

# Extrait

Pour acheter l'enquête dans son intégralité, veuillez envoyer un courriel à: [info@globalretailciosurvey.com](mailto:info@globalretailciosurvey.com)

# 10

## Global **Retail CIO** Survey 2010



2010 : Adapter la supply chain au service du consommateur

Les Sponsors



*Aldata*  
100% Retail-Wholesale

Recherche  
conduite par



## Extrait

Pour acheter l'enquête dans son intégralité, veuillez envoyer un courriel à: [info@globalretailciosurvey.com](mailto:info@globalretailciosurvey.com)

# 10

# Global Retail CIO Survey 2010

## Aperçu général

Aldata et IBM vous présentent la deuxième édition de leur étude sur la grande distribution « Global Retail CIO Survey ». Cette étude, conduite par Martec, porte sur plus d'une centaine de grands distributeurs dont les ventes cumulées représentent 8 % du marché total en Europe et sur le continent américain. Les entretiens ont eu lieu entre septembre et décembre 2009. 10% des distributeurs interrogés sont situés en France, en Belgique et au Luxembourg.

Ce rapport porte sur les distributeurs alimentaires en gestion traditionnelle et en category management (ceux dont l'activité se concentre essentiellement sur des produits permanents) couvrant l'Amérique du Nord, l'Amérique du Sud et l'Europe. Il s'intéresse aux technologies déjà utilisées, celles planifiées pour l'avenir ainsi qu'aux priorités en matière de dépenses et d'investissements IT dans les différents domaines d'activité. Nouveauté en 2010 : l'enquête prend en compte les recherches réalisées sur le développement durable et plus particulièrement l'impact qu'elle peut avoir sur l'informatique dans le secteur de la grande distribution.

Plusieurs tendances principales se dégagent de cette enquête :

- Un retour progressif au niveau de dépenses IT d'avant la récession économique
- De nouvelles méthodes permettant de mieux cerner les attentes des clients et de les fidéliser
- Une optimisation de l'offre produits/emplacements/prix/promotions
- Une meilleure disponibilité du produit en rayon

Nous tenons à remercier tous les responsables ayant participé à cette étude de nous avoir fait partager leur point de vue, leurs opinions et, surtout, de nous avoir accordé de leur temps.

