

ECR Europe
Efficient Consumer Response

GROWING
THE CAKE
TOGETHER

THE 10TH
ANNIVERSARY
FOR EUROPE
CONFERENCE
A MARKETPLACE

Paris

2005
24-26 April

PALAIS
DES CONGRES

BETTER
CONSUMER
VALUE

<http://conference.ecrnet.org>

TOUTE LA CONFERENCE EN UN COUP D'ŒIL

Mardi 26 avril 2005	Mercredi 27 avril 2005	Jeudi 28 avril 2005
12h00 Ouverture de l'accueil et de l'enregistrement	8h15 Ouverture de l'accueil	8h15 Ouverture de l'accueil
	9h00 – 10h30 Plénière 1 : les 10 ans de l'ECR ; ouverture et cas pratiques	9h00 – 10h30 Plénière 3 : renforcer l'efficacité et l'efficience pour améliorer la valeur consommateur
	11h15 – 12h30 Séances en parallèle I	11h15 – 12h15 Séances en parallèle III
14h00 Ouverture de la place de marché*	12h30 – 15h00 Déjeuner et visite de la place de marché	12h15 – 14h15 Déjeuner et visite de la place de marché
14h15 – 18h30 Le forum de la formation		12h45 – 14h15 Le forum de la formation
	13h45 – 14h45 Présentations des exposants	13h00 – 14h00 Présentations des exposants
14h30 – 17h30 « Retail Tour »	15h00 - 16h30 Plénière 2 : Création conjointe de valeur pour les consommateurs-acheteurs	14h15 – 16h00 Plénière 4 : Le monde change ; le nouveau paysage Synthèse et conclusions
16h00 – 17h30 Premières séances	17h00 – 18h30 Séances en parallèle II	
17h30 – 19h30 Rafraichissements sur la place de marché	18-30 – 20h00 Le Grand Apéritif sur la place de marché	

*La place de marché restera ouverte pendant toute la durée de la conférence

UN COUP D'ŒIL SUR LES SEANCES PARALLELES

	<i>Du côté de la demande consommateur</i>	<i>Du côté de la chaîne d'approvisionnement</i>	<i>En amont</i>	<i>Un peu de prospective</i>	<i>Améliorer la vie des consommateurs</i>
<i>27 avril 11h15-12h30</i>	Conduire la mise en œuvre des concepts de gestion de la demande en magasins	Améliorer ensemble l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement	Découvrez le potentiel de l'amont de votre chaîne d'approvisionnement	La distribution haute performance	Combiner RHF et distribution alimentaire pour une satisfaction meilleure des consommateurs
<i>27 avril 17h00-18h30</i>	Création conjointe de valeur consommateur au-delà des prix	Comment la « Lean consumption » peut-elle transformer la distribution et les chaînes d'approvisionnement	Créer de la valeur par le développement conjoint des emballages	La croissance dépend-elle du prix ?	La gestion de la chaîne de valeur dans l'industrie des produits de grande consommation de demain
<i>28 avril 11h15-12h15</i>	Obtenir plus des nouveaux produits dès leur introduction	Concourir à la satisfaction des consommateurs par une meilleure gestion de la « perte en ligne »	Les puces sont là ! EPC/RFID en pratique	Plus de professionnalisme dans les relations commerciales	Amélioration du taux de service au consommateur en linéaire.

LA LETTRE DES COPRESIDENTS D'ECR EUROPE

C'est un plaisir de vous accueillir, pour notre première année en tant que coprésidents d'ECR Europe, au dixième anniversaire de la Conférence ECR Europe et à sa place de marché du 26 au 28 avril 2005 à Paris.

Notre thème, cette année, est « Better consumer Value » ou comment améliorer ensemble la valeur pour les consommateurs dans un contexte de marché de plus en plus attentif aux prix. Notre conviction, pourtant, est que le succès de l'industrie des produits de marque et de la distribution passe par la création conjointe de valeur qui va au-delà du seul critère prix grâce à une meilleure compréhension des attentes des consommateurs et à de meilleures réponses à leurs besoins. Nous sommes convaincus que ceci est la clé d'un succès durable pour nous tous dans des marchés de plus en plus concurrentiels.

Bien sûr, nous pouvons réduire les coûts, mais la création de valeur n'est pas la réduction des coûts pour la réduction des coûts. Créer de la valeur suppose de comprendre qu'il y a des coûts inutiles tout au long de la chaîne d'approvisionnement, des coûts sans contrepartie pour les consommateurs qui nous rendent moins efficaces et moins efficaces que nous ne pourrions l'être. La création conjointe de valeur suppose de travailler ensemble pour réaliser les économies potentielles et les réinvestir dans des actions plus intéressantes pour les consommateurs. Ce concept de collaboration est la pierre angulaire d'ECR Europe.

