Taux de service au consommateur en linéaire

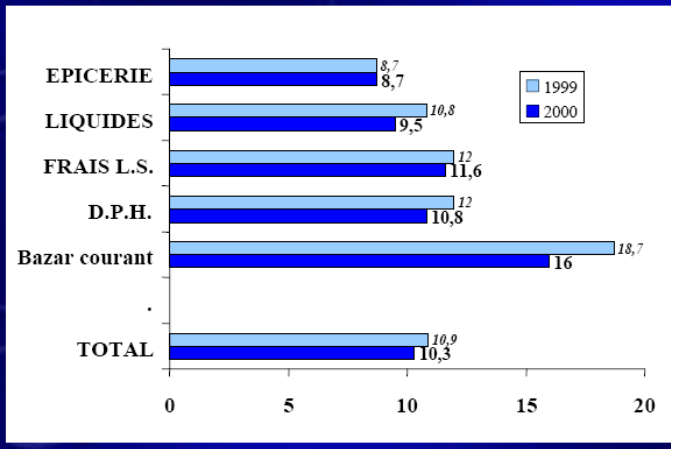
Eva ALCAIDE — Auchan

Jean-Pierre ZABLITH — Nestlé

ECR France Efficient Consumer Response

Les ruptures en linéaire : un problème majeur, ancien, récurrent

- Moyenne tous produits, tous HM et SM : 10,3% en 2000*
- Toutes les catégories sont concernées : de 5,3% à 29,8%
- Tous les fabricants : de 4% à 32%
- Tous les distributeurs et tous les formats de magasins :
  - Supermarchés de 8% à 9,5%
  - Hypermarchés de 11% à 12,5%

