

# Carrefour et la RFID

Université d'été de GS1 France

Nantes

Samedi 26 Aout 2006

# Agenda

- Le groupe CARREFOUR
- La démarche et l'organisation de la Direction Veille et Innovation
- Les projets autour de la RFID
- Réflexions et perspectives

## Qui sommes nous?

- 1er distributeur européen
- 2ème distributeur mondial
- 4 formats majeurs
  - Hypermarché: 1er opérateur d'hypermarchés dans le monde
  - Supermarché: 1er opérateur de supermarchés en Europe
  - Maxidiscompte: 3e opérateur de maxidiscomptes dans le monde
  - Proximité: plus de 3000 magasins en Europe

Carrefour 

Champion 

GB 

Gima 

GLOBI 

CS 



Dia % 

Ed 

M mini preço 

5 

8 A Huit 

Contact 

le di per di 

LEGG 

smile 

Marché Plus 

PROXI 

SHOPI 

DOCKS 

GROSS 

Promocash 

ooshop.com 

BOCSTORE 

## Qui sommes nous?

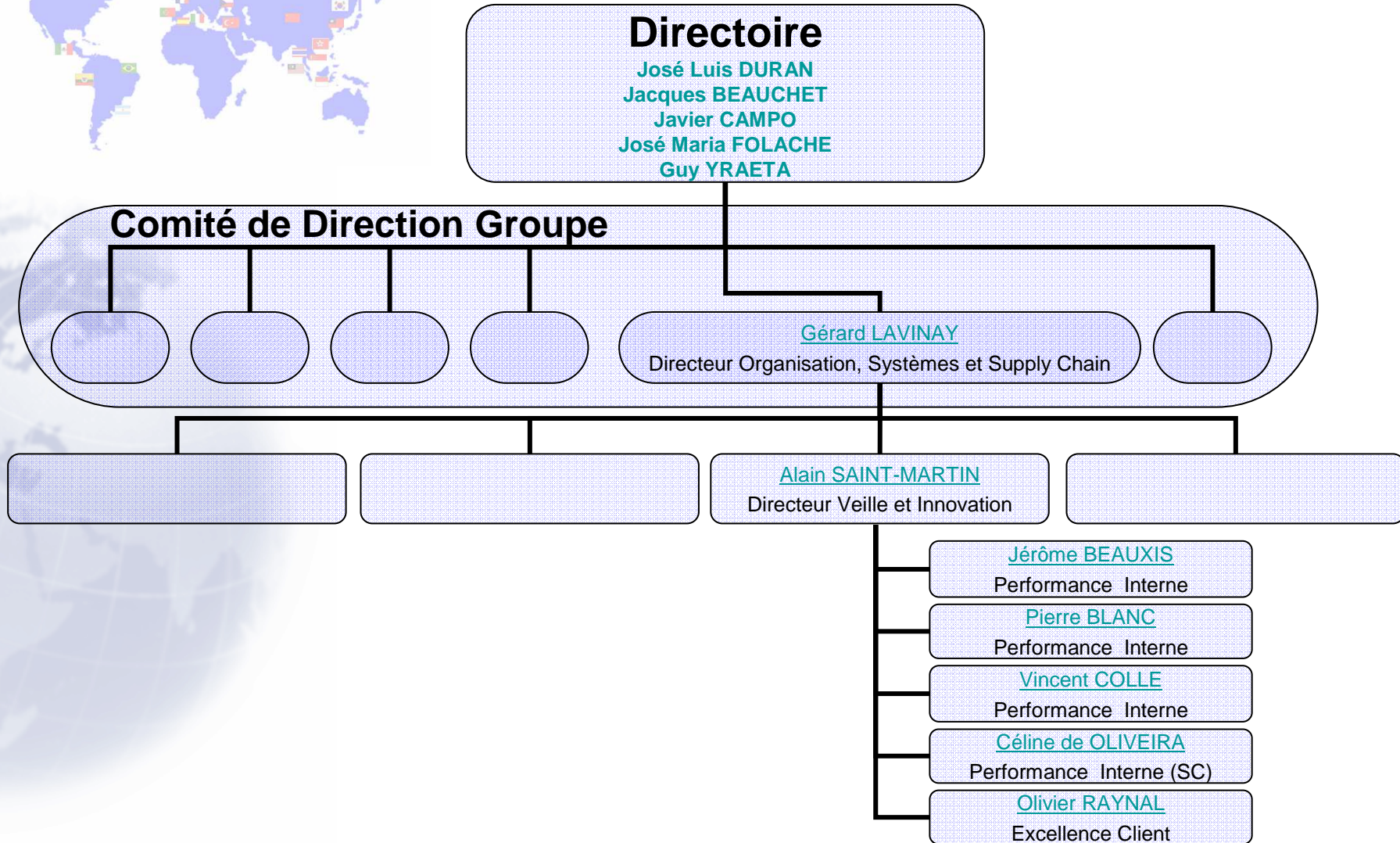
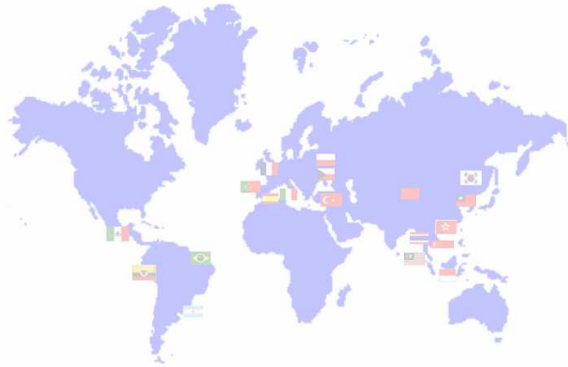
- 74,497 milliards d'euros de chiffre d'affaires HT sous enseignes (2005)
- 27,9 milliards d'euros de capitalisation boursière (au 31/12/2005)
- Plus de 436 000 collaborateurs
- Présent dans 29 pays
- Plus de 12000 magasins sous enseignes