10 ans, c'est le moment idéal pour établir le bilan des réalisations d'ECR Europe, celles qui sont de grandes réussites, celles pour lesquelles on peut encore faire mieux et celles pour lesquelles on peut apprendre des autres. Nous avons déjà mis en œuvre les bonnes pratiques recommandées, fait en sorte que la collaboration dans la chaîne d'approvisionnement soit partie intégrante de notre culture d'entreprise et promu les concepts ECR dans les formations que nous délivrons à nos équipes. Mais les objectifs à atteindre ne sont pas figés, ils évoluent. Il y a toujours plus à découvrir.

En participant à la conférence de Paris, vous êtes sûrs d'être en phase avec les derniers développements.

Dans l'attente du plaisir de vous rencontrer là-bas.

Dr Hans-Joachim KÖRBER
CEO, Metro Group

Thony RUYSS
Chairman Executive Board, Heineken

BIENVENUE A PARIS

La conférence 2005 et sa place de marché au Palais des Congrès de Paris marqueront le dixième anniversaire des conférences ECR Europe. Où mieux célébrer notre dixième anniversaire, du 26 au 28 avril 2005, qu'à une courte distance de l'Arc de Triomphe ?

Le coup de projecteur sera donné cette année sur la façon dont vous pouvez, avec votre partenaire, améliorer ensemble la valeur pour les consommateurs et renouer avec la croissance dans un contexte de marché extrêmement attentif aux prix.

« Travailler ensemble », quoi de neuf ?

La conférence ECR Europe du 10^{ème} anniversaire et sa place de marché sont l'endroit idéal pour apprendre les dernières nouvelles sur les bénéfices commerciaux et les bénéfices pour les consommateurs que peut apporter la collaboration.

Nous vous montrerons comment créer de la valeur pour les consommateurs au-delà du prix et comment découvrir de nouveaux gisements de valeurs dans vos processus quotidiens. Une étude menée conjointement par IBM Business Consulting et les meilleures écoles de commerce qui font partie de l'ECR Academic Partnership présentera les résultats de la mise en œuvre de l'ECR. La conférence déplacera la collaboration vers les fournisseurs amont (packaging et matières premières). Nous vous donnerons un aperçu de ce à quoi ressemblera notre secteur de la grande consommation dans le futur.

Nous partagerons avec vous les concepts les plus récents pour optimiser la chaîne de valeur et les nouvelles bonnes pratiques de collaboration à prendre en compte : organisation, systèmes d'information et gestion des ressources humaines.

Des VIP à gogo

Plus de 100 intervenants de grande qualité, dont plusieurs présidents et directeurs généraux de multinationales leaders dans toute l'Europe et les Etats-

Unis partageront leurs expériences de la mise en œuvre de l'ECR et ses bénéfices pour leur entreprise. C'est une opportunité exclusive de benchmark dans une véritable perspective internationale.

La plus belle vitrine européenne

La *place de marché* est devenue une vitrine incomparable pour les dernières solutions technologiques, un magasin « tout sous le même toit » pour l'achat de vos solutions et un lieu sans égal pour rencontrer les exposants, les sponsors et les délégués d'autres entreprises.

Il y aura plus de 60 exposants à Paris sur les quelques 6000m² d'exposition. Visitez la nouvelle initiative de magasin du futur de Métro et le GS1 World (précédemment EAN International) pour connaître l'état de l'art en matière de RFID et d'EPC (code produit électronique). Au village de l'ECR qui réunit les ECR nationaux, vous pourrez obtenir les détails pratiques de l'implémentation de l'ECR en Europe et visiter le stand d'ECR France.

Une expérience pratique

Le « Retail Tour » du mardi 26 avril donne l'opportunité de visiter les hypermarchés et supermarchés de différentes enseignes de la distribution française et de rencontrer leurs dirigeants. Pour les dernières nouvelles à propos du Retail tour, merci de vous connecter à la section « Side Event » sous « Conference & Progr. » sur <http://conference.ecrnet.org>

Les enseignes des magasins visités seront : Auchan, Carrefour, Champion, Cora, Géant Casino, Leclerc, Metro, Monoprix et Système U.

Aigüisez votre appétit pour Paris

Aigüisez votre appétit pour une nuit parisienne en appréciant l'hospitalité française. Goûtez la cuisine et le vin français lors du Grand Apéritif offert par L'Oréal sur la place de marché le 27 avril.

PROGRAMME

Mardi 26 avril 2005

Accueil et enregistrement	12h00 – 19h30
Visite de la place de marché	14h00 – 19h30
Le forum de la formation	14h00 – 18h30
« Retail Tour »	14h30 – 17h30
Premières séances	16h00 – 17h30
Rafraîchissements sur la place de marché	17h30 – 19h30

14h00 Ouverture de la place de marché

Plus de 6 000m² d'exposition des nouveautés de plus de 60 fournisseurs de services et de technologies, incluant le GS1 World (précédemment EAN International) et l'initiative de Magasin du futur de Métro. Visitez les stands des ECR nationaux au Village de l'ECR.

