

Les ruptures en linéaire coûtent 4 milliards d'euros par an à l'industrie des Produits de Grande Consommation

Symphony IRI Group met en lumière le coût des ruptures de stock dans un nouveau rapport : "Améliorer le taux de Service en Magasin"

SymphonyIRI Group a publié lors de la conférence ECR Europe qui s'est tenue à Bruxelles les 4 et 5 avril 2011, son nouveau rapport à destination des Distributeurs et Industriels des Produits de Grande Consommation : « Améliorer le taux de service en magasin ». Le rapport révèle que le taux de rupture des produits de grande consommation à travers l'Europe atteint en moyenne 8,3 % et coûte à l'industrie au moins 4 milliards d'euros chaque année. Selon SymphonyIRI Group, on a tendance à mesurer la disponibilité des produits à partir de l'entrepôt, ce qui ne donne pas un aperçu exact de ce que le consommateur constate réellement dans le linéaire ».

Une recherche menée par Gruen et Corsten en 2008 révélait que toutes les études réalisées depuis 1992 ont estimé, dans les marchés développés, le niveau des ruptures en moyenne à 9 %. « La problématique des ruptures de stock a cependant peu évolué au cours des vingt dernières années, malgré les milliards qui ont été investis dans la chaîne de distribution, et dans la capacité à suivre le niveau de stock à chaque minute de son parcours vers sa destination finale », affirme Andrew Mitchell Sales Director for Technology Services, SymphonyIRI Group.

« Si la problématique est la même, son impact lui, a changé », poursuit-il. « Certes, les industriels en supportent les conséquences les plus fortes, mais les enjeux sont importants également pour les distributeurs. Les deux acteurs sont confrontés au risque de substitution, de report d'achats et de baisse de fidélité. Le shopper averti, face à la rupture de sa marque préférée, ne choisira pas seulement d'orienter son achat vers une autre marque, mais pourra également transmettre son mécontentement à d'autres consommateurs, et ainsi potentiellement en démultiplier les effets. Dans le climat économique actuel, où les industriels et les distributeurs souhaitent faire croître les ventes et augmenter la fidélité à la marque, il est temps de s'attaquer au coût réel de la rupture ».

SymphonyIRI insiste sur le fait qu'une rupture répétée dans le même point de vente pousserait les consommateurs à changer de magasin de façon définitive, mettant ainsi en difficulté aussi bien le distributeur que les marques. Les études menées par SymphonyIRI en Europe montrent que le niveau

de substitution entre les marques peut atteindre jusqu'à 75 % dans le cas où la marque prévue n'est pas disponible. Ce pourcentage peut varier selon les catégories. Par exemple, le pourcentage d'achats de substitution d'un produit ou d'une marque est inférieur sur les produits d'entretien (42 %) à ce qu'il est dans les produits frais ou surgelés (63 %). Ceci s'explique principalement par le niveau d'urgence de l'achat et la durée de vie des produits. De même, la part des achats de substitution est plus élevée pour les Marques De Distributeurs que pour les Marques Nationales (65% contre 53 %).

SymphonyIRI Group, en collaboration avec ECR Europe, qui rassemble les industriels et distributeurs du secteur des produits de grande consommation, a développé un outil d'évaluation du taux de service (On Shelf Availability Assessment) qui permet aux deux parties d'agir sur les leviers déterminants d'un meilleur taux de service. L'outil fournit une analyse instantanée de leur situation, qui, confrontée aux recommandations de « bonnes pratiques » (développées à partir des expériences de nombreux acteurs des PGC), les aide à améliorer la situation. Il est disponible en libre accès aux Membres de ECR sur le site <http://ecr-all.org>

« De nombreuses études et projets pilotes nous ont montré qu'une étroite collaboration entre industriels et distributeurs, accompagnée d'outils pour supporter un processus commun, réduit réellement les ruptures » dit Xavier Hua, Directeur Général d'ECR Europe. « Définir le contour de la collaboration peut être un enjeu significatif pour tenter de résoudre la problématique des ruptures, compte tenu du temps limité dont disposent en général les distributeurs pour se consacrer à la question. Cependant l'impact d'un investissement dans ce domaine est clair et il n'y a aucune raison pour que le taux de service reste une fatalité pour l'industrie. Une gestion réussie peut améliorer la gestion du stock à hauteur de 62 % et une augmentation de 3 % de la disponibilité des produits en rayon peut représenter 1 % de ventes additionnelles pour les industriels ».

Le rapport complet donne les recommandations pratiques pour casser les obstacles à une amélioration du taux de service. Il peut être téléchargé sur <http://www.symphonyIRI.eu> ou demandé à : anne.lefranc@symphonyiri.com.

28 avril 2011

Notes to editors:

About SymphonyIRI Group

SymphonyIRI Group, formerly named Information Resources, Inc (“IRI”) is the global leader in innovative solutions and services for driving revenue and profit growth in CPG, retail and healthcare companies. SymphonyIRI offers two families of solutions: core solutions for market measurement and Symphony Advantage solutions for enabling new growth opportunities in marketing, sales, shopper marketing and category management. SymphonyIRI solutions uniquely combine content, analytics and technology to deliver maximum impact. SymphonyIRI helps companies create, plan and execute forward-looking, shopper-centric strategies across every level of the organization.

For more information, visit: www.SymphonyIRI.eu

About ECR Europe

ECR Europe is a collaborative retailer-manufacturer platform with a mission “to fulfil consumer wishes better, faster and at less cost”. It is a non-profit organisation which aims to help retailers and manufacturers in the FMCG sector to drive supply chain efficiencies and deliver business growth and consumer value. Since November 2010, ECR Europe is the regional platform for collaboration of the Global Consumer Goods Forum. ECR Europe community website: www.ecr-all.org

Contact for SymphonyIRI Group:

Anne Lefranc
Marketing Director at Symphony IRI Group
Email: anne.lefranc@SymphonyIRI.com
Tel : +33 1 30 06 23 62

Teresa Horscroft
PR Consultant at Eureka Communications
Email : teresa@eurekacomms.co.uk
Tel : +44 (0)1420 564346/07990 520390

Contact for ECR Europe :

Xavier Hua
Managing Director, ECR Europe
Tel : + 32 2 738 06 44
e-mail : xavier.hua@ecreurope.com