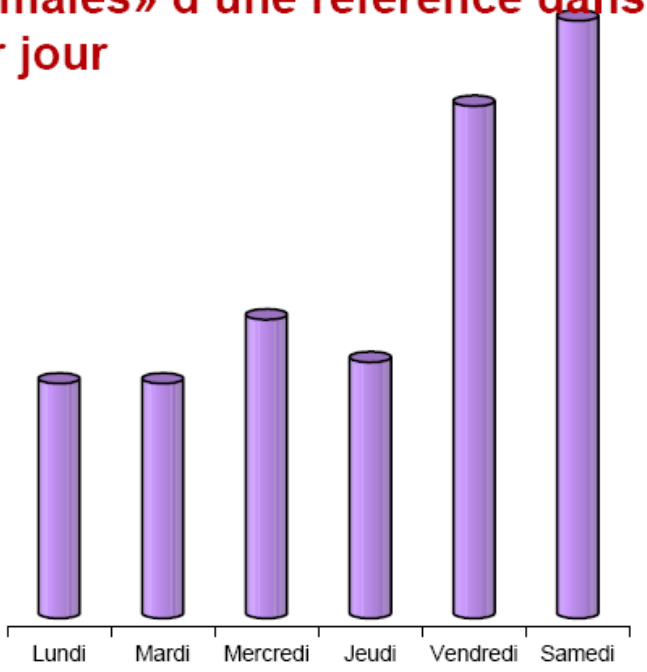


⇨ 717 produits / magasin ne seront pas au rdv des consommateurs

*Maillage mensuel, source : Panel International

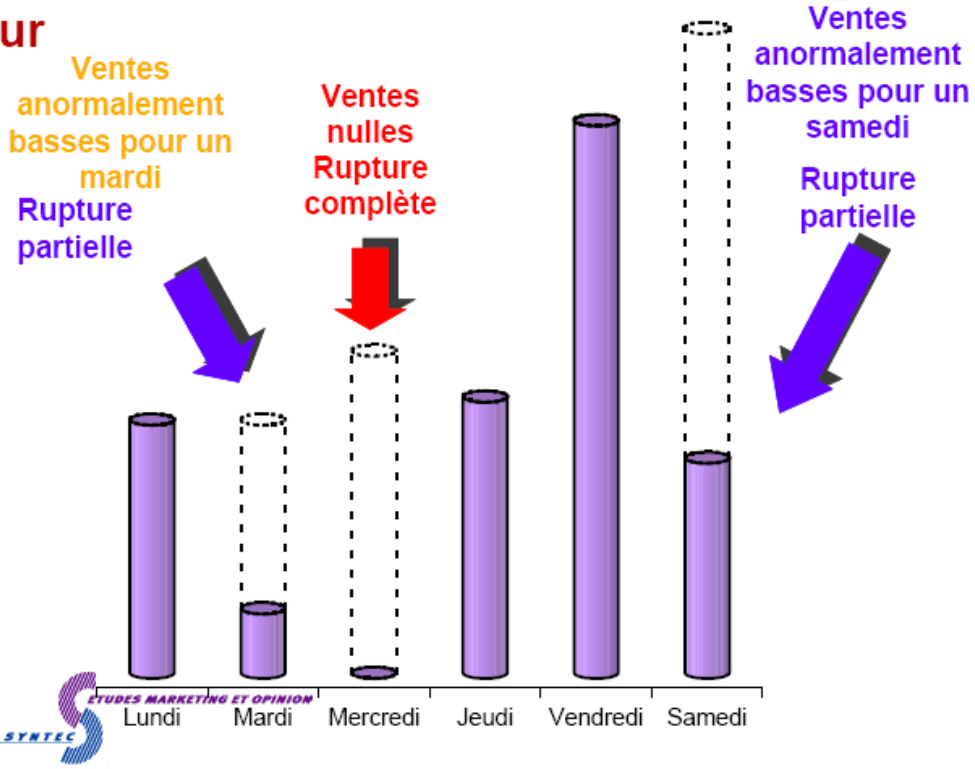
ECR France Efficient Consumer Response

Ventes «normales» d'une référence dans un magasin par jour



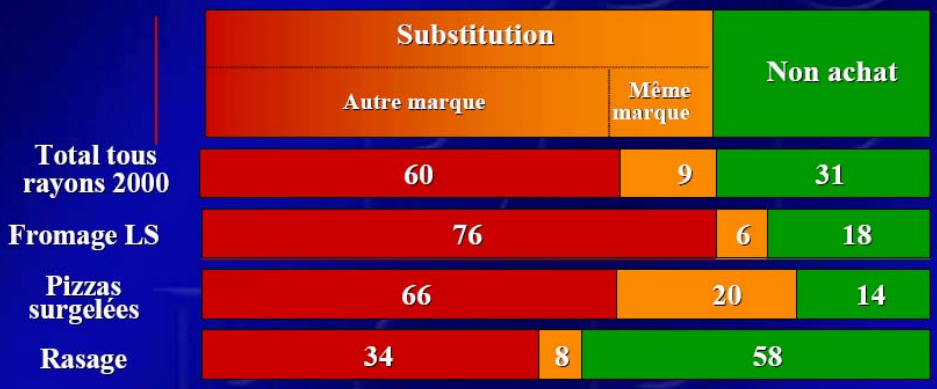
Copyright © 2004 IRI France.

Ventes réelles d'une référence dans un magasin par jour



Copyright © 2004 IRI France.

Les enjeux

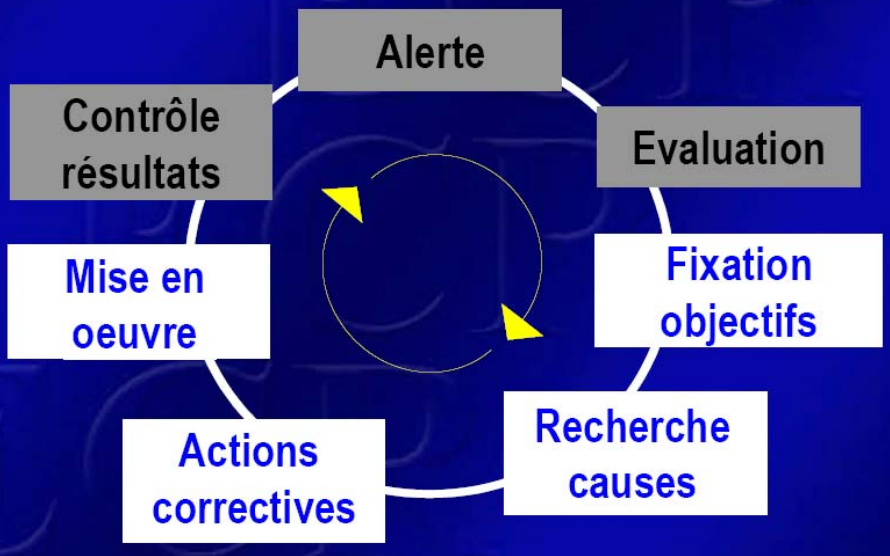


La répétition des ruptures aggrave les conséquences

	1ère fois	2ème fois	3ème fois
Substitution	69%	50%	30%
Non achat	31%	50%	70%

Source : MCA

La méthode : un processus d'amélioration continue en 7 étapes



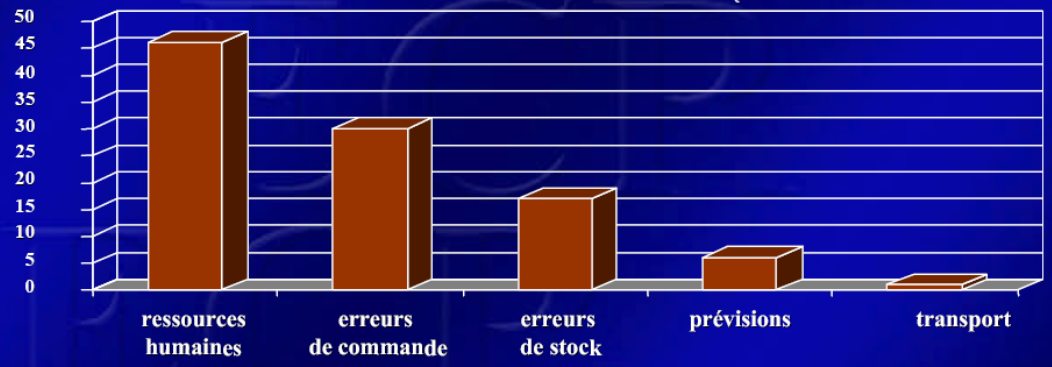
Recherche des causes

Focus : 1 magasin

USINE	ENTREPOT FOURNISSEUR	ENTREPOT DISTRIBUTEUR	MAGASINS

ruptures industrielles
• erreurs préparation
• retard transport
20%

80%
merchandising
• système d'information
• ressources humaines



Mise en œuvre des actions correctives

Logistique amont :
- passage en GPA
- augmentation de la fréquence de réapprovisionnement CdD - PdV

Ressources humaines :
- prise de conscience collective
- une personne supplémentaire
- réorganisation de la réserve

Collaboration de proximité
- stocks entrepôt distributeur communiqués à la force de vente LaSCAD

Résultats

% rupture	Global	Gels douche	Déodorants
Avant (rappel)	6,4%	1,1%	8,5%
Après	**2,6%**	**0%**	**3,7%**