14h30 Retail tour

Pour visiter les différents formats de magasins français, embarquez dans les bus à partir de 14h30 pour un départ à 15h00 pour 3 magasins de la région parisienne. Pour plus d'informations, merci de vous connecter à la section « Side Event » sous « Conference&Progr. » sur <http://conference.ecrnet.org> Les enseignes des magasins visités seront : Auchan, Carrefour, Champion, Cora, Géant Casino, Leclerc, Metro, Monoprix et Système U.

14h00 – 18h30 : Le forum de la formation

14h15 – 14h35 : Le Programme Général de Formation pour la mise en œuvre de l'ECR

Qu'est-ce que le Programme Général de Formation et comment peut-il vous aider à être plus efficace avec vos clients / fournisseurs ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

14h35 – 15h35 : Témoignages de réussite

Présentations des résultats et démonstrations pratiques. Merci de choisir entre les sessions en

français, anglais ou italien avec des cas pratiques venant de chacun des 3 pays.

15h35 – 16h00 : Collaboration dans un programme de formation ECR

Comment votre entreprise peut-elle rejoindre le programme de formation ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

16h30 – 16h50 : Le Programme Général de Formation pour la mise en œuvre de l'ECR (répétition)

Qu'est-ce que le Programme Général de Formation et comment peut-il vous aider à être plus efficace avec vos clients / fournisseurs ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

16h50 à 17h50 : Témoignages de réussite

Présentations des résultats et démonstrations pratiques. Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien avec des cas pratiques venant de chacun des 3 pays.

17h50 à 18h30 : Collaboration dans un programme de formation ECR (répétition)

Comment votre entreprise peut-elle rejoindre le programme de formation ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

Le forum de formation

Le Programme Général de Formation (GLP) – Améliorer le professionnalisme des apprenants

Une nouveauté du programme de la conférence 2005 : des sessions spéciales en français, anglais ou italien pour vous familiariser avec l'initiative du Programme Général de Formation ECR.

Ses objectifs sont de partager entre industriels et distributeurs les connaissances de base et de faciliter la mise en œuvre conjointe des bonnes pratiques pour une double amélioration du professionnalisme des personnes et des performances des entreprises.

Le principe fondamental du GLP est le déploiement de la formation ECR dans les entreprises au-delà des seuls spécialistes de domaine et la démultiplication des bonnes pratiques avec les partenaires.

Le programme comprend des modules d'autoapprentissage sur les concepts de l'ECR et des groupes de travail collaboratifs dans les différentes langues et marchés européens.

Les schémas de formation sont en cours en France, en Italie et en Angleterre depuis début 2004. Cinq autres pays européens sont en train de lancer leur programme.

Les participants obtiennent une certification reconnue par le secteur des produits de grande consommation en Europe sur des critères d'évaluation des connaissances et de mise en œuvre en binôme d'entreprises.

Que vous débutiez dans la découverte des stratégies ECR ou que vous vouliez mettre en pratique des concepts ECR dans votre secteur d'activité, il existe un programme de formation pour vous.

16h00 – 17h30

Premières séances

Pour les nouveaux venus à l'ECR ou les plus anciens qui souhaitent actualiser leurs connaissances, pour les représentants des petites et des grandes entreprises, ces « premières séances » présentent les concepts ECR à succès des 10 dernières années et quelques-unes des meilleures nouvelles interprétations.

1. Le category management dans un environnement pauvre en données

Le category management est un des outils qui a connu le plus de succès durant les 10 dernières années. Au cœur est la collecte de données pertinentes issues de beaucoup de sources d'informations différentes, ce qui peut être fortement consommateur de ressources. Mais comment faire si certaines données ne sont pas disponibles ? Apprenez comment maximiser les bénéfices du category management dans un environnement pauvre en données.

Facilité par **Accenture**

2. Utilisez les cartes de maturité ECR pour vous évaluer et pour améliorer vos performances

Les cartes de maturité ECR de la Global Commerce Initiative (GCI) vous permettent de vous évaluer par rapport aux autres entreprises dans les domaines de la gestion de demande et de l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement. Cette session expliquera l'utilisation des cartes de maturité en interne ou avec des partenaires et comprendra une présentation synthétique des concepts de base de l'ECR.

Intervenants : **Jim Flannery, Procter & Gamble ; Rita Marzian, Groupe Metro**

Facilité par la **Global Commerce Initiative (GCI)**

3. Obtenez le meilleur des standards de communication vers l'amont

Les messages EDI et les codes à barres ont été les supports technologiques de l'accélération et de l'amélioration de la qualité des processus de la chaîne d'approvisionnement entre industriels et distributeurs. Il est maintenant temps de les utiliser en amont. Apprenez comment appliquer ces techniques avec vos fournisseurs de matières premières et d'emballages.

Facilité par **GS1 (anciennement EAN International)**

4. Ayez les bons fondamentaux : synchroniser les données de base

Quels que soient les processus de la chaîne de valeur que vous voulez améliorer, avoir des données de qualité tout au long de la chaîne d'approvisionnement est fondamental dès que vous commencez à utiliser des ordinateurs.

