



# TRAVAILLER EN BONNE INTELLIGENCE AVEC LES ENSEIGNES

**Christine BARTHE, Déléguée générale de la Feef**  
**Philippe BRETON, Dirigeant PHB Consultants**



# LA FEEF, UNE PASSERELLE POUR LES PME

**NOTRE VOCATION: BOOSTER LES CONNEXIONS AVEC LA GD ET LA RHF**

600 entreprises,  
75% agro,  
60% mdd

PME



GD ET RHF

- RENCONTRES EN DEHORS DU BOX
- ELARGIR SON RESEAU A L'INTERIEUR DE CHAQUE ENSEIGNE
- CRÉER DES OPPORTUNITES DE BUSINESS
- ROMPRE L'ISOLEMENT DE L'ENTREPRENEUR
- S'INFORMER ET SE FORMER
- AMENAGER LA RELATION COMMERCIALE



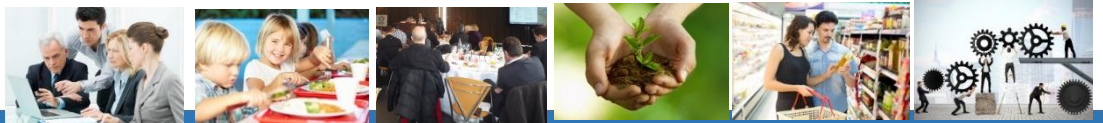
# LA FEEF, UN INTERLOCUTEUR RECONNU / LES DISTRIBUTEURS

- **PRAGMATISME**
- **DIALOGUE ET SOLUTIONS**
- **SOURCING DE DIFFERENCIATION**
- **VALORISATION DE BELLES COLLABORATIONS (GRES D'OR)**



# LE CONTEXTE DE LA MDD en France

- REACTION DES LEADERS (20 % CA PROMO en 2014)
- REcul EN PART DE MARCHE DES MDD
- BAISSe DES PRIX IMPERCEPTIBLE POUR LES CLIENTS
- DES FOURNISSEURS DE MDD STRESSÉS (LSA, MDD Expo)



# INTELLIGENCE ?

- **DU LATIN INTELLEGERE « COMPRENDRE »**
  - **Faculté de connaître, de comprendre**
  - **Aptitude du vivant à s'adapter à des situations nouvelles, à découvrir des solutions aux difficultés rencontrées**
  - **Action de s'entendre mutuellement**
- **INTELLIGENCE (UK) : CLEVER – SMART**



# 1. UNE CONVICTION : INTERDEPENDANCE ET DIALOGUE / CONCERTATION

- LME ET LOI HAMON: BENEFICIENT TOUJOURS AU + FORT
  
- UN SOCLE D'INTERDEPENDANCE EN MARQUE COMME EN MDD
  - pour les PME, accès à un marché de masse
  
  - pour la GD, différenciation, rentabilité et ancrage dans le territoire
  
  - « nos emplois sont vos emplettes »
  
- CODES DE BONNES PRATIQUES (10 en 2,5 ans)
  - Sur la MDD, FAVORISER LA PLURI-ANNUALITE
  
  - PRENDRE EN COMPTE LA VOLATILITE DES MATIERES PREMIERES
  
  - LUTTER CONTRE LES APPELS D'OFFRE INTEMPESTIFS



## 2. OPTIMISER LES PROCESS DE DEVELOPPEMENT DES MDD

### 1° POURQUOI FAUT-IL OPTIMISER LES PROCESS DE DEVELOPPEMENT DES MDD ?

- GAIN DE TEMPS ET D'ARGENT : EFFICACITE
- INNOVATION : DEMARCHE COLLABORATIVE

### 2° DEFINIR ET HARMONISER LES BONNES PRATIQUES

- FORTE HETEROGENEITE SELON LES ENSEIGNES
- PROPOSER UN TRONC COMMUN + SPECIFICITES ENSEIGNES

### 3° ENCOURAGER LES BONNES PRATIQUES

- RESPECTER LES DELAIS, LES PROCEDURES ... ET LES VOLUMES PREVISIONNELS
- COMMUNIQUER TOUTES LES INFORMATIONS IMPACTANT LES PROPOSITIONS TARIFAIRES
- GERER CONJOINTEMENT L'INNOVATION
- PROPOSER UN TRONC COMMUN + SPECIFICITES ENSEIGNES

