclés, tout en développant le geste de tri sur ce segment.

**Ludovic Maitrias, Direction Développement Durable chez METRO Cash & Carry France**, a indiqué : « *Ce projet s'inscrit pleinement dans la démarche RSE de METRO, qui en tant qu'acteur important de la restauration souhaite aider ses clients professionnels à devenir engagés en leur proposant des services et produits responsables* ».

**Emmanuelle Badouix, Directrice associée Recyclage chez Coca-Cola Entreprise**, a déclaré : « *Coca-Cola Entreprise est engagée depuis longtemps dans l'économie circulaire et le recyclage des emballages. Cette initiative innovante nous permet de mettre en commun nos efforts avec l'un des plus importants acteurs de la distribution sur un segment de marché où les défis sont particulièrement importants.* »

**Alexis de Lisle, Développement chez Eco-Emballages**, a souligné : « *Eco-Emballages étudie et développe des dispositifs de recyclage des emballages issus de la consommation hors du foyer. Ce projet permet d'agir sur tous les maillons de la chaîne : le consommateur, le restaurateur, le distributeur, l'opérateur de collecte et le recycleur. Ce dispositif privé complémentaire au bac jaune permet d'augmenter le recyclage des emballages et aussi de développer une continuité du geste de tri en dehors de la maison.* »

## TROPHEES ECR BRONZE 2016

### Le concept Proxi Visiomodulaire de Savencia pour le rayon fromage

#### Le contexte

Le circuit Proximité est en forte progression : il représente 7,6% du marché du Fromage mais 53% de sa croissance valeur ! (source Nielsen CAM P8 2016).

#### L'enjeu

En magasin de proximité, l'espace est limité et l'assortiment Fromages, court : 114 références en moyenne (3 fois moins qu'un SM, 5 fois moins qu'un HM) pour une catégorie d'impulsion où la variété et la découverte sont les moteurs de la croissance. Le rayon y est encombré, peu clair et les références peu visibles ce qui n'incite pas à l'achat.

#### L'objectif

Pour accélérer leur croissance, l'enjeu sur les magasins de proximité est de proposer un assortiment de fromages qui satisfasse les attentes shoppers en termes de variétés dans un espace limité et d'organiser l'offre de manière à faciliter l'achat et susciter l'impulsion.

**La solution catégorielle mise en œuvre :** Le concept proximité avec système visio-modulaire breveté par Savencia pour le rayon fromage qui permet une segmentation simplifiée pour la Proximité regroupant 3 pôles fromages en fonction des usages consommateurs : les fromages typés (attente de plaisir gustatif), les fromages autrement (attente d'usages modernes prêts à consommer), les fromages quotidiens (attente de consommation en fond de frigo). Et un système d'étagères « VisioModulaires » pour organiser et développer l'offre fromages dans l'espace linéaire restreint des magasins de proximité. Ce concept permet d'organiser le rayon par famille en intégrant les besoins de chacune en exposition et en stockage :

- Compactage de l'offre en linéaire pour proposer plus de choix sur un marché où la diversité de fromages est clé pour le shopper
- Amélioration de la visibilité de chaque référence
- Adaptabilité aux spécificités de chaque point de vente, aussi bien sur le mobilier existant que sur de nouveaux meubles

#### Avantages pour le shopper

- une offre plus importante sur un marché où il est en attente de diversités de fromages
- un linéaire clarifié pour une meilleure compréhension de l'offre et un achat facilité

#### Avantages pour le distributeur

- un rayon clarifié plus attractif qui incite davantage à l'impulsion d'achat (71% des décisions d'achat de fromages se prennent face au rayon)
- un linéaire développé accru jusqu'à plus 30% permettant de proposer une offre élargie à des shoppers en attente de choix (37% des shoppers de Proxi sont des adeptes des marques nationales)
- une meilleure gestion du remplissage du linéaire grâce à une meilleure gestion des couvertures de stock par référence

**Déploiement à date :** 370 points de vente

#### Résultats

- Du **CA additionnel** via une offre élargie, plus claire et moins rupturiste
- Une **gestion simplifiée du rayon**
- Une **offre adaptée** aux attentes de choix des shoppers
- Un **rayon plus attractif** car plus lisible