Mettre en œuvre la synchronisation globale des données (GDS) dans ce contexte peut être un vrai plus. Basé sur l'expérience de ses adhérents, la Global Commerce Initiative montrera comment mettre en œuvre la GDS dans une démarche collaborative, efficace et basée sur les standards. Le point sera fait sur la qualité des données, sur les moyens de faire monter en puissance la GDS et de la mettre en œuvre dans votre entreprise.

Intervenants : **Nigel Bagley, Unilever ; Kees Jacobs, Cap Gemini ; Ruud van der Pluijm, Royal Ahold ; David Timberlake, AC Nielsen.**

Facilité par la **Global Commerce Initiative (GCI)**

5. Comment les PME mettent en œuvre, avec succès, les concepts ECR (les présentations en français seront traduites en anglais)

Découvrez comment les distributeurs travaillent efficacement avec les petites et moyennes entreprises (PME) industrielles, en France et ailleurs, pour mettre en œuvre les meilleures pratiques ECR. Apprenez comment les concepts ECR peuvent rester simples pour réduire les coûts et créer de la valeur pour les consommateurs. Vous entendrez des témoignages de partenariats entre des PME et des grands distributeurs, qui mettent en application les concepts de la demande, de la chaîne d'approvisionnement et les technologies de supports : multipick, CPFR (plan, prévisions et approvisionnements concertés), sécurité consommateur et traçabilité.

Facilité par **Olivier LABASSE ECR France**

17h30 – 19h30

Rafrâichissements sur la place de marché

Langues de la conférence

La langue utilisée pendant la conférence est l'anglais. Une traduction simultanée sera disponible **en français** pour toutes les sessions plénières.

Voir la mise à jour du programme sur <http://conference.ecrnet.org> jusqu'au 25 mars pour connaître les dernières nouvelles sur les présentations en français des premières séances ou des séances en parallèle et la disponibilité de traduction simultanée.

Pour le Programme Général de **Formation**, les sessions seront réalisées **en français**, en anglais et en italien.

Un réseau exceptionnel

Cet événement est une occasion hors pair de créer ou entretenir son réseau, avec sous le même toit près de 3000 confrères, homologues de l'industrie et de la distribution des produits de grande consommation, décisionnaires et consultants venus de toute l'Europe et d'autres continents. Nulle part ailleurs vous ne pourrez en apprendre autant en seulement 3 jours sur les réalisations et l'avenir de votre industrie.

PROGRAMME

Mercredi 27 avril 2005

Ouverture de l'accueil	8h15
Ouverture de la place de marché	8h15 – 20h00
Plénière 1 : les 10 ans de l'ECR	9h00 – 10h30
Ouverture de la conférence et cas pratiques	
Pause	10h30 – 11h15
Séances en parallèle I	11h15 – 12h30
Déjeuner et visite de la place de marché	12h30 – 15h00
Présentation des exposants	13h45 – 14h45
Plénière 2 : Création conjointe de valeur pour les consommateurs - acheteurs	15h00 - 16h30
Pause	16h30 – 17h00
Séances en parallèle II	17h00 – 18h30
Le Grand Apéritif sur la place de marché	18h30 – 20h00

Présidents sur scène :

Baron Bruno Bich, CEO, Bic
 Roger Deromedi, CEO, Kraft Foods
 Dr. Hans-Joachim Körber, CEO, Metro Group
 Sir Terry Leahy, CEO, Tesco
 Rudy Provoost, CEO, Consumer Electronics Division, Philips
 Feargal Quinn, President, Superquinn
 Patrick Rabain, President, Consumer Products, L'Oréal
 Franck Riboud, Chairman and CEO, Groupe Danone
 Thony Ruys, Chairman Executive Board, Heineken
 Lee Scott, CEO, Wal-Mart Stores
 Sir Martin Sorrell, CEO, WPP

9h00 – 10h30

Plénière 1 : les 10 ans de l'ECR

Introduction de la conférence du 10^{ème} anniversaire

Les coprésidents de la conférence de Paris, **Nathalie Mesny, Carrefour** et **Daniel Tieman, Unilever** vous souhaiteront la bienvenue au 10^{ème} anniversaire de la conférence ECR Europe et à sa place de marché.

Ouverture

Les coprésidents d'ECR Europe, **Dr Hans-Joachim Körber, CEO, Groupe Métro** et **Thony Ruys, Chairman Executive Board, Heineken** expliqueront la pertinence d'ECR Europe et de l'initiative partagée de formation pour la réussite de notre secteur d'activité. Mettre en œuvre les concepts ECR à tous les niveaux de votre entreprise et collaborer avec vos partenaires vous aidera à délivrer de la valeur pour les consommateurs et à relancer la croissance.

L'ECR en application

Le mouvement ECR a démarré il y a 10 ans. IBM Business Consulting Services et le ECR Academic Partnership donneront les résultats de l'étude menée pour ECR Europe sur les apports de l'ECR, sur les potentiels encore inexploités et sur les obstacles à surmonter pour de plus grands progrès.

