



**CYCLE DE VIE DES ELEMENTS DE PLV
SECTEUR DE LA PARFUMERIE SELECTIVE**



septembre 2016



Table des matières

Introduction	3
Glossaire	4
1. Les 8 étapes du cycle de vie des PLV	5
1.1 Le lancement	6
1.2 La fabrication.....	6
1.3 Le stockage	7
1.4 Le transport	7
1.5 La livraison.....	8
1.6 Le montage.....	8
1.7 Le démontage.....	9
1.8 Le recyclage	9
2. Les points de dysfonctionnement	10
3. Les 5 axes d'amélioration	11
3.1 Rétroplanning et alertes.....	11
3.2 Informations liées aux points de vente	11
3.3 Identification / référentiel.....	12
3.4 Mesure du taux de présence en PDV	13
3.5 Recyclage et écoconception	13
4. Le plan de mise en œuvre	14

Introduction

A la suite de la publication du Guide de Bonnes Pratiques Logistiques des flux non marchands en juin 2015, le comité de pilotage de la Parfumerie Sélective a décidé de se focaliser sur la gestion du cycle de vie des éléments de PLV.

L'objectif de ce document est de faire émerger des propositions d'amélioration de la gestion des éléments PLV ainsi qu'un planning potentiel de mise en œuvre. Ce livre blanc est un outil essentiel dans la relation entre chaque distributeur et ses fournisseurs pour l'amélioration de la qualité et de la performance de la Supply Chain.

Périmètre

Dans le secteur de la parfumerie sélective, les flux non marchands peuvent être divisés en 4 catégories: les échantillons, les testeurs, la PLV et les cadeaux. Pour cette étude du cycle de vie, le périmètre a été restreint à la PLV qui représente aujourd'hui les volumes les plus importants. Cela comprend :

- Les meubles légers (TG, EDG, totem, ...)
- Les habillages vitrines
- Les habillages supports

Ce document présente le cycle de vie des éléments PLV en 8 étapes, depuis le lancement d'une opération promotionnelle jusqu'au recyclage en passant par la fabrication et le montage.

Les participants du groupe ont été interrogés un par un pour faire part de leurs observations sur les dysfonctionnements à chacune des étapes du cycle de vie, et des visites en point de vente sont venues compléter cet état des lieux.

Enfin, des propositions d'améliorations sont proposées, qui permettraient d'améliorer le taux d'utilisation des éléments de PLV, de réduire les coûts de traitement opérationnel et de renforcer leur caractère recyclable. La suite des travaux programmée après cet état des lieux sera partagée avec l'ensemble des participants.

Les acteurs du secteur soulignent également que l'objet de leurs recommandations n'est pas de conclure un accord interprofessionnel entravant la liberté commerciale de chaque opérateur, mais de contribuer à l'amélioration des pratiques en élaborant un langage commun. Nous invitons donc à diffuser largement ce manuel de bonnes pratiques, les fournisseurs et distributeurs visent à mettre en œuvre des actions permettant de respecter ce manuel dans un délai raisonnable.

Enjeux

Les acteurs de la parfumerie sélective rappellent les enjeux auxquels doit répondre cette démarche:

- S'assurer que toutes les animations arrivent et soient traitées dans les délais impartis dans les points de vente
- Privilégier l'information jusqu'au consommateur : efficacité et qualité des circuits d'informations et de matériels jusqu'au point de vente
- Améliorer le respect de l'environnement : optimisation du transport, réduction des emballages et des déchets, process zéro papier et recyclage

- Faire émerger des gains économiques substantiels grâce à la fiabilité des informations et la rapidité des processus

Le présent document a été établi en coopération entre les entreprises de distribution et industrielles adhérentes respectivement à la FFPS (Fédération Française de la Parfumerie Sélective) et à la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté). Les deux fédérations se laissent un délai raisonnable pour mettre en application les recommandations du document.

Ces travaux ayant été réalisés par les industriels et les grandes chaînes de distribution françaises de la parfumerie sélective, certaines précautions de lecture sont à prendre quant aux constats énoncés et aux recommandations qui en découlent, notamment pour les parfumeurs indépendants.

Glossaire

PLV

La publicité sur le lieu de vente (ou PLV) regroupe l'ensemble des moyens utilisés par les fabricants ou les distributeurs pour valoriser les marques (ou plus élémentairement les produits) au sein du magasin.