## **TROPHEES STARTUP ECR 2016 - Prix du jury**

## **TROPHEES STARTUP ECR 2016 - Prix des Etudiants de l'ESCP**

### **Elementum**

#### **Elementum facilite la collaboration au sein de la Supply Chain et son écosystème.**

Grâce à sa suite d'applications (Transport, Source, Manufacture, Inventory, Executive), Elementum offre un accès simple et en temps réel aux informations permettant de piloter sa Supply Chain. En effet, malgré les efforts investis en Planning et S&OP, la plupart des entreprises sont toujours confrontées aux problèmes d'exécution, que ce soit en raison de la difficulté de coordination des différents partenaires (internes ou externes), ou des perturbations et aléas divers. Dans une époque où vélocité et agilité priment pour être compétitif, Elementum assure une collaboration en temps réel pour résoudre ces problèmes, mais surtout, grâce à une analyse prédictive, de les anticiper. Du fournisseur (Tiers 1, mais aussi 2 ou 3), aux entrepôts jusqu'aux magasins, les données concernant les commandes, les livraisons, les stocks sont remontées et centralisées sur les applications d'Elementum. Tout en maîtrisant ses coûts et sa stratégie, les entreprises peuvent ainsi collaborer avec leurs partenaires et gagner en agilité pour fournir systématiquement le bon produit, au bon moment et au bon endroit. Dans un monde où le consommateur est de plus en plus exigeant, et a accès à des innovations permanentes et à des canaux de distribution toujours plus nombreux, Elementum assure à ses clients la gestion de cet enjeu majeur.



#### **La Vision**

Le monde avance en temps réel. Votre Supply Chain devrait en faire de même.

Du fait de leur Supply Chain en silos et des dysfonctionnements organisationnels, les entreprises n'atteignent pas les gains espérés malgré les transformations technologiques et les progrès de l'Internet of Things.

Elementum a eu pour ambition de créer le Product Graph™ à l'échelle mondiale afin de faciliter l'accès aux données du commerce international. Mais aussi, pour renforcer une collaboration inter-entreprises, et ainsi faciliter l'accès du consommateur aux produits souhaités.

#### **Le Product Graph™**

Le pouvoir de l'intelligence connectée. Pour exploiter la puissance des données dans la Supply Chain mondiale, la suite d'applications d'Elementum utilise la technologie du Product Graph™, du Machine Learning et du traitement massif des données, le tout permettant une réplique digitale de l'économie mondiale dans laquelle nous interagissons au quotidien. Par conséquent, les données sont immédiatement utilisables et permettent une meilleure prise de décision, une analyse en temps réel, et l'anticipation des disruptions potentielles.

Grâce à sa plateforme qui unifie les achats, la logistique, la production, les stocks..., Elementum devient une source unique d'informations et utilise l'intelligence collective pour renforcer la puissance de son Product Graph™ qui s'étend des secteurs de la Santé, aux CPG, à l'High-Tech, à l'Auto et jusqu'à l'Industrie.

#### **Les sociétés qui font leur transformation digitale avec Elementum**

Les clients de elementum sont essentiellement des compagnies appartenant aux « Fortune 500 » des secteurs de la Santé, CPG, High-Tech, Auto ou Industrie... (BASF, Dyson, Flex, Lenovo, Source App, Real-Time Supplier Management)

[lien vidéo 1](#)

[lien vidéo 2](#)



**Trophées ECR Or**

Ludovic Delcroix (AUCHAN) et Jean-Marc Le Cam, Caroline Michelon, Lucie Bagnol, Jamal Bougdaoua et Mathilde Dussaussoy (L'OREAL) avec Xavier Hua (ECR France)



**Trophées ECR Argent**

Ludovic Maitrias (METRO) et Emmanuelle Badouix (COCA COLA Entreprise) avec Xavier Hua (ECR France)



**Trophées ECR Bronze**

Damien Beneteau et Sylvie Fernandes (Savencia) avec Xavier Hua (ECR France)



**Prix du jury des étudiants de l'ESCP**

Sophie MOTTIN pour elementum,  
avec Xavier Hua (ECR France), Candice Deblauwe, Mélissa Danistekin, Manon Rébillon (ESCP)

---

#### **A propos d'ECR France**

---

ECR, acronyme anglais de « Efficient Consumer Response », désigne l'initiative conjointe industrie-commerce destinée à apporter une réponse optimale au consommateur. Elle exprime la volonté des entreprises qui y adhèrent de mieux organiser l'ensemble de la chaîne de commercialisation et d'approvisionnement, en rendant les systèmes d'échange plus efficaces, moins coûteux et plus réactifs aux attentes des consommateurs. ECR France rassemble près de 90 industriels, distributeurs et prestataires logistiques du secteur des produits de grande consommation, alimentaires et non-alimentaires. Gouvernée de manière paritaire, ECR France conçoit et délivre des outils en phase avec les besoins de ses adhérents : recommandations conjointes, manuels, guides et kits de bonnes pratiques, études et enquêtes, modules de formation, ateliers, conférences et sites internet.