Les dirigeants interviewés pendant l'étude témoigneront sur leur adhésion à l'ECR. Des partenariats distributeurs - industriels présenteront les bénéfices de la mise en œuvre conjointe de l'ECR. Vous entendrez, par exemple, comment L'Oréal et ASDA ont créé l'enthousiasme des consommateurs et développé, durant les cinq dernières années, le marché de la beauté et du soin.

Deux leaders de multinationales françaises de notre secteur, dont Franck Riboud, Chairman and CEO, Groupe Danone vous diront ce qu'ECR veut dire pour leurs entreprises.

Session animée par **Ed Lonergan, President, Commercial Operations Europe, The Gillette Company** ; **Richard Holmes, Commercial Director Beauty, Boots**

Intervenants : **Caroline Bird, Director of Consumer & Category Development, L'Oréal UK**; **Sophie Gasperment, Managing Director, L'Oréal UK**; **David Miles, Business Unit Director, Health & Beauty, ASDA Wal*Mart**

Facilité par **IBM Business Consulting Services et The ECR Academic Partnership**

10h30 – 11h15

Pause

11h15 – 12h30 Séances en parallèle I

1.1 Conduire la mise en œuvre des concepts de gestion de la demande en magasins

Les derniers développements, issus de 10 ans d'expérience de mise en œuvre des concepts de gestion de la demande, avec une emphase particulière sur la création de valeur pour le consommateur, la croissance de la catégorie, la gestion des données des points de vente et l'excellence opérationnelle au niveau du magasin.

Plusieurs témoignages donneront un nouveau point de vue sur l'introduction des nouveaux produits, sur l'efficacité des promotions, des assortiments et sur le merchandising.

Intervenants : Sébastien Debelle, L'Oréal ; Catherine de Saint Louvent, Champion ; Olivier Mercier, Kraft Foods France ; Sophie Perrier, Carrefour ; Pierre-René Tchoukriel, Auchan ; Julien Tomei, Procter&Gamble ; un représentant de Barilla Italie et un représentant de Selex.

Facilité par ECR France (présentations en français)

1.2 Améliorer ensemble l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement

Ce séminaire montrera comment deux approches collaboratives ont conduit au succès en améliorant la valeur pour les consommateurs grâce à l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement. Henkel, Vania Expansion et Carrefour augmentent leur taux de service au consommateur tout en réduisant leur niveau de stock grâce à une approche logistique multipartenaires. Albert Heijn montrera comment améliorer la valeur pour les consommateurs grâce à une chaîne d'approvisionnement automatisée basée sur les données des points de vente.

Intervenants : Frédéric Combes, Henkel ; Grégory Debuchy, Carrefour ; Ruud Limmen, Albert Heijn ; Etienne Renault, Vania Expansion ; Tony Vendrig, Albert Heijn

Facilité par Edward Westenberg, Capgemini

1.3 Découvrez le potentiel de l'amont de votre chaîne d'approvisionnement

L'intégration de la chaîne d'approvisionnement est largement conceptualisée et mise en œuvre dans notre secteur, mais l'accent est toujours mis sur la collaboration entre l'industriel et le distributeur. Cette session montrera que la collaboration dans l'amont de la chaîne globale d'approvisionnement entre industriels et fournisseurs d'ingrédients, de matières premières et d'emballages est passée de la théorie à la pratique. Des représentants de Procter & Gamble et Novozymes, de Nestlé et Crown Cork partageront l'expérience de leurs pilotes et expliqueront les concepts clés de l'intégration amont.

Session présidée par : Garry Haworth, Nestlé ; Roland Dachs, Crown Cork

Facilité par la Global Commerce Initiative

1.4 La distribution haute performance

Comment être aujourd'hui un distributeur à succès et le rester ? Comment les distributeurs et les industriels utilisent l'information client pour optimiser le mix marketing et prioriser les dépenses marketing afin d'augmenter la part de portefeuille des clients ciblés ? Comment les entreprises utilisent-elles les informations des clients pour renforcer leur différenciation et affiner leurs orientations ? Que veut dire mettre le focus sur le client et quelles sont les implications pour l'organisation ?

Facilité par Olivier Trouvé, Accenture

1.5 Combiner RHF (foodservice) et distribution alimentaire pour une meilleure satisfaction des consommateurs

Dans un futur proche, l'accent toujours plus grand mis sur la satisfaction des consommateurs conduira à des schémas de distribution alimentaire et de RHF très différents de ceux que nous connaissons aujourd'hui. Mais pourquoi certains acteurs connaissent plus de succès que d'autres ? Avec de nombreux exemples européens et américains en guise d'illustration, cette session montrera les facteurs clés de succès pour construire une stratégie combinant RHF et distribution alimentaire dans une seule expérience consommateur.