## Principaux points à retenir

- L'enquête sur les systèmes informatiques dans la grande distribution, intitulée « 2010 Retail CIO Survey », compile les avis des distributeurs dont les ventes cumulées représentent 528 milliards de dollars et sont réparties dans plus de 62 000 points de vente. Cela équivaut, en termes de vente, à 8 % de l'ensemble du secteur de la grande distribution sur les continents américains et européens (et non en termes de distributeurs en category management uniquement). 10% des distributeurs interrogés sont situés en France, en Belgique et au Luxembourg. Au total, 109 responsables des technologies de l'information et directeurs informatiques - qui tous travaillent pour des distributeurs ayant recours à la gestion par category management - ont été interrogés dans le cadre de cette étude.
  - En termes de pourcentage de ventes, les budgets informatiques semblent être de nouveau revus à la hausse, après une chute au moment où la crise économique a éclaté l'année dernière. Actuellement, ils s'élèvent en moyenne à 1,3 % des ventes pour l'ensemble des distributeurs contre 1 % l'année dernière. Les distributeurs alimentaires, moins exposés à la récession que les distributeurs des autres secteurs, ont enregistré une croissance de leur budget informatique, celui-ci passant de 0,9 % l'année dernière à 1,1 % des ventes cette année. Il convient cependant de noter qu'il existe une légère différence entre les budgets IT en Europe et sur le continent américain, les distributeurs européens dépensant légèrement plus en pourcentage de ventes (1,3 % pour les distributeurs européens contre 1,2 % pour les homologues américains).
  - Plus de la moitié des distributeurs interrogés (53 %) prévoient que leur budget informatique, en pourcentage de ventes, restera le même pour l'année prochaine. Cependant, comme l'année dernière, 26 % pensent que leur budget informatique augmentera. L'année dernière, les entreprises concernées par une augmentation de budget étaient surtout celles dont les mises en place de nouveaux systèmes étaient déjà envisagées. Les entretiens réalisés cette année ont révélé que la situation des distributeurs revenait progressivement à la normale.
  - Jusqu'à présent, le développement durable n'a qu'un impact limité sur les dépenses et la stratégie informatique des distributeurs. Lorsque les personnes interrogées ont été invitées à noter l'impact du développement durable (10 représentant le maximum), le résultat a été mitigé, avec une moyenne de 5,1 sur 10. A la question de savoir quels domaines d'applications avaient, selon elles, le plus d'incidence sur le développement durable et l'informatique, ces mêmes personnes ont, sans surprise, placé les opérations magasin en tête de liste. La vente multi-canal est considérée comme l'application susceptible d'avoir le plus d'impact sur le développement durable à l'avenir. Cela s'explique par le fait qu'elle va révolutionner la nature même de la distribution, en particulier aux niveaux des chaînes de magasin, de leur taille, de la livraison, du réapprovisionnement et de la fréquentation.
  - La récession économique ne semble pas avoir remis en cause les projets à plus long terme relatifs à la mise en place ou à la mise à niveau des systèmes. La majorité des distributeurs envisagent des investissements conséquents afin de procéder à l'installation de nouvelles applications informatiques.
  - Parmi les neuf domaines d'activités visés par cette enquête, celui des applications a été le plus souvent cité car considéré comme le plus essentiel en matière d'optimisation des processus commerciaux clés. Cela comprend le réapprovisionnement du magasin (32 %), le réapprovisionnement automatique (32 %) ainsi que l'optimisation du prix (29 %).
  - Dans les catégories IT / Architecture des données et Gestion fournisseurs, le Master Data Management (MDM) a été cité comme l'application la plus importante, tant au sein de l'entreprise (29 %) que pour la gestion fournisseurs (33 %) en particulier.
  - Les principales priorités exprimées par les distributeurs en matière de mise à niveau de systèmes portent sur une utilisation optimisée des biens déjà en leur possession, à l'instar des stocks, de la main d'œuvre et de l'espace. La gestion des promotions (36 %), le réapprovisionnement automatique (30 %) et l'optimisation des assortiments (29 %) représentent leurs trois premières priorités.
  - Concernant les applications que la plupart des distributeurs prévoient de mettre en place, l'accent a été mis sur le CRM multi-canal (42 %) et sur la fidélisation clientèle (38 %). Cette nouvelle tendance est, selon Martec, le signe que les distributeurs vont désormais au-delà de la simple réduction des coûts pour rester compétitifs. Ils tentent d'attirer davantage de clients et de maintenir le niveau de satisfaction des clients existants, et ce quel que soit le canal utilisé.
  - Les applications que les distributeurs sont les moins susceptibles de mettre en place sont celles qui, en règle générale, ne garantissent pas un retour sur investissement rapide ou celles susceptibles d'être utilisées dans des domaines où les distributeurs considèrent que de simples fichiers et des systèmes informatiques informels constituent des supports adéquats. Les achats spéculatifs (64 % des distributeurs n'envisagent pas leur mise en place), le cloud computing (60 %) et les systèmes de base de fidélisation clientèle (51 %) représentent les trois applications que les distributeurs sont le moins susceptibles de mettre en place.
- Dans la section suivante de ce rapport, les graphiques d'évaluation portant sur les distributeurs alimentaires et les distributeurs non alimentaires indiquent quelles applications deviendront un « must have » : des applications qu'au moins 75 % des distributeurs interrogés auront mises en place au cours des trois prochaines années.
- Pour ce qui est du budget informatique, on note une reprise dans la mesure où celui-ci est passé, en pourcentage de ventes, à 1,3 % en 2010 contre 1 % en 2009.
  - L'optimisation de l'offre produits/emplacements/promotions demeure essentielle puisque les distributeurs mettent à niveau leurs systèmes informatiques ou mettent en place de nouveaux systèmes en matière de réapprovisionnement automatisé (52 %), d'optimisation des assortiments (58 %), d'optimisation des promotions (56 %), de gestion des promotions (54 %). En outre, 46 % des personnes interrogées envisagent d'investir dans la prévision de la demande.

## Extrait

Pour acheter l'enquête dans son intégralité, veuillez envoyer un courriel à: [info@globalretailciosurvey.com](mailto:info@globalretailciosurvey.com)

# 10

## Evaluation de votre entreprise

Dans cette section, vous trouverez des tableaux qui vous permettront d'identifier rapidement les systèmes qui seront mis en place dans les trois prochaines années par d'autres distributeurs sur le continent américain et en Europe ainsi que la moyenne des dépenses dans le domaine informatique.

## Evaluation de votre entreprise

Les tableaux ci-dessous mettent l'accent sur les applications susceptibles d'être mises en place au cours des trois prochaines années par les distributeurs alimentaires et non alimentaires en Europe et sur le continent américain, ainsi que sur la moyenne des dépenses dans le domaine informatique. Il va sans dire que chaque entreprise est différente. De fait, ce qui peut apparaître comme la meilleure solution pour un distributeur donné ne correspond pas forcément à ce que d'autres ont mis en place. Cependant, ces tableaux permettent d'identifier certains des secteurs dans lesquels d'autres investissent.