Contact presse : Xavier HUA [ecr@ecr-france.org](mailto:ecr@ecr-france.org)

---

#### **A propos d'AUCHAN**

---

AUCHAN Retail réunit tous les formats du commerce alimentaire en France avec 141 hypermarchés sous enseignes, 360 supermarchés sous enseignes, 60 magasins de proximité AéPas et des activités e-commerce et drive. L'entreprise compte 72000 collaborateurs en France et a enregistré 423 millions de visites dans ses magasins et 170 millions de visite online en 2015

Contact presse : François Cathalifaud - 06.21.09.84.35 - [fcathalifaud@auchan.fr](mailto:fcathalifaud@auchan.fr)

---

#### **A propos de COCA COLA Entreprise**

---

Coca-Cola Entreprise, filiale française de Coca-Cola European Partners, est le principal producteur et distributeur de boissons rafraîchissantes sans alcool en France. Coca-Cola Entreprise assure en France la fabrication, la commercialisation et la distribution des boissons de The Coca-Cola Company (Coca-Cola, Coca-Cola life, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Sprite, Fanta, Finley, Minute Maid, Powerade, Chaudfontaine) ainsi que d'autres boissons (Nestea, Ocean Spray, Capri-Sun, Burn, et Monster). Coca-Cola European Partners est le premier embouteilleur Coca-Cola indépendant au monde en termes de chiffre d'affaires. [www.cokecce.fr](http://www.cokecce.fr)

Contact : Caroline Fenaillon - 01 58 00 26 00 - [cfenaillon@cokecce.com](mailto:cfenaillon@cokecce.com)

---

#### **A propos d'elementum**

---

Make. Things. Better. Elementum a commencé en 2012 avec moins de 10 personnes à Palo Alto, en Californie. Aujourd'hui, c'est une société de près de 200 personnes réparties sur plus de 2.500m<sup>2</sup> à Mountain View, en plein cœur de la Silicon Valley. Sa vision ? Eliminer les frictions et les freins dans le commerce international afin d'optimiser le flux de capitaux. Elementum permet ainsi une accélération significative des cycles d'innovation. Avec sa plateforme visionnaire qui relie et unifie les achats, la logistique, la production et les stocks, Elementum construit à l'échelle mondiale une solution unique : le "Product Graph™" – un vrai miroir digital du commerce international. Ainsi, ses clients ont accès à des données et à des alertes qui leur permettent d'agir en amont, de collaborer avec tous les acteurs clés, mais aussi de résoudre tous les types de problèmes Supply Chain en temps réel et à tous les niveaux de la hiérarchie - du PDG à l'opérateur sur le terrain. [www.elementum.com](http://www.elementum.com)

Contact : [smottin@elementum.com](mailto:smottin@elementum.com) - Mob. 06 33 44 37 52

---

#### **A propos de L'OREAL**

---

Depuis plus de 105 ans, L'Oréal est dédié au métier de la beauté. Avec un portefeuille international de 32 marques diverses et complémentaires, le Groupe a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires consolidé de 25,26 milliards d'euros et compte 82 900 collaborateurs dans le monde. L'Oréal France Produits Grand Public se positionne sur le marché de la grande consommation en France

Contact : Caroline Michelon - [Caroline.MICHELON@loreal.com](mailto:Caroline.MICHELON@loreal.com)

---

#### **A propos de METRO Cash & Carry**

---

METRO Cash & Carry France exploite à ce jour 94 entrepôts en libre-service, répartis sur l'ensemble du territoire national. Avec 45 000 références, la société propose une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires et leurs compléments en équipements, consommables professionnels et bureautique. Elle emploie en France près de 9 500 personnes et sert plus d'un million de clients, dont 400 000 dans les métiers de bouche. Elle a réalisé un CA en 2015 de 4,2 milliards d'euros HT.

Contact presse : Isabelle Baahmed - 01 47 86 64 75 et ELAN EDELMAN - Mélanie Correia - 01 86 21 51 22

**A propos de SAVENCIA**

---

Le Groupe SAVENCIA Saveurs & Spécialités est né en 1956 avec un fromage, le Caprice des Dieux. Il s'est ensuite développé tant en France qu'à l'international tout en restant un Groupe familial et indépendant. Il compte aujourd'hui plus de 21 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de près de 5 Milliards d'euros.

Aujourd'hui le Groupe offre un portefeuille multiculturel de marques premium dans l'univers fromager et laitier, dans les domaines de la charcuterie, des produits de la mer et du chocolat.

Une offre large de produits de grande consommation adaptés à la diversité des attentes des consommateurs ainsi que de produit et de services de haute qualité destinés aux professionnels de la restauration et des industriels de l'alimentaire et de la santé.

Centré sur les spécialités et les ingrédients laitiers à valeur ajoutée, le Groupe est l'un des principaux transformateurs de lait mondiaux.

Le Groupe est implanté dans 29 pays et commercialise ses produits dans plus de 120 pays.

Contact presse : Sylvie FERNANDES [sylvie.fernandez@savencia-plf.com](mailto:sylvie.fernandez@savencia-plf.com) 06 37 91 00 53