Facilité par Enrique Figuee et Capgemini

12h30 – 15h00 Déjeuner

et aussi : rencontrer ses homologues et ses clients sur la place de marché, assister aux présentations des exposants, se promener sur les stands, découvrir les dernières nouvelles des Initiatives nationales ECR et visiter le GS1 World et la nouvelle initiative magasin du Futur de Metro.

13h45 – 14h45 Présentations des exposants

Les principaux exposants répondront à vos questions concernant leurs dernières offres et futurs projets.

15h00 - 16h30 Plénière 2 : Création conjointe de valeur pour les consommateurs - acheteurs

Notre secteur perd de la part de marché globale. Pour inverser la tendance, nous devons savoir comment entrer en compétition avec les autres secteurs d'activité, il est essentiel de se concentrer sur la création de valeur réelle pour les consommateurs.

Les coprésidents d'ECR Europe, **Dr Hans-Joachim Körber, CEO, Groupe Métro** et **Thony Ruys, Chairman Executive Board, Heineken**, ont été attentifs à ce que leur entreprise crée de la valeur pour les consommateurs. Ils discuteront de la signification de la création de valeur pour le consommateur pour notre industrie.

Sir Martin Sorrell, CEO of WPP, un des groupes de communication leaders dans le monde, présentera les grandes tendances du marché et leurs conséquences pour les entreprises qui veulent délivrer plus de valeur aux consommateurs.

Une étude de cas montrera comment mettre en pratique la collaboration.

Lee Scott, CEO, Wal-Mart Stores et le **Baron Bruno Bich, chairman and CEO, Bic** discuteront avec **Feargal Quinn, President, Superquinn** de la façon dont les industriels et les distributeurs peuvent aligner leurs stratégies de création de valeur pour reconquérir la préférence de leurs clients et des consommateurs. Ils seront rejoints par les coprésidents d'ECR Europe.

Session coprésidée par Sjoerd Schaafsma, Vice President Customer Development, Unilever Europe.

16h30 – 17h00

Pause

17h00 – 18h30 Séances en parallèle II

2.1 Création conjointe de valeur consommateur au-delà des prix

Le prix semble être la principale préoccupation du marché aujourd'hui. Cependant, les consommateurs sont plus à la recherche de valeur que de prix. Un nouveau groupe de travail d'ECR Europe explore les principaux enjeux de la création de valeur consommateur au-delà des prix. Le groupe de travail montrera en quoi une préoccupation trop forte des prix peut détruire des catégories et des marchés. Des témoignages montreront que les sociétés qui mettent, ensemble, en œuvre l'ECR dans les domaines de la demande et de la chaîne d'approvisionnement peuvent générer de la valeur additionnelle au-delà de la réduction des prix.

Facilité par le groupe de travail « Création de valeur au-delà des prix »

2.2 Comment la « Lean Consumption » peut-elle transformer la distribution et les chaînes d'approvisionnement ?

La « Lean thinking » a inspiré la transformation de la chaîne d'approvisionnement de Tesco. La « Lean production » montre aux fournisseurs comment produire en fonction de la demande plutôt qu'en fonction des prévisions. La prochaine étape est d'appliquer la même approche à d'autres processus. La « Lean consumption » ouvre de nouvelles opportunités qui vont reformater la distribution et transformer en profondeur les chaînes d'approvisionnement dans les prochaines décennies.

Daniel T. Jones et James P. Womack, les coauteurs de « The machine that changed the world » et « Lean Thinking » montreront les étapes pratiques utilisées pour saisir ces nouvelles opportunités dans différents secteurs.

Intervenants : Daniel T. Jones, James P. Womack

2.3 Créer de la valeur par le développement conjoint des emballages

Les distributeurs sont de plus en plus conscients de l'importance des emballages en terme d'efficacité en magasin et de valeur pour les consommateurs. Une illustration de cette nouvelle tendance est l'utilisation

de plus en plus fréquente des emballages « prêt à vendre » et de solutions merchandising innovantes. Cette session montrera comment la collaboration industriel – distributeur – fournisseur d'emballage peut créer de la valeur additionnelle et optimiser le rapport coût – bénéfice. Des exemples espagnols et anglais seront présentés. Vous prendrez connaissance des résultats d'une étude sur l'impact de différentes stratégies d'emballages sur les coûts et la performance en magasin dans les pays nordiques.

Facilité par Richard Bolwijn, KPMG Business Advisory Services, Italy

2.4 La croissance dépend-elle du prix ?

La concurrence est concentrée sur les prix et les consommateurs y sont sensibilisés. Cette session s'attachera à décrire l'évolution de l'attention donnée aux prix et l'impact sur les pratiques ECR en Europe. Au-delà des spéculations alarmistes, elle examinera le phénomène du discount en Europe, ses conséquences pour les industriels et les distributeurs et ce qui poussent les acheteurs vers différents canaux de distribution.