- **PLV éphémère**

Éléments de PLV associée à un lancement, une promotion ou une démarche commerciale. Sa durée de vie en magasin est généralement inférieure à un mois (ex : TG (tête de gondole) ; affiche).

- **La PLV permanente**

Élément faisant partie intégrante de la structure du magasin. Sa durée de vie est généralement de plusieurs années. Ces éléments de PLV ne sont pas associés à une campagne, une promotion ou une démarche commerciale mais servent à mettre en avant les produits d'une marque dans le magasin. Ils sont l'équivalent du rayon du magasin (ex : meuble de présentoir à maquillage).

Ces éléments ne sont pas pris en compte dans ce document.

Book animation

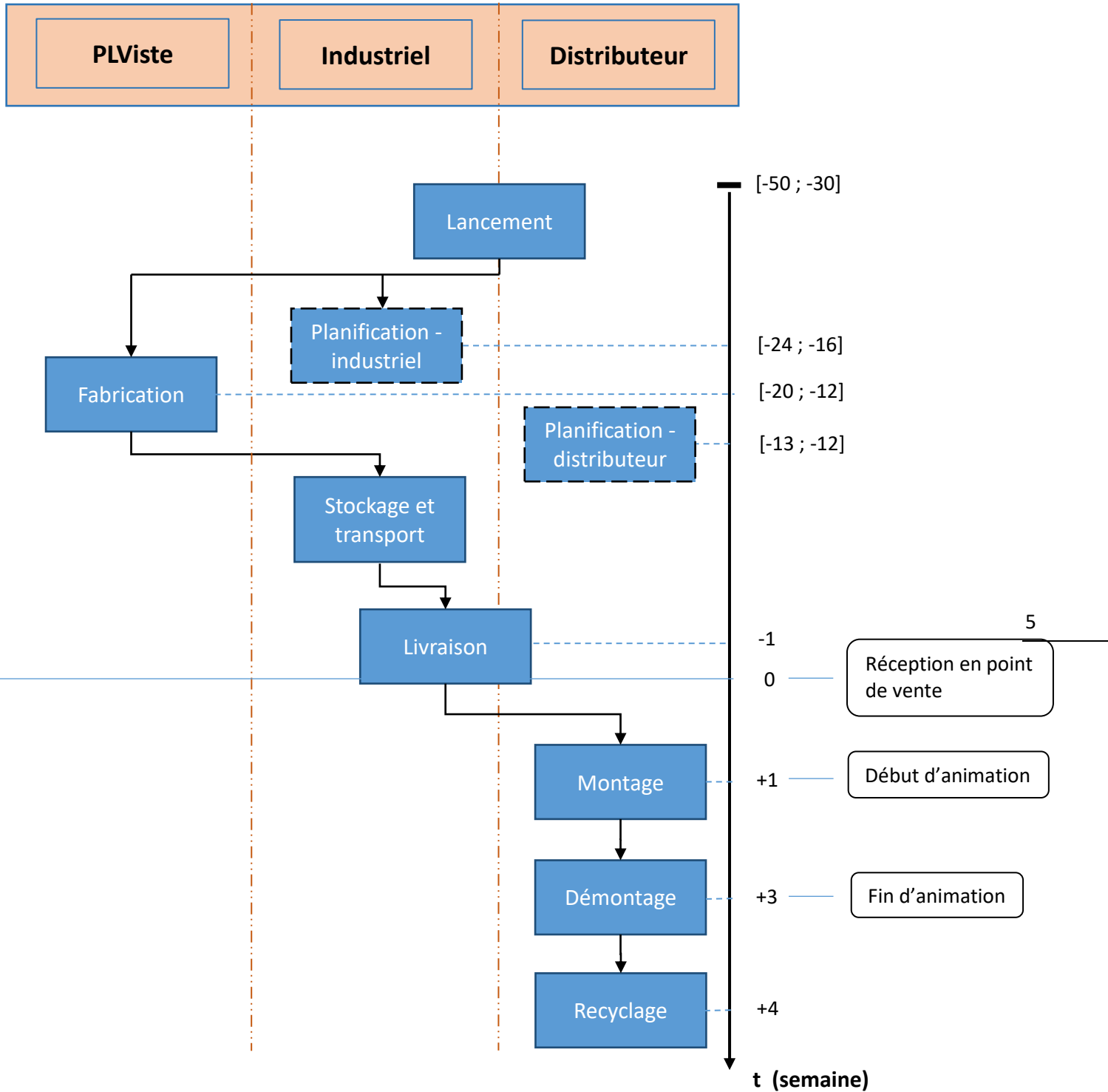
Document transmis depuis la centrale du distributeur jusqu'à ces points de vente. Ce document, prenant la forme d'un catalogue recense les différentes animations à venir par type de point de vente, les éléments qui doivent être reçus, la date d'installation et de désinstallation, les produits à mettre en avant pour accompagner l'opération, etc.

