

UNIVERSITATEA VALAHIA

TÂRGOVIȘTE

Cea de-a șaptea Conferință ECR-EUROPE
**“The 2002 Official ECR Europe Conference
and Marketplace”**

Barcelona, Spain 22-24 April 2002

“Supplying Consumers Now!”

Ca participant și la precedentele conferințe (în calitate de Președinte-Director General al SC RESCOPA SA – fostă membră CIES – The Food Business Forum cu sediul la Paris) încă de la înființare (cu excepția anului precedent - Glasgow) am constatat interesul continuu de participare care a fost și în acest an la Barcelona prin cele cca 3000 de cadre de conducere (de la President/Chairman la nivelul executiv) din rândul firmelor transnaționale (cu cifre de afaceri de aproape 100 mld \$) dar și cele locale sau regionale ale furnizorilor, manufacturierilor, distribuitorilor (en-gross și en-detail), al brokerilor și a celor mai bune firme de consultanță în management (începând cu Big Five) și tehnologia informației.

Remarcabil este că la fel ca la Conferința de la Torino (2000) și de la Glasgow(2001) s-a implicat și mediul academic din Europa. Universități ca St. Gallen University Elveția, Cardiff University, Cranfield University, University of Leicester din Anglia, au prezentat rapoarte complete (materiale teoretico-aplicative), lucrări în Conferință alături de firme de consultanță și de afaceri

precum și propuneri de premiere a unor studenți cu lucrări deosebite în domeniul respectiv prin “ECR Academic Partnership”.

Strategia ECR (Efficient Consumer Response – Răspuns eficient pentru consumator), strategie managerială transorganizațională, **se găsește în etapa a doua.**

Dintre ideile ce vor schimba, în anii care urmează lumea managerială a afacerilor din producția de bunuri de consum curent (FMCG – Fast Moving Consumer Goods) și a distribuției acestora, care au fost prezentate la Barcelona, putem preciza:

- s-a definitivat noua strategie de parteneriat managerial în „Colaborarea în planificare, prognoză și reaprovizionare” cu bunuri a consumatorilor (CPFR - Collaborative Planning, Forecaster & Replenishment) adecvată la Europa după modelul american VICS (Voluntary Interindustry Commerce Standards) care a înregistrat marca CPFR®;
- studii adecvate și aprofundate ale tuturor actorilor din lanțul de distribuție/aprovizionare pentru creșterea motivației/nevoii intime de cumpărare și incitarea/excitarea consumatorilor prin crearea unui mediu adecvat și a unei sensibilități ce se combină cu facilități, ce se pot realiza prin noile aplicații ale tehnologiei informației B-2-C și B-2-B în noua viziune B-2-P;
- lansarea europeană a strategiilor CRM (Consumer Relationship Management) după modelul american;
- recunoașterea europeană a Global Commerce Initiative prin care conceptele firmelor transnaționale (mai ales americane) crează standarde globale în domeniul fluxului de informații și de produse ce întregesc precedentele standarde globale în management transorganizațional (Global ECR – Scorecard, Category Management, CPFR®, Bare-coding) așa cum sunt și conceptele manageriale organizaționale standardizate ISO 9000 și TQM (Modelul american Baldrige și modelul european EFQM) și indicatorii cheie de management și măsurare a performanței;

A 7-a Conferință ECR EUROPE – Barcelona 2002

- inițiativele naționale ECR s-au extins în Cehia și în Turcia (pe lângă cele din Finlanda, Norvegia, Suedia, Islanda și Irlanda ce s-au alăturat în anul precedent); chiar dacă nu a existat consecvența participării românești, guvernele respectivelor țări au știut să genereze politici, care împreună cu cele ale firmelor transnaționale, au generat un comportament adecvat, proactiv noilor schimbări în management (performanța în management a evoluat nu numai prin „finanțe”/finanțare) utilă tuturor actorilor din producția bunurilor de consum curent (FMCG – Fast Moving Consumer Goods) și distribuția acestora indiferent de mărime, proprietate sau „naționalitate”;
- prezentarea unor elemente de tehnologia informației și tehnologie managerială în domeniul megapietelor electronice (eMarketplaces) care au început cu WWRE, GNX, CPGmarket și Transora.

De asemenea, în ziua a doua a Conferinței, au fost prezentate conceptele noi ale managementului schimbării comportamentului consumatorului și prevederea noilor cereri/nevoi pornind de la concepția lui Maslow de către Fred Crawford (Executive Vice-President & Global Sector Leader Consumer Products, al Cap Gemini Ernst & Young), fiind lansată și cartea „The Myth of Excellence”.

În work-shop-uri specifice, au fost prezentate noi elemente în:

- Category Management (respectiv e-Category Management);
- utilizarea Global Scorecard simplificat, pentru a reuși o mai mare performanță a parteneriatului în lanțul de distribuție/aprovizionare;
- conceptul B-2-B (e-Business) versus e-Commerce;
- conceptele de colaborare cu provider-ul de servicii logistice-transportatorul;
- problematica (în reluare de la Glasgow) managementului lipsurilor/pierderilor în circuitul bunurilor pe lanț (SHRINKAGE) care se ridică în Europa la peste 18 mld.\$ pe an;
- noi concepte privind viitoarele lanțuri de distribuție/aprovizionare pornind de la învățămintele de la Toyota (prognozată a ajunge primul mare producător mondial de automobile în deceniul acesta);

- optimizarea raftului și al liniarității prin planoprogramare, de către toți actorii pe lanț;
- managementul POS (EPOS);
- sincronizarea și standardizarea globală a datelor (generalizarea modelului american și a modelului european din Italia-Germania) și realizarea „Global Product Classification” și „Global Data Dictionary” care, corelat cu standardul ISO 9000, va facilita managementul calității și va reglementa, global, sănătatea/siguranța în consumul de bunuri;
- etichetarea inteligentă (eticheta cu radiofrecvență) utilă întregului lanț de aprovizionare/distribuție atât pentru produse cât și pentru unități de încărcare și transport dar și în managementul satisfacerii consumatorului și a fidelizării acestuia, combinat cu managementul bancar-financiar - (e-banking – comerțul prin e-money).

Ne îngăduim să apreciem și să semnalăm unele instituții ale statului (spre exemplu Ministerul Industriei și Energiei, Ministerul Întreprinderilor Mici și Mijlocii), că este oportun de-a coordona, împreună cu firme transnaționale, ce sunt implicate în generalizarea standardelor manageriale și a produselor, adaptarea rapidă a firmelor românești la noutățile practicii manageriale.

Demersurile precedente ale Comitetului Român al Distribuției prin prof. dr. Theodor Purcărea sunt relevante în acest sens dar nu mai pot fi doar reflecții științifice.

Suntem bucuroși de preocupările de schimbare radicală ale ministrului Dan Nica dar este puțin față de decalajul de decenii care ne desparte. În activitatea de producție și de distribuție este mult mai greu de genera schimbarea dintr-o înțelegere greșită a atributelor proprietății și a democrației.

Dr. VIRGIL POPA
Director Departament ECR
Universitatea Valahia Târgoviște
<http://ecr.valahia.ro>