### 4° DISPOSER D'UNE STRATEGIE MDD CLAIRE ET DURABLE DE L'ENSEIGNE



## 3. S'APPUYER SUR DES RESEAUX D'EXPERTISE

### 1° CONCEPT DE LA CIBLE MOUVANTE

#### PRISE D'INITIATIVE POUR

- NE PAS SUBIR LES DEMANDES DES DISTRIBUTEURS
- TOUJOURS AVOIR UN COUP D'AVANCE
- CRÉER DE LA VALEUR
- SORTIR DES CARCANS ET DES EXIGENCES CLIENTS

### 2° SE DIFFERENCIER

- INNOVER ( nouveaux produits, formats, textures, recettes, couleurs)
- UN DOSSIER QUI NE BOUGE PAS : DANGER

### 3° APPORTER EXPERTISE ET PROSPECTIVE

- DU REcul SUR LE MARCHÉ ET SON CONSOMMATEUR
- VEILLE CONCURRENCE ET TENDANCE
- DEMARCHE CATEGORIELLE ( leviers, relevé prix et assortiment, benchmark autres autres circuits)





## 4° LA PROPRIETE INDUSTRIELLE

- **ACCORD DE CONFIDENTIALITE ET NON EXPLOITATION DU SAVOIR FAIRE TRANSMIS**
- **BREVET** le plus large et le plus général possible
- **SECRET** sur une partie spécifique qui permet de fabriquer le « meilleur produit » et qui n'est ni dans le brevet ni dans le savoir-faire transmis

**= PROTECTION DU SAVOIR FAIRE « optimum »**



## 4 – Encourager la mutualisation entre les industriels

1. EXPLOITER LES COMPLEMENTARITES : Saisonnalité ...
2. PARTAGER SES EXPERTISES : Logistique – Qualité -
3. AMELIORER SA COMPETITIVITE ET SA QUALITE DE SERVICES