Décorateur (ou shopfitter)

On fait appel à un décorateur pour l'installation de PLV volumineuses (ex : podium, PLV permanente). Le montage d'un meuble par un décorateur peut prendre plusieurs jours. Dans certains cas, il s'occupe également du démontage. Il est généralement livré chez lui et transporte les éléments PLV jusqu'au point de vente. Il lui arrive également de se rendre directement en point de vente avec les éléments PLV qui ont été livrés en amont. Le décorateur n'intervient que pour des grosses structures, son arrivée est prévue en avance et généralement connu de tous.

A noter, pour simplifier cette étude, nous avons choisi d'exclure les décorateurs du périmètre de l'étude.

1. Les 8 étapes du cycle de vie des PLV



1.1 Le lancement

Deux types d'événements entraînent l'utilisation d'éléments PLV :

- Une campagne, généralement associée au lancement d'un nouveau produit : l'impulsion vient du secteur marketing, au niveau de la centrale de l'industriel.
- Une opération de trade marketing, qui fait suite à une négociation commerciale avec le distributeur, généralement à un niveau plus local (national)

Le lancement intervient entre 10 et 12 mois avant le début de l'opération en magasin. Les éléments moteurs (ou supports) qui seront utilisés ainsi que les grandes lignes des visuels sont définis. Ces informations sont transmises à l'équipe merchandising sous forme d'un cahier des charges et serviront de cadre au développement de la PLV. C'est à ce moment que les contraintes du distributeur sont prises en compte, par exemple les dimensions à respecter. Pour cela, l'industriel récupère l'information grâce à son historique. Elle n'est pas transmise par le distributeur. Une fois les maquettes conçues, l'équipe achat et développement entre en jeu. Elle rédige un nouveau cahier des charges qui sert de base à l'appel d'offre fait aux sous-traitants PLVistes. Une fois le sous-traitant sélectionné, une nouvelle phase de co-développement peut intervenir avec le PLViste qui émet des recommandations quant à la fabrication : remplacer un élément plastique par du carton, réduire l'épaisseur, etc... A l'issue de cette phase de développement, les plans techniques définitifs sont validés par la direction. La PLV est lancée en production entre 3 et 5 mois avant le début de l'opération en magasin.

Durant les étapes de lancement, la phase de planification intervient au mieux 6 mois avant le début de l'opération en magasin. Dans le cas d'un lancement associé à un nouveau produit, chaque filiale de l'industriel remonte ses besoins puis les quantités sont agrégées. Il arrive parfois que ces informations arrivent alors que l'appel d'offre a déjà été passé. De la même façon, pour une opération de trade marketing, la négociation commerciale n'est pas toujours terminée au moment où les éléments PLV sont fabriqués. Cela entraîne des problèmes de sur ou de sous-production due à une désynchronisation entre les processus de lancement chez l'industriel et chez le distributeur. Les éléments produits en supplément peuvent parfois être échangés avec d'autres pays, dans le cas contraire, ils sont détruits.

Ce point semble primordial dans l'alignement entre l'industriel et le distributeur, notamment pour la définition des quantités, mais complexe à entreprendre du fait de l'implication d'acteurs externes à la Supply Chain.

1.2 La fabrication

La fabrication est toujours sous-traitée. Une dizaine de PLVistes sont référencés dans le secteur de la parfumerie sélective.

