

LES RAPPORTS PRODUCTEURS DISTRIBUTEURS



La réponse optimale au client peut se construire à partir d'une collaboration entre industriel et distributeur, basée sur le partage des informations. Les distributeurs apportant leurs connaissances du client et de ses attentes, l'industriel partageant ses savoirs et savoir-faire sur les produits.

1/ L'EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

L'ECR (Efficient Consumer Response ou réponse optimale au client) est une stratégie au service des relations industrie-commerce visant à apporter de meilleures réponses aux attentes des consommateurs et à optimiser les différents maillons de la chaîne d'approvisionnement.

Ce sont les commandes réelles des clients qui vont être à l'origine des flux d'informations remontant du distributeur au producteur à travers la chaîne logistique.

A/ Objectif

L'objectif de l'ECR est d'augmenter les chiffres d'affaires des partenaires, producteurs et distributeurs tout en diminuant leurs coûts. Les nouvelles relations de coopération définies par l'ECR donnent un nouveau contenu aux relations commerciales. Dans un premier temps, elles prendront en compte la satisfaction du client puis dans un second temps, elles porteront sur la recherche d'une collaboration gagnant-gagnant entre les partenaires.

L'ECR se distingue du trade-marketing (marketing dédié au BtoB) du fait que cette dernière notion est une collaboration producteur-distributeur sans prise en compte du client.

B/ CHAMPS D'APPLICATION DE L'ECR

L'ECR s'applique :

- pour gérer la demande consommateur : l'objectif est l'optimisation de l'assortiment, des promotions, l'introduction de nouveaux produits et la création de valeur pour le consommateur ;
- pour gérer les approvisionnements : le principal objectif est de limiter les stocks en évitant les ruptures pour réduire les coûts à travers une approche plus efficiente. Ces objectifs peuvent être atteints à travers

l'automatisation des commandes, la synchronisation de la production ou la continuité du réapprovisionnement.

La mise en place des pratiques étant complexe, l'utilisation de supports technologiques est donc indispensable pour gérer au mieux des milliers de références. L'une des principales caractéristiques de cette démarche est son aspect partenarial producteur-distributeur tourné vers le client.

C/ ECR et l'optimisation de la chaîne logistique

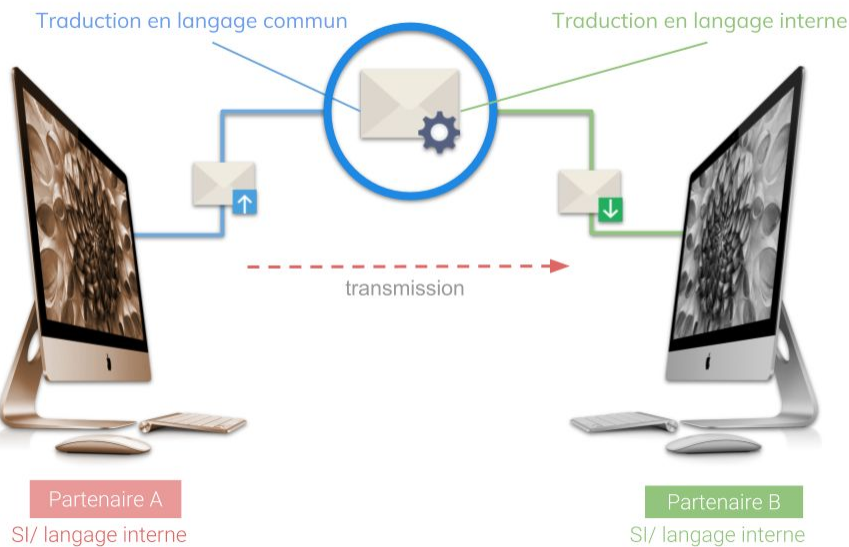
Les objectifs de l'ECR sont :

- de limiter des litiges coûteux entre les partenaires ;
- de limiter les échanges de documents et d'informatiser les échanges de données ;
- d'optimiser les flux logistiques (développement de partenariat avec des fournisseurs locaux Danone a des producteurs de lait qui se situe en moyenne à 56 kms des usines, Céline, fabricant de produits textiles haut de gamme, a privilégié les fournisseurs locaux pour les matières premières permettant une plus grande réactivité) en réduisant les ruptures et les coûts pour améliorer le taux de service au client ;
- de valoriser l'assortiment par le biais de la création de nouveaux produits (Terre d'Oc, fournisseur de Nature & Découvertes, a poussé plus loin les demandes d'innovation de son client en utilisant des encres végétales ; Danone a mis en place un partenariat avec ses éleveurs pour les accompagner dans la conversion d'élevage bio) ;
- d'optimiser la gestion de l'espace de vente : le groupe Carrefour pour être de plus en plus compétitif travaille sur le merchandising et l'offre avec des industriels pour rendre le rayon plus attrayant dans son show-room des Ulys (91) ;
- d'anticiper la demande liée à des promotions, d'améliorer la communication entre les partenaires, de passer d'une relation conflictuelle tournant seulement autour de la variable prix à une relation de coopération, créatrice de valeur pour le consommateur.