Intervenants : Ethan Sinick, Management Ventures Inc (MVI); Tamar Kasriel, The Henley Centre

Facilité par Maureen Johnson, The Store

2.5 La gestion de la chaîne de valeur dans l'industrie des produits de grande consommation de demain

Dans le secteur des produits de grande consommation de demain, les distributeurs et les industriels de produits de marques se renforceront de façon considérable dans les activités cruciales pour leur entreprise et/ou externaliseront les moins vitales. Cela conduira à un nouveau modèle de chaîne de valeur autour de « grandes » marques « génératrices de valeur », de distributeurs « répondant aux besoins » et de tierces parties comme les prestataires, logistiques ou autres.

Avec deux grands distributeurs et deux grands industriels, AT Kearney présentera les perspectives des prochaines années permettant d'anticiper le futur.

Facilité par Bart van Dijk, A.T. Kearney

PROGRAMME

Jeudi 28 avril 2005

Ouverture de l'accueil	8h15
Ouverture de la place de marché	8h15 – 17h00
Plénière 3 : renforcer l'efficacité et l'efficience pour améliorer la valeur consommateur	9h00 – 10h30
Pause	10h30 – 11h15
Séances en parallèle III	11h15 – 12h15
Déjeuner et visite de la place de marché	12h15 – 14h15
Le forum de la formation	12h45 – 14h15
Présentation des exposants	13h00 – 14h00
Plénière 4 : Le monde change : le nouveau paysage	14h15 – 16h00

9h00 – 10h30 Plénière 3 : renforcer l'efficacité et l'efficience pour améliorer la valeur consommateur

Comment les industriels et les distributeurs travaillent ensemble pour améliorer l'efficacité et l'efficience de leur collaboration et mieux créer de la valeur pour les consommateurs. Cette session, qui sera introduite par **Roger Deromedi, CEO, Kraft Foods**, montrera comment des plans commerciaux collaboratifs et la mise en œuvre efficace de processus ECR dans les domaines de la demande, de la chaîne d'approvisionnement et des supports technologiques peuvent conduire à la création conjointe de valeur.

Vous verrez comment **Metro** et **Procter&Gamble** travaillent ensemble pour améliorer leurs performances tout au long de la chaîne globale d'approvisionnement et comment la RFID, par exemple, les y aide. Vous apprendrez comment **Tesco** et ses partenaires améliorent l'efficacité de la chaîne de valeur et comment elle est liée avec la croissance des ventes. **Systeme U** et **Bel** apporteront leur témoignage

La présentation des prochaines étapes recommandées dans le développement des relations commerciales efficaces conclura la session.

Intervenants : Alexandra Berreby, Bel France ; Jacques Jouanneau, Système U ; Zygmunt Mierdorf, Member of the Management Board and CIO, Metro Group ; David Sally, Director, Tesco ; Stefan Scholl, General Manager Global Customer Business Development, Procter & Gamble ; Enrico Toja, VicePresident, Johnson & Johnson International

10h30 – 11h15 Pause

11h15 – 12h15 Séances en parallèle III

3.1 Obtenir plus des nouveaux produits dès leur introduction

Les lancements de nouveaux produits à succès sont essentiels pour la croissance organique des entreprises et des marchés. Cependant, le chiffre d'affaires escompté n'est pas toujours au rendez-vous : encombrements des plannings, profusion de produits et fluctuations des comportements des consommateurs. Il est vital de raccourcir le délai de retour sur investissements et de développer une meilleure compréhension des consommateurs pour augmenter le taux de succès. Cette session montrera comment améliorer la pertinence des lancements de nouveaux produits dans un « brouhaha » marketing. Un cas illustrera comment un planning commun d'introduction et l'alignement des processus entre un industriel et un distributeur conduisent à l'efficacité du lancement des nouveaux produits. Cette session montrera aussi comment une meilleure connaissance des consommateurs permet d'obtenir des résultats rapides.

Intervenants : Damien Carolan, Superquinn ; Trevor Davis, IBM Business Consulting Services ; Joerg Hofstetter, ECR Academic Partnership ; Sjoerd Schaafsma, Unilever

Facilité par : IBM Business Consulting Services and the ECR Academic Partnership

3.2 Concourir à la satisfaction des consommateurs par une meilleure gestion de la « perte en ligne »

La « perte en ligne » est préjudiciable tant pour l'expérience d'achat du consommateur que pour votre résultat. Elle coûte à la communauté ECR plus de 24 milliards d'euros par an. Le groupe de travail d'ECR Europe « Shrinkage » s'occupe de ce problème depuis 1999. Le résultat de l'approche collaborative a permis aux entreprises de débloquer des millions d'euros qui ont été réinvestis pour mieux satisfaire les consommateurs.

Cette session est une opportunité à ne pas manquer pour devenir un champion de la lutte contre la démarque inconnue sur l'ensemble de la chaîne. Vous apprendrez comment économiser des millions tout en satisfaisant les consommateurs.