Vous remarquerez que le nombre d'applications susceptibles de devenir un « must have » est plus élevé du côté des distributeurs non alimentaires que des distributeurs alimentaires. Cela n'est guère surprenant dans la mesure où les distributeurs non alimentaires dépensent davantage dans le domaine informatique en termes de pourcentage de ventes, ce qui permet de gagner en flexibilité.

Les applications qui ont fait un bond au classement cette année sont **surlignées** afin que vous puissiez identifier les tendances actuelles ainsi que les applications innovantes et susceptibles d'évoluer rapidement.

Applications qu'au moins 75 % des distributeurs alimentaires ont déjà mises en place ou auront mises en place dans trois ans

<b>Opérations magasin et productivité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réapprovisionnement du magasin (91 %)</li> <li>- Inventaire permanent (89 %)</li> <li>- Applications mobiles (87 %)</li> <li>- <b>Gestion des effectifs (81 %)</b></li> </ul>
<b>Ventes multi-canal</b>	- <b>CRM multi-canal (78 %)</b>
<b>Optimisation du réapprovisionnement et gestion des stocks et de l'espace linéaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réapprovisionnement automatique (91 %)</li> <li>- <b>Prévision de la demande (85 %)</b></li> <li>- Gestion de l'espace linéaire (84 %)</li> <li>- Allocation (81 %)</li> <li>- Optimisation des assortiments (80 %)</li> </ul>
<b>Tarification et promotions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion des promotions (93 %)</li> <li>- <b>Prévision de la demande (81 %)</b></li> <li>- <b>Optimisation des prix (80 %)</b></li> <li>- <b>Optimisation des promotions (79 %)</b></li> </ul>
<b>Marketing et fidélisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stockage de données/connaissance clients (85 %)</li> <li>- <b>Communications marketing électroniques (84 %)</b></li> </ul>
<b>Logistique, distribution et transport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Applications multi-modales (78 %)</li> <li>- <b>Gestion des effectifs (77 %)</b></li> <li>- Planification des transports (76 %)</li> <li>- Système de gestion d'entrepôt en temps réel (76 %)</li> <li>- Optimisation du picking (76 %)</li> </ul>
<b>Gestion fournisseurs</b>	- Web EDI (90 %)
<b>Sécurité des produits</b>	Aucune des applications n'a atteint un niveau de mise en place de 75 % ou la mise en place de ces applications n'est pas envisagée
<b>Architecture informatique et des données</b>	- MDM Entreprise (Master Data Management) (81 %)
<b>Dépenses informatiques</b>	1,1 % des ventes

Applications qu'au moins 75 % des distributeurs non alimentaires ont déjà mises en place ou auront mises en place dans trois ans

<b>Opérations magasin et productivité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administration centralisée des TPV (93 %)</li> <li>- Gestion des effectifs (92 %)</li> <li>- Applications mobiles (91 %)</li> <li>- Inventaire permanent (84 %)</li> <li>- Réapprovisionnement du magasin (81 %)</li> </ul>
<b>Ventes multi-canal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Service après-vente (95 %)</li> <li>- Site Web transactionnel (91 %)</li> <li>- <b>Livraison à domicile (75 %)</b></li> </ul>
<b>Optimisation du réapprovisionnement et gestion des stocks et de l'espace linéaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réapprovisionnement automatique (93 %)</li> <li>- Répartition initiale (Allocation) (93 %)</li> <li>- Prévion de la demande (88 %)</li> <li>- <b>Optimisation du chargement et du transport (86 %)</b></li> <li>- <b>Optimisation des assortiments (84 %)</b></li> <li>- <b>Gestion des capacités (78 %)</b></li> </ul>
<b>Tarification et promotions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion des promotions (95 %)</li> <li>- <b>Optimisation des promotions (89 %)</b></li> <li>- Prévion de la demande (84 %)</li> <li>- <b>Optimisation des prix (79 %)</b></li> </ul>
<b>Marketing et fidélisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Communications marketing électroniques (94 %)</b></li> <li>- Stockage de données/connaissance clients (89 %)</li> <li>- Système de fidélisation – avec les informations clients et en lien avec les profils et les comportements d'achat (79 %)</li> </ul>
<b>Logistique, distribution et transport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestion des effectifs (88 %)</b></li> <li>- Système de gestion d'entrepôt en temps réel (85 %)</li> <li>- <b>Gestion des retours (85 %)</b></li> <li>- Optimisation du picking (81 %)</li> <li>- <b>Optimisation du réseau logistique (81 %)</b></li> <li>- <b>Gestion des transports (78 %)</b></li> <li>- <b>Planification des transports (76 %)</b></li> </ul>
<b>Gestion fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Web EDI (86 %)</li> <li>- <b>Systèmes VMI / CMI (78 %)</b></li> <li>- <b>Sourcing (77 %)</b></li> <li>- <b>MDM (75 %)</b></li> </ul>
<b>Sécurité des produits</b>	Aucune des applications n'a atteint un niveau de mise en place de 75 % ou la mise en place de ces applications n'est pas envisagée
<b>Architecture informatique et des données</b>	- MDM Entreprise (Master Data Management) (82 %)
<b>Dépenses informatiques</b>	1,4% des ventes