2/ LES OUTILS DE L'ECR

A/ L'Échange de Données Informatisées (EDI)

EDI signifie « Echanges de Données Informatisées ». L'optique de cette démarche est de remplacer les documents papiers par des documents informatisés, qu'ils s'agissent de commandes, factures, avis d'expédition... pour atteindre le zéro papier.



L'ÉCHANGE DE DONNÉES INFORMATISÉES (EDI)

De plus, ce système limite les interventions humaines, il évite une ressaisie des informations ; il est donc plus rapide, plus fiable et moins coûteux. Il entraîne donc une réduction des coûts pour les entreprises, ce système permet à une équipe réduite de traiter un nombre d'affaires importants. En effet, il permet une réduction des stocks, un meilleur suivi des produits, une meilleure traçabilité, il limite les erreurs de saisie, les litiges. En conclusion, il simplifie les échanges, apporte des services supplémentaires et permet de fidéliser les partenaires. Pour apporter une réponse optimale au consommateur, tous les partenaires de la chaîne logistique doivent coopérer avec le même langage. L'entreprise peut faire de son EDI un avantage concurrentiel puisqu'il apporte une réelle valeur ajoutée.

B/ La Commande Assistée par Ordinateur

La CAO est un outil qui traite les données concernant les ventes de produits des unités commerciales ou sorties des entrepôts pour établir les commandes dans le cadre de l'ECR. La mise en place de la CAO a pour but d'honorer les commandes dans les délais impartis, de réduire les coûts en augmentant la productivité, d'optimiser la gestion des marchandises provenant de nombreux fournisseurs, d'accroître la fiabilité de la préparation de commandes.

Desigual a mis en place des outils de traitement des commandes pour gagner en réactivité : l'entreprise peut désormais livrer 100 000 vêtements/jour et gérer 5 000 commandes pour distribuer dans plus de 5 000 magasins dans le monde entier.

C/ La Gestion Partagée des Approvisionnements

La Gestion Partagée des Approvisionnements peut se définir comme un contrat de coopération entre un industriel et un distributeur. Les approvisionnements sont gérés à travers un processus partagé qui permet au producteur d'avoir accès aux données concernant les stocks du distributeur (sorties en caisses, niveau de stocks). À partir de ces informations, l'industriel lui propose un réapprovisionnement qu'il valide ou corrige. Ensuite, l'industriel procède à la livraison convenue. Les informations sont enregistrées via les codes barre sur les produits ou une nouvelle technologie mise en œuvre dans le secteur du textile connue sous le nom de RFID (Radio Frequency IDentification), puce incorporée ou collée sur le produit et dont l'objectif est de remplacer le code barre et qui permet tout comme le code barre d'identifier le produit, d'enregistrer les sorties avec les passages en caisse et d'en déterminer les stocks.

Objectifs

Les objectifs de la GPA sont d'améliorer la logistique en diminuant les coûts liés aux stocks et aux transports et en augmentant le niveau de service (élimination des ruptures de stocks, attente de prochaines livraisons...). Les livraisons étant plus fréquentes, elles permettent d'absorber les aléas, de lisser les pics de vente avec une grande réactivité. Les magasins Jennifer ont investi en 2011 dans des terminaux mobiles afin d'assurer les réapprovisionnements de leur 400 magasins dans le monde dans les meilleurs délais. Ces terminaux ont permis de réaliser des gains de productivité de l'ordre de 20 % lors des préparations de commande.

3/ PRODUCTEURS ET DISTRIBUTEURS: UNE RELATION SOUS SURVEILLANCE

La France est le pays européen qui connaît la plus importante concentration de grandes surfaces au mètre carré. C'est pourquoi les distributeurs ont un véritable pouvoir sur les producteurs qui leur fournissent les produits.

Cette situation entraîne donc un déséquilibre récurrent dans les relations commerciales entre les partenaires, la question des marges étant au cœur de ces désaccords.

La baisse des prix des matières premières bénéficient systématiquement aux distributeurs qui paient moins chers leurs produits sans pour autant répercuter cette baisse au consommateur final. Ces déséquilibres sont le plus souvent en défaveur des producteurs mais pas uniquement, il se peut qu'un industriel en position de force de par son poids sur le marché et la nature de ses produits (il n'est pas pensable pour un distributeur de ne pas proposer de boissons Coca Cola dans son unité commerciale) impose ses conditions au distributeur.

Les objectifs de la réglementation

La réglementation prévoit les éléments constitutifs de la base de la négociation (les conditions de vente, le barème des prix unitaires, les réductions de prix, les conditions de règlement) ainsi que les réparations en cas de faute de l'un ou l'autre des partenaires. En effet, les producteurs doivent être protégés notamment au cas où ils sont amenés à réaliser des investissements importants qu'ils seraient dans l'incapacité d'amortir si les distributeurs leurs imposaient des réductions de prix ou si le contrat était rompu subitement. Les sanctions peuvent être financières (cas des producteurs de farine, d'endives, les lessiviers, les opérateurs de téléphonie mobile) mais aussi en termes d'image (opérateurs de téléphonie, cette décision a permis l'ouverture du marché à un quatrième intervenant, Free).