**Notre ambition est d'être la référence du commerce moderne**

## Agenda

- Le groupe CARREFOUR
- La démarche et l'organisation de la Direction Veille et Innovation
- Les projets autour de la RFID
- Réflexions et perspectives

# Organigramme



## «Agitateur d'idées»



### ● Quoi ?

- **Rechercher et expérimenter** des solutions innovantes, en ligne avec la stratégie du Groupe et au profit de nos Business Units.

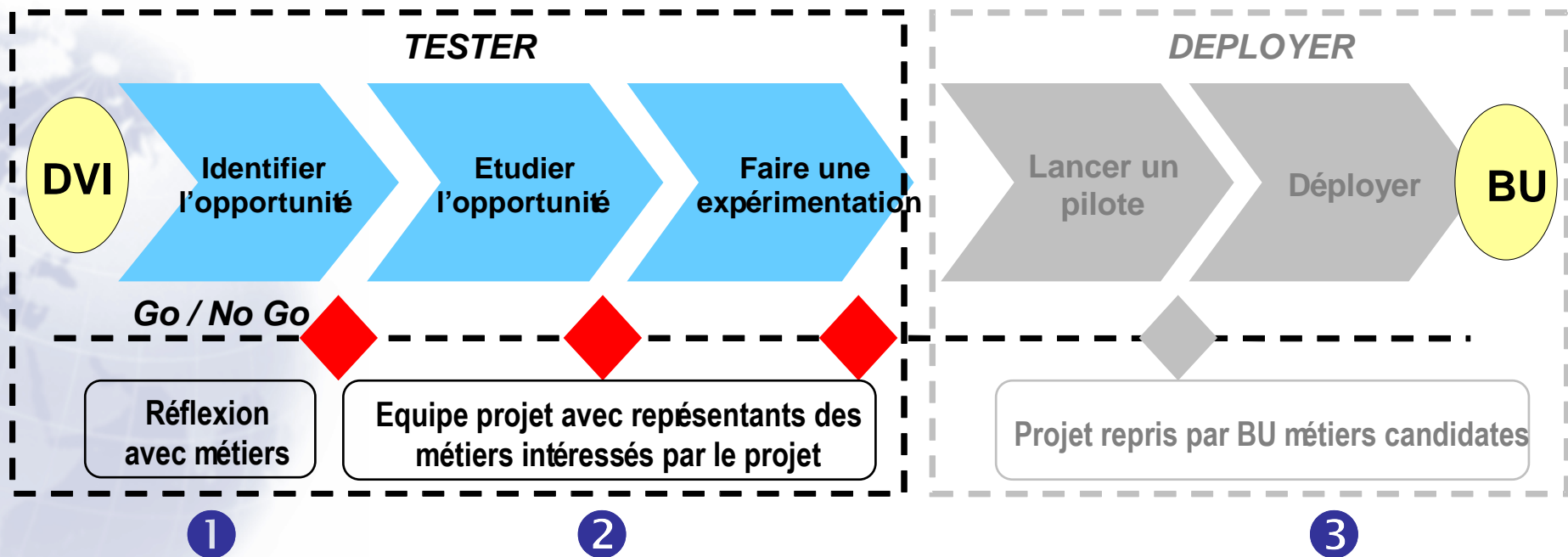
### ● Comment ?