Session présidée par : John Fonteijn, Royal Ahold, Colin Peacock, The Gillette Company

Facilité par : Adrian Beck, University of Leicester and Paul Chapman, Cranfield School of Management

3.3 Les puces sont là ! EPC/RFID en pratique

N'attendez pas que l'on vous demande de mettre en œuvre le « Electronic Product Code » (EPC) en RFID. Dessinez votre propre plan EPC aujourd'hui et venez apprendre d'autres entreprises comment elles implémentent cette nouvelle technologie ! Rejoignez un panel d'experts en EPC pour discuter avec eux des bonnes raisons d'aller vers la RFID, de son potentiel de transformation de votre activité et des mises en œuvre de la RFID. Une explication sera

donnée sur ce qui reste à faire et les dernières étapes pour l'adoption des standards globaux.

Panel introduit par : **Zygmunt Mierdorf, Member of the Management Board and CIO of Metro Group**
 Les membres du panel : **Chris Adcock, EPCglobal; Claus Garbisch, DHL Logistics; Bill Gilmour, IBM Business Consulting Services; Peter Jordan, Kraft Foods; Milan Turk, Procter & Gamble; Gerd Wolfram, Metro Group**
 Facilité par the **Global Commerce Initiative (GCI)**

3.4 Plus de professionnalisme dans les relations commerciales

La professionnalisation de la gestion des relations entre les entreprises est aussi importante que celle de la gestion des relations au sein des entreprises. Comment apporter plus d'efficacité et d'efficacité dans les négociations industriel-distributeur ? Au-delà de la photographie des comportements actuels, une discussion sur les avancées possibles à travers les pratiques en France, en Italie, en Grande Bretagne et aux Etats-Unis et sur les initiatives pour

améliorer le professionnalisme des relations commerciales.

Session présidée par : **Enrico Toja, Johnson & Johnson International**

3.5 Amélioration du taux de service au consommateur en linéaire

La disponibilité des produits en linéaire est la principale promesse faite au consommateur ; elle a un impact direct sur votre résultat. Des exemples pratiques sur l'utilisation des données des points de vente, le category management, l'implication des directions générales et la mise en œuvre en magasin vous montreront comment les entreprises améliorent la disponibilité des produits en linéaire.

Intervenants : **Carl Davis, The Gillette Company; Peter Gleason, Dunhumby; des représentants de Kraft Foods, Sainsbury's, Coca-Cola Enterprises et Système U.**

Facilité par **Jochen Rackebandt, Co-chair du groupe de travail d'ECR Europe « Optimal Shelf Availability »**

12h15 – 14h15 Déjeuner

et aussi : rencontrer ses homologues et ses clients sur la place de marché, assister aux présentations des exposants, se promener sur les stands, découvrir les dernières nouvelles des Initiatives nationales ECR et visiter le GS1 World et la nouvelle initiative magasin du Futur de Metro.

12h45 – 14h15

Le forum de la formation (répétition partielle du programme du 26 avril)

12h45 – 13h00 : Le Programme Général de Formation pour la mise en œuvre de l'ECR

Qu'est-ce que le Programme Général de Formation et comment peut-il vous aider à être plus efficace avec vos clients / fournisseurs ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

13h00 – 14h00 : Témoignages de réussite

Présentations des résultats et démonstrations pratiques. Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien avec des cas pratiques venant de chacun des 3 pays.

14h00 – 14h15 : Collaboration dans un programme de formation ECR

Comment votre entreprise peut-elle rejoindre le programme de formation ?

Merci de choisir entre les sessions en français, anglais ou italien.

13h00 – 14h00 Présentations des exposants

Les principaux exposants répondront à vos questions concernant leurs dernières offres et futurs projets.

14h15 – 16h00

Plénière 4 : Le monde change ; le nouveau paysage

Quels seront les principaux changements qui affecteront notre secteur des produits de grande consommation ? Quels seront les impacts à long terme de ces changements sur notre industrie et sur la valeur consommateur ? Quels seront les modèles économiques à succès ?

Des grands distributeurs dévoileront les résultats de la dernière étude du Retailing Research Council Europe de Coca Cola intitulée « Répondre au discount : un nouveau modèle économique pour la distribution alimentaire ? ». De nouvelles études consommateur seront présentées et les tendances économiques qui conduisent au développement du discount seront analysées. L'étude traitera de l'impact du discount sur l'avenir des supermarchés et hypermarchés traditionnels.

Recherche et animation : **McKinsey & Company.**

Intervenant : à confirmer

Sir Terry Leahy, CEO, Tesco ; Patrick Rabain, President, Consumer Products, L'Oréal et Rudy Provoost, CEO, Consumer Electronics Division, Philips partageront leurs points de vue.

Animé par : **Bob Johansen, Senior Vice-President and Distinguished Fellow, Institute for the Future**

Les coprésidents d'ECR Europe **Dr. Hans-Joachim Körber, CEO, Metro Group et Thony Ruys, Chairman of the Executive Board, Heineken** souligneront les temps forts des trois journées.

Les coprésidents de la conférence **Nathalie Mesny, Carrefour et Daniel Tieman, Unilever** clôtureront la conférence ECR Europe du 10ème anniversaire et vous donneront rendez-vous à Stockholm en 2006.