Actuellement, les colis sont étiquetés différemment d'un industriel à l'autre. L'éventail va d'une identification complète (code à barre et dénomination de l'article, dimensions et visuel du produit monté, date de l'opération correspondante) jusqu'au simple numéro de référence interne. Les distributeurs se plaignent aujourd'hui des difficultés en point de vente pour identifier ce qui se trouve dans les colis.

1.3 Le stockage

Quel que soit le type de PLV, le stockage est toujours à la charge de l'industriel. Deux choix s'offrent à lui :

1. Stocker les PLV dans l'entrepôt du fabricant PLViste
2. Stocker les PLV dans son entrepôt

Le choix du lieu de stockage s'effectue en fonction de plusieurs facteurs, parmi lesquels :

- Le délai avant lancement de la campagne en magasin : si ces délais sont trop courts, la PLV est directement expédiée depuis les entrepôts du sous-traitant. Dans le cas contraire elle aura tendance à revenir dans l'entrepôt de l'industriel.
- Le type de PLV (régional/local) : dans le cas d'une campagne internationale, les éléments PLV sont produits pour toute une région du monde. La PLV sera donc stockée dans l'entrepôt de l'industriel à un niveau national avant d'être acheminée jusque dans les points de vente du pays.

Dans le cas où les PLV sont stockées chez le PLViste, l'industriel dispose ou non de la visibilité sur les quantités en stock, selon le mode de gestion agréé :

- Soit le stock du sous-traitant est géré comme celui d'un client, sans visibilité sur les quantités
- Soit l'entrepôt du PLViste est considéré comme un stock déporté sur lequel l'industriel a une totale visibilité.

Dans le cas contraire, l'industriel vient récupérer les éléments PLV chez son sous-traitant PLViste (mise à disposition avec généralement 48h pour enlever la marchandise) et les stocke dans ses entrepôts.

7

Plusieurs raisons expliquent la réticence des distributeurs à stocker les éléments PLV dans leurs entrepôts :

- La complexité de la gestion du référentiel des produits PLV, éphémères par nature : les distributeurs ne souhaitent pas intégrer ces références dans leur système d'information
- Les entrepôts des distributeurs ont été conçus pour stocker des marchandises à forte valeur ajoutée et sont sécurisés : les coûts de stockage des éléments PLV seraient trop élevés
- Les produits qui transitent par l'entrepôt du distributeur sont disposés sur des palettes standards, or la PLV est caractérisée par des dimensions rarement homogènes. Cela amènerait des complications opérationnelles que les distributeurs ne sont pas prêts à prendre en charge.

1.4 Le transport

La charge du transport revient le plus souvent à l'industriel, la PLV est généralement livrée au point de vente par messagerie. Les produits sont toujours livrés directement en point de vente et sont généralement transportés par messagerie.

Certains industriels suivent les étapes de livraison grâce au reporting du transporteur (*track and trace*), mais aucun d'entre eux n'a actuellement mis en place de remontée automatique des PoD (Proof of Delivery) dans son système d'information. Au niveau de la centrale du distributeur, et parfois même au niveau de l'industriel quand la PLV est livrée directement depuis le sous-traitant PLViste, personne n'a de retour sur la bonne livraison de la marchandise et il n'y a pas d'échange d'information entre l'industriel, le sous-traitant et le distributeur.

Lors du transport, la PLV est rarement mutualisée avec des flux marchands. Les seules exceptions recensées sont la livraison des parfumeurs indépendants. En revanche, plusieurs types de flux non-marchands peuvent être transportés ensemble, par exemple des éléments PLV et les testeurs. Actuellement, aucune recherche n'a été entreprise du côté des industriels pour mutualiser leur flux au départ du sous-traitant.

1.5 La livraison

Comme évoqué dans le point précédent, la livraison s'effectue directement en point de vente la semaine précédant le lancement de l'opération en magasin.

Cependant, la fixation des dates de livraison se fait très en amont, lors de la phase de planification : la date de livraison exacte n'est pas toujours respectée et les points de vente sont souvent livrés 2 ou 3 jours avant ou après la date définie au départ. En plus d'être sollicitées quotidiennement pour réceptionner des éléments PLV, les conseillères n'ont pas connaissance du jour exact de livraison. En effet, aucune prise de rendez-vous n'est effectuée pour ajuster le créneau de livraison défini plus tôt. Pour finir, les points de vente n'ont jamais connaissance des volumes qui vont arriver, il leur est donc impossible de s'organiser correctement.