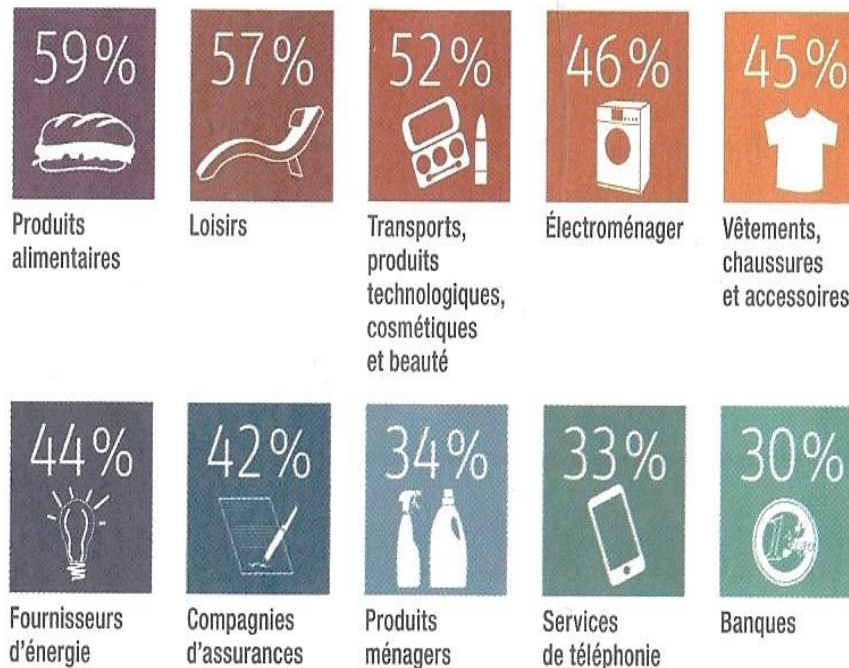


# AXES DE DEVELOPPEMENT POUR LES MDD

## Contribution des Marques au Bien Etre

Source IRI LinkUp Mai 2014

« Concernant les marques de produits et de services, selon vous, le fait de consommer les produits-services des secteurs suivants contribue-t-il à votre bien-être? »  
 Réponses « oui » en % (« tout à fait » et « plutôt »)



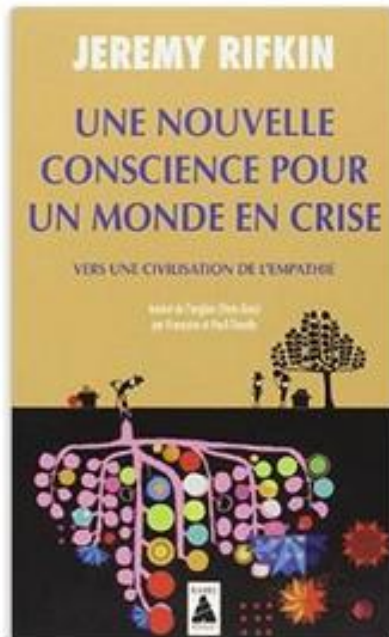
# Engagement souhaité des marques = Feuille de Route des MDD

**MDD**

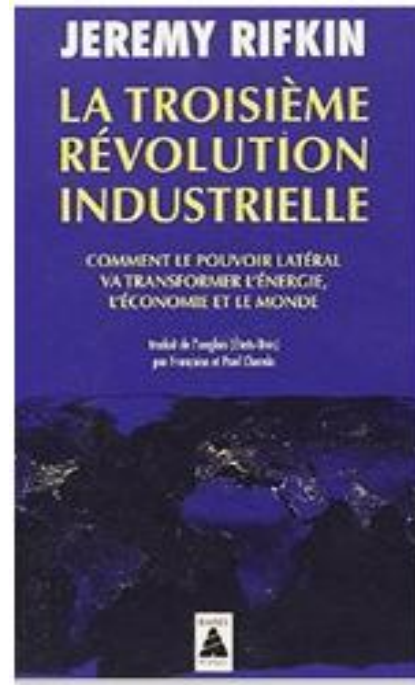
	Alimentation	Distribution	Cosmétique
... proposent des produits qui vous facilitent la vie	76	72	62
... proposent des produits innovants	68	55	65
... proposent des produits de qualité	67	64	64
... prennent en compte vos besoins, écoutent leurs clients	54	56	62
... vous informent du bon usage de leurs produits	54	52	62
... créent de l'emploi en France	49	56	47
... vous apportent une information crédible et compréhensible sur leurs produits	45	49	51
... prennent en compte les effets sur la santé de leurs produits	42	40	52
... contrôlent la provenance des matières premières utilisées dans leurs produits	40	38	44
... proposent des prix justes	40	58	34
... se préoccupent des populations qui fournissent les matières premières	40	29	32
... cherchent à réduire au maximum l'impact de leur activité sur l'environnement et la vie future des hommes	38	37	38
... respectent leurs salariés	37	34	42
... s'engagent dans la société, dans des projets qui vous intéressent	32	36	35



## A la recherche de nouveaux modes d'organisation plus collaboratifs



2012



2013



2015



# 3 POINTS CLES A RETENIR

**1° NE PAS RESTER ISOLE**

**2° PARTAGER SES VALEURS ET SES EXPERTISES**

**3° VALORISER SON PROFESSIONNALISME ET CONTRIBUER A MODERNISER LES MDD !**