- Assurer un rôle de veille des marchés, des nouvelles technologies, de nos concurrents
- Proposer des solutions innovantes et des nouveaux concepts à nos Business Units
- Collecter les idées innovantes et démultiplier les expérimentations réalisées dans nos pays
- Démontrer aux travers d'expérimentations et de business case, la pertinence de leur mise en œuvre
- Accompagner les Business Units dans la création d'un pilote
- Animer la communication interne et externe sur les expériences menées



# La méthodologie

- Une **approche articulée en trois étapes clés en amont des projets des Business Units** afin d'être réactif et répondre à un **besoin métier**



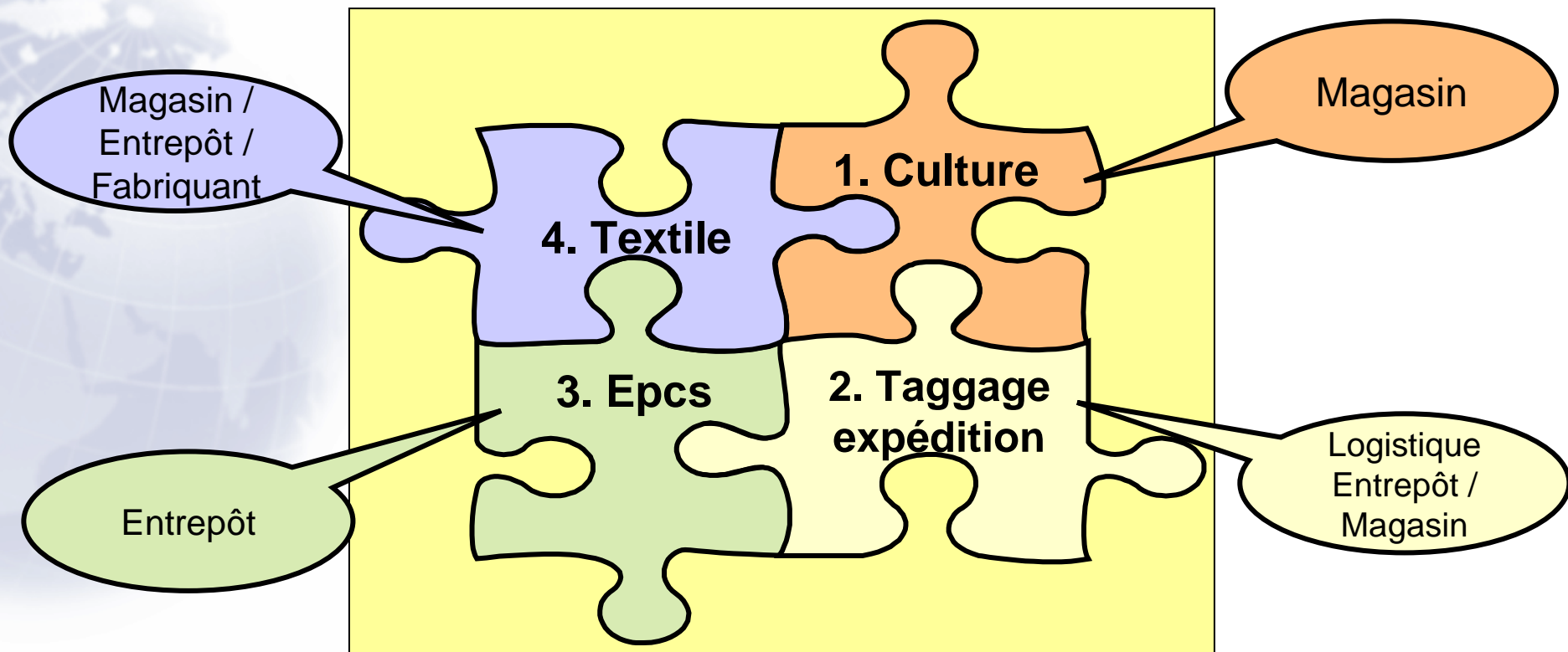
- Les tests se font en dehors des Systèmes d'Information
- Les investissements d'expérimentation sont pris en charge par la Direction Veille et Innovation