1.6 Le montage

Du côté distributeur, la centrale envoie tous les quinze jours un planning des animations à venir aux points de vente : le « book animation ». Ce document comprend l'ensemble des informations utiles pour les opérations à venir :

- les éléments PLV qui doivent être reçus
- leur emplacement en magasin
- les produits marchands qui sont à disposer sur les présentoirs
- les dates de lancement et de fin de campagne

Ce sont les forces de vente ou les conseillères qui s'occupent du montage, exception faite des meubles nécessitant l'intervention d'un décorateur.

Dans le cas où la livraison n'a pas été effectuée ou si le produit est livré abîmé, un formulaire, un numéro de téléphone ou une adresse mail sont disponibles pour contacter l'industriel. Tout ce qui est dans le book animation est monté ; ne sont pas montés les éléments qui ne sont pas prévus, abîmés ou arrivés après la fin de la campagne.

Des contrôles peuvent être effectués pour s'assurer du bon montage des PLV :

- du côté des distributeurs, une équipe *visual merchandising* se rend dans quelques points de vente et la directrice de chaque magasin a également en charge de vérifier que tous les éléments PLV sont installés correctement
- pour les industriels, ce sont les commerciaux en visite qui sont amenés à contrôler le montage des PLV.

De manière générale, tous ces contrôles sont effectués par échantillonnage. Que ce soit l'industriel ou la centrale du distributeur, aucun des deux acteurs n'a de visibilité complète sur le bon montage des éléments PLV et les vérifications faites par chacun des acteurs ne sont pas partagées.

1.7 Le démontage

Le démontage des éléments PLV éphémères se fait à la fin de l'animation par le personnel disponible en point de vente, et ce en suivant les dates indiquées dans le planning des animations. Certains présentoirs peuvent rester dans le cas où les éléments qui doivent le remplacer n'ont pas été livrés.

Les éléments PLV permanents sont quant à eux démontés par les décorateurs de la marque et remplacés par de nouveaux meubles.

1.8 Le recyclage

A l'heure actuelle, la quantité d'éléments PLV recyclés reste faible et dépend de l'emplacement du point de vente :

- pour les magasins qui se trouvent dans des centres commerciaux, les éléments PLV sont recyclés avec les fournitures des autres boutiques, en utilisant les moyens mis à disposition par le centre
- en revanche pour les magasins qui se trouvent en centre-ville, le recyclage est plus complexe et n'est globalement pas effectué. Certains distributeurs font appel à des sociétés privées pour venir retirer les éléments de PLV dont la date d'animation est passée, cependant ils ne sont pas toujours recyclés.

La principale difficulté pour recycler est liée à l'utilisation de plusieurs matériaux combinés pour un même élément PLV : bois, carton, plastique, ...

Aujourd'hui les industriels ne reprennent pas les éléments PLV usagés et n'envisagent pas de s'en occuper à terme compte tenu des coûts que cela occasionnerait. En effet, le réseau de collecte et de transport serait trop coûteux à mettre en place pour un seul acteur.

2. Les points de dysfonctionnement

Le tableau ci-dessous regroupe les différents points de dysfonctionnement recensés lors de la réalisation du cycle de vie.

Titre	Description
Lancement	<p>Désynchronisation entre l'arrivée des prévisions et la décision du nombre d'éléments PLV à fabriquer</p> <p>La production est lancée avant la fin de l'étape de planification</p> <p>L'industriel utilise ses données d'historique personnels pour définir les dimensions des éléments PLV</p>
Identification des cartons	<p>Identification hétérogène des cartons en fonction de l'industriel.</p>
Référentiel	<p>Chaque acteur travaille avec une référence qui n'est jamais reprise</p> <p>Les informations liées au lancement d'une opération ne sont pas homogènes entre industriel et distributeur</p>
Mutualisation	<p>Le transport d'éléments PLV n'est jamais mutualisé entre industriels.</p>
Informations en point de vente	<p>Le point de vente n'a pas connaissance du jour de livraison</p> <p>Le point de vente est sollicité quotidiennement par les livraisons d'éléments PLV</p> <p>Le point de vente n'a pas de visibilité sur les volumes qui vont être livrés</p>
Mesure du taux de présence	<p>Industriels et distributeurs n'ont pas toujours de retour sur le taux de présence et la bonne installation des éléments PLV</p> <p>Les contrôles effectués par échantillonnage ne sont pas partagés</p>
Recyclage et écoconception	<p>Peu d'éléments PLV sont recyclés</p> <p>Le groupe recommande de travailler sur l'écoconception des éléments PLV</p>