## Les Sponsors



[www.ibm.com/retail](http://www.ibm.com/retail)

IBM travaille depuis plus de 30 ans en partenariat avec les plus grands distributeurs du monde pour les aider à résoudre leurs problèmes les plus complexes. Notre expérience inégalée dans la grande distribution comprend des engagements qui intègrent nos capacités mondiales dans les services, logiciels, matériel informatique, recherche fondamentale et financement. Les distributeurs profitent de notre force pour innover et se différencier pour satisfaire la demande :

construire des opérations plus sophistiquées, créer un merchandising et une supply chain plus pertinents et offrir une expérience de shopping approprié aux clients. De plus, nous collaborons d'une manière étroite avec les principaux partenaires de l'industrie à travers la chaîne complète d'activité de distribution. Pour en savoir plus, veuillez vous rendre sur [ibm.com/retail](http://ibm.com/retail)



**100% Retail-Wholesale**

[www.aldata-solution.com](http://www.aldata-solution.com) | [info@aldata-solution.com](mailto:info@aldata-solution.com)

Aldata est un des leaders mondiaux de l'édition de logiciels pour les entreprises du secteur de la distribution de détail et de gros. Aldata se consacre à 100% à l'amélioration et à l'optimisation du retail et du commerce de gros. Depuis 1986, nous fournissons à nos clients des solutions modernes, flexibles et intégrées, spécialement conçues pour améliorer leur productivité, leurs performances et leur rentabilité dans leurs activités de retail et de gros.

Avec plusieurs milliers d'installations réussies, allant du magasin de proximité à l'hypermarché, des centaines d'entrepôts et des clients disposant de cinq à cinq mille points de vente dans 50 pays, Aldata distribue en permanence les marchandises qui contribuent à l'amélioration de la vente au détail et de gros.

- 100% de nos clients opèrent sur les marchés du retail et commerce de gros
- 100% de notre technologie est conçue pour le retail et commerce de gros
- 100% de nos ressources sont investies dans le retail et commerce de gros

Pour obtenir des informations sur Aldata, veuillez vous rendre sur [www.aldata-solution.com/fr](http://www.aldata-solution.com/fr) ou envoyer un message à [info.fr@aldata-solution.com](mailto:info.fr@aldata-solution.com)

## Recherche conduite par



[www.martec-international.com](http://www.martec-international.com)

Martec International est une entreprise de conseil et de formation spécialisée dans la grande distribution et le leader du marché dans ce genre de recherche. Nous aidons les distributeurs à améliorer la performance de leur activité et aidons les fournisseurs des distributeurs à réaliser avec

succès leurs stratégies marketing. Parmi nos clients : des distributeurs, des vendeurs de technologie et marchandises, des fabricants d'ingrédients, des banques, des sociétés de télécommunications et spécialistes du capital-risque.

Si vous voulez de plus amples informations sur ce rapport ou sur les services de Martec et la distribution, veuillez contacter : [www.martec-international.com](http://www.martec-international.com)

Les résultats exposés dans ce rapport ont été compilés par Martec International. Le cœur de métier de Martec comprend la distribution et la gestion de la chaîne logistique. Martec met en œuvre les meilleurs processus commerciaux d'un point de vue éthique, ainsi que la technologie de l'information et les méthodes d'apprentissage pour améliorer la performance du secteur au profit de ses clients.

Tous droits réservés © 2010 Martec International Ltd.

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, transmise, transcrite ou stockée dans un système de récupération des données, ni traduite dans une langue ou un langage informatique, sous quelque forme et par quelque moyen – électronique, mécanique, optique, chimique, manuel ou autre – que ce soit, sans le consentement écrit préalable de Martec International Ltd, Martec House, 40 High Street, Taunton, Somerset, TA1 3PN.