## Agenda

- 
- Le groupe CARREFOUR
  - La démarche et l'organisation de la Direction Veille et Innovation
  - Les projets autour de la RFID
  - Réflexions et perspectives

## Le programme RFID se compose de 4 initiatives :

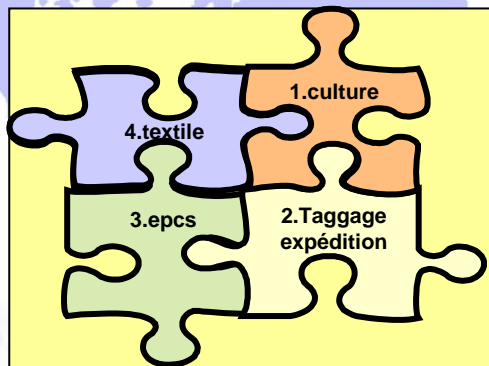
- 4 projets complémentaires et ayant une même finalité :
  - évaluer les bénéfices métiers liés à l'utilisation de la technologie RFID sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement de Carrefour



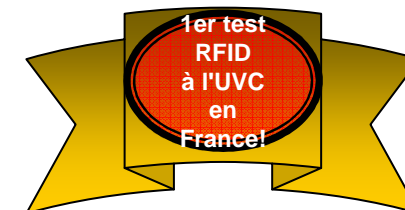
# RFID : Projet Culture



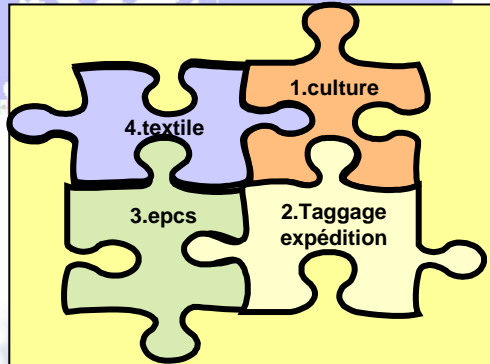
groupe **carrefour**




- Objectif : Evaluer les gains de la technologie RFID pour la gestion des produits "culturels" dans le magasin au niveau des unités de vente consommateur (logiciels, jeux, consoles, accessoires)
- Enjeux :
  - Au niveau de l'entrepôt distributeur :
    - Contrôle de préparation, Contrôle d'expédition (colis / palette)
  - **Au niveau du magasin :**
    - Contrôle en réception (colis / palette), recalages de stocks, inventaires, gestion des retours (Identification des articles, comptage, contrôle d'expédition)
  - Au niveau de l'entrepôt de "retour" :
    - Contrôle réception (colis / palette)
- Descriptif : Chaque UVC porte une étiquette RFID
- Zone d'expérimentation : **Hypermarché France**



# RFID : Projet "taggage expédition"

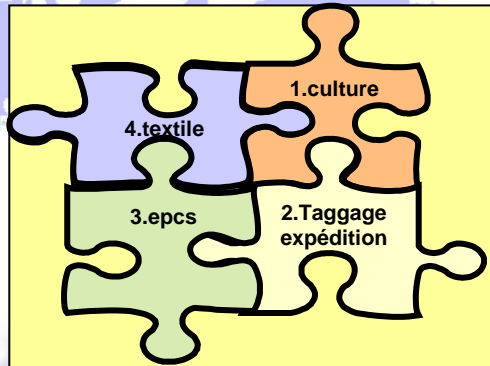



- Objectif :
  - Synchroniser les flux d'information relatif à une expédition et l'arrivée physique de la marchandise en magasin
- Enjeux :
  - Réduire les écarts d'inventaire
- Descriptif :
  - Chaque palette expédiée de l'entrepôt vers le magasin reçoit un tag RFID dans lequel est inscrit l'ASN (advanced shipment notice), contenant l'ensemble des colis livrés
- Zone d'expérimentation : France 