3. Les 5 axes d'amélioration

Le groupe a travaillé sur les actions simples qui vont permettre de :

- Fluidifier les échanges d'informations entre industriels et distributeurs
- Mettre en place de meilleures pratiques logistiques de gestion des éléments PLV
- Améliorer le bilan environnemental des éléments PLV

Les enjeux liés sont la réduction du gaspillage (éléments produits en trop grande quantité, éléments qui n'arrivent jamais jusqu'au point de vente et reviennent au distributeur) ainsi que l'amélioration du processus de livraison et de montage des éléments PLV en point de vente.

Le groupe propose ainsi cinq axes d'amélioration sur lesquels travailler, qui sont détaillés ci-dessous. Une synthèse est proposée dans le paragraphe suivant, accompagnée d'une évaluation de la difficulté de mise en œuvre des solutions proposées au sein de chaque axe.

3.1 Rétroplanning et alertes

Pour les opérations promotionnelles, les distributeurs disposent d'informations sur le nombre de points de vente à livrer et sur les quantités d'éléments PLV qui seront nécessaires pour chacun d'entre eux. Aujourd'hui les rétroplannings des industriels ne sont pas synchronisés avec ceux des distributeurs : les informations nécessaires ne sont pas toujours transmises correctement ou à temps au moment de la fabrication.

Le premier défi consiste à rapprocher les rétroplannings des industriels et des distributeurs depuis le lancement d'une nouvelle opération jusqu'à la livraison en magasin. Pour cela, il faut réussir à :

- Formaliser et partager un rétroplanning commun et partagé
- Déterminer les jalons structurants à chaque fin de grande étape
- Définir les alertes à émettre lors de ces jalons
- Disposer d'un retour partagé sur la bonne livraison des éléments PLV
- Améliorer la visibilité du point de vente sur les réceptions

A titre d'exemple, il serait utile de définir une date indicative « au plus tard » pour l'envoi par le distributeur à l'industriel des quantités à produire.

Ce projet fait intervenir des acteurs externes à la Supply Chain, ce qui le rend relativement difficile à mettre en œuvre.

3.2 Informations liées aux points de vente

Certaines données nécessaires à la bonne organisation des livraisons ne sont pas toujours bien transmises entre industriels et distributeurs :

- les données merchandising sur les dimensions des éléments PLV
- le statut des magasins (ouvert / fermé / en rénovation)
- les points de vente qui devront être livrés

Ces échanges demandent à être fluidifiés. Dans un premier temps, le groupe recommande de mettre en place un workflow simple entre les équipes supply-chain sur le statut des points de vente : ouvert, fermé, en rénovation.

Ce workflow pourrait par la suite prendre la forme d'une matrice d'échange et être enrichie des dimensions des éléments PLV par distributeur et par type de points de vente.

A plus long terme, ces informations pourraient être hébergées sur une plateforme partagée sur laquelle chaque acteur viendrait récupérer l'information dont il a besoin. D'autres champs pourraient être renseignés comme les dates de livraisons en point de vente ou les quantités par type d'élément PLV.

Un nettoyage des bases de données du côté industriels et distributeurs devra sûrement être effectué au préalable afin de partager une information juste et à jour.

3.3 Identification / référentiel

- **Harmoniser les étiquettes**

Les colis envoyés en point de vente ne sont pas toujours correctement identifiables. L'objectif ici est d'homogénéiser les informations présentes sur les étiquettes. Il est compliqué de standardiser ce type d'étiquette puisque chacun utilise son propre système d'impression. En revanche, le groupe est en mesure de définir quelles sont les informations qui doivent impérativement figurer sur une étiquette PLV. Chaque acteur devra adapter son système d'impression des étiquettes de façon à faire apparaître ces informations.