## RFID : Projet EPCS

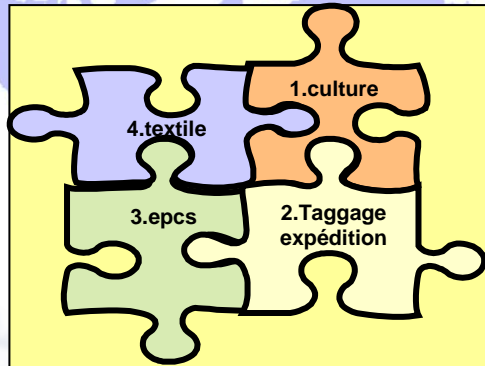


groupe **carrefour**



- Objectif :
  - Le projet EPCS a pour objectif d'expérimenter les gains de la technologie RFID pour le réception et l'expédition en entrepôt
- Enjeux :
  - Réduction des coûts logistiques et fiabilisation des stocks
- Descriptif :
  - Les produits EPCS (imprimantes, caméscopes,..) sont taggés par les fournisseurs afin de les suivre dans les processus de l'entrepôt
- Zone d'expérimentation : France 

# RFID : Projet Textile



- Objectif :
  - Le projet Textile a pour principal objectif d'évaluer les gains de la technologie RFID des fournisseurs de produit textile au magasin
- Enjeux :
  - Réduction des coûts logistiques
  - Réduire les coûts relatifs aux recalages de stocks
  - Réduire les coûts relatifs aux inventaires de stocks
  - Augmenter le CA au M<sup>2</sup> en diminuant les ruptures de stock
- Descriptif :
  - Les produits textiles sont taggés à l'usine afin de les suivre dans les différents processus de notre chaîne d'approvisionnement
- Zone d'expérimentation : Belgique 

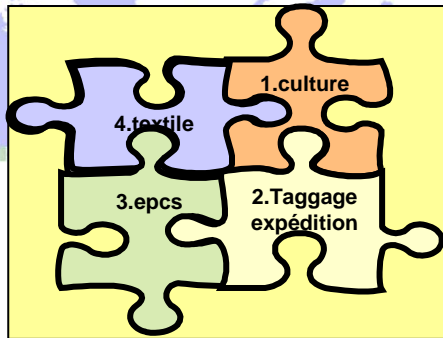


# RFID : Programme Européen



**BRIDGE**

## Le projet BRIDGE



### • Objectif :

**BRIDGE** - **B**uilding **R**adio frequency **I**dentification solutions for the **G**lobal **E**nvironment - vise à démontrer la mise en œuvre et l'utilisation d'applications RFID en Europe sur la base du modèle de réseau EPC. Ce projet regroupe 31 organisations dont Carrefour, GS1 France et Bénédicta.

### • Descriptif :

#### Technologie

- Matériels
- Service de recherche d'informations liées au numéro de série
- Exploitation des informations sérielle en réseau
- Sécurité

#### Business

- Anti contrefaçon
- Pedigree électronique
- Supply Chain textile
- Fabrication
- Gestion des assets réutilisables
- Gestion des produits (après-vente)
- Utilisation sur des unités de vente consommateur en magasin

#### Dissémination

- Formation et certification
- Dissémination et adoption
- Innovation, vie privée et gouvernance

<http://www.bridge-project.eu>

#### Management projet

## Agenda

- 
- Le groupe CARREFOUR
  - La démarche et l'organisation de la Direction Veille et Innovation
  - Les projets autour de la RFID
  - Réflexions et perspectives

## Réflexions et perspectives

- La valeur de la RFID viendra de son utilisation sur les produits vendus aux consommateurs
  - Bénéfices
    - Pour les clients
    - Pour les distributeurs
    - Pour les fournisseurs
- Développement de nouveaux usages
- Optimisation des processus dans les entreprises
- Exploitation des informations tout au long du cycle de vie des produits
- Appropriation et développement de compétences et de savoir-faire en Europe
- Modification des comportements fournisseurs/distributeurs
- Accélération de la connaissance de l'information