Ces recommandations doivent être transmises aux sous-traitants PLViste grâce au cahier des charges logistique qui leur est envoyé en amont de la fabrication. Ces recommandations pourront également être diffusées par l'intermédiaire de POPAI.

- **Homogénéiser l'identification des opérations en point de vente**

Actuellement, aucun des acteurs n'utilise le même numéro d'identification pour ses opérations commerciales. Cela entraîne des difficultés à échanger entre industriels et distributeur. Le groupe recommande de définir une sémantique commune pour identifier les opérations en point de vente. Chacun aurait à charge de rapprocher cette identifiant de la codification qui se trouve dans son système d'information. Ce code devra être retranscrit sur les étiquettes des cartons, ce qui facilitera leur identification en point de vente et dans le book animation afin de permettre au distributeur d'échanger sans confusion avec l'industriel.

- **Homogénéiser les informations contenues dans le book animation**

Sur le même principe que l'atelier à mener sur les étiquettes d'éléments PLV, les informations qui apparaissent dans les book animation des distributeurs doivent être revues et homogénéisées. Pour rappel, le book animation correspond ici aux instructions envoyées par le distributeur à ses points de vente. L'objectif n'est pas de standardiser le book animation transmis aux points de vente, mais de se mettre d'accord entre industriels et distributeurs sur les informations qui doivent y figurer a minima.

- **Rédaction d'un glossaire**

Industriels et distributeurs doivent être en mesure de définir un glossaire commun et partagé des termes utilisés afin de pouvoir fluidifier leurs échanges. Cependant, le groupe note que le pilotage du changement sur du vocabulaire utilisé quotidiennement en point de vente pourrait rendre cette démarche fastidieuse et peu efficace.

3.4 Mesure du taux de présence en PDV

Afin de pouvoir mettre en place un processus d'amélioration continue, il est important qu'industriels et distributeurs puissent mesurer de façon partagée le taux de présence en point de vente, tous industriels confondus, des éléments PLV. Ce résultat serait à rapprocher des quantités livrées et reçues correctement afin de mettre en lumière les points à améliorer dans le processus de livraison. Par ailleurs cette mesure permettrait de quantifier les gains obtenus après la mise en place des différents projets ci-dessus.

Le volume de données est trop important pour pouvoir déléguer cette tâche aux conseillères de vente. L'utilisation de services de crowdsourcing a pour caractéristique de faire appel à des utilisateurs externes et peut permettre d'obtenir ce type d'information. Ce service n'a pas vocation à être un système de contrôle permanent mais doit être utilisé de façon ponctuelle.

3.5 Recyclage et écoconception

Actuellement, peu d'initiatives ont vu le jour concernant le recyclage et l'écoconception des éléments PLV. Le groupe recommande donc d'effectuer une veille sur ces sujets. Pour cela, ECR doit se rapprocher de l'organisme POPAI qui a déjà mené plusieurs projets sur ce thème et dispose d'éléments de méthodologie qui devront être partagés et mis en avant dans les organisations de chacun.

Les industriels souhaiteraient que les distributeurs allègent les contraintes incluses dans le cahier des charges de conception afin de retrouver une marge de liberté plus importante quant à l'utilisation de matériaux recyclés/recyclables. ECR devra continuer à mettre en lien industriels et distributeurs pour les faire échanger sur les bonnes pratiques existantes.

4. Le plan de mise en œuvre

Le tableau ci-dessous reprend l'ensemble des propositions exprimées, avec une évaluation de la difficulté de mise en œuvre :

- *+++ : très complexe*
- *++ : complexe*
- *+ : moyennement complexe*
- *0 : facile*

Proposition	Etapes	Difficulté de mise en œuvre
Rétroplanning et alertes	Etude des rétroplannings des industriels et distributeurs	+++
	Définition des jalons et des alertes communes	+++
	Formalisation d'un guide de bonnes pratiques	0
Informations liées au point de vente	Etat des lieux et travaux préparatoires	+++
	Mise en place d'une plateforme partagée	+++
Identification / référentiel	Définition des informations harmonisées	0
	Réalisation	0
	Formalisation d'un glossaire commun	+
Mesure du taux de présence en PDV	Mesure du taux de présence en point de vente des éléments PLV	+
Recyclage et écoconception	Atelier et échange de bonnes pratiques	0

Le planning plus détaillé sera défini ultérieurement.