

ČESKO-SLOVENSKÁ INICIATIVA ECR

Výroční konference a VH – 25.4.2022

ZÁKLADNÍ PRINCIPY ECR



“Transforming the way we work together to fulfill customer wishes better, faster, at less cost and in sustainable way”

Not-for-profit organizace

Společná neutrální platforma pro spolupráci a sdílení zkušeností a nejlepší praxe

Zastoupeni jsou výrobci, obchodníci, poskytovatelé služeb, věda a výzkum

Koordinaci aktivit ECR zajišťuje GS1 Czech Republic

www.ecr.cz

ČESKO-SLOVENSKÁ INICIATIVA ECR

PRESIDIUM / ČLENOVÉ PRESIDIA:

- Stanislav Martínek, co-chair, Nestlé
- Jozef Šimo, co-chair, Makro C&C
- Pavel Hampejs, Unilever
- Roman Bartišek, Albert CZ

Koordinátor: Tomáš Martoch

GS1 Czech Republic: Pavla Cihlářová, Jaroslav Camplík

VÝROČNÍ KONFERENCE ECR A VH

- 14:10 – 14:30 Priority CZ-SK ECR Iniciativy pro rok 2022 (členové Presidia ECR)
- 14:30 – 14:50 Reporty pracovních skupin ECR
- PS EDI (Shrnutí aktivit za 2021 a plán na 2022)
 - PS Benchmarking & OSA (Shrnutí aktivit za 2021 a plán na 2022)
 - Diskuse k činnosti PS
- 14:50 – 15:10 ADVANTAGE Group International – Better Business through Retailer/ Supplier Engagement
- 15:10 – 15:30 Coffee break
- 15:30 – 15:50 ECR Programy & Projekty
- Program Lean & Green Logistics
 - Projekt Packaging Design for Recycling (Národní průvodce)
 - Sdílení zkušeností a nejlepší praxe (ECR Community, ECR Retail Loss)
 - Diskuse k projektům a programům
- 15:50 – 16:00 Valná hromada CZ-SK Iniciativy ECR (Formální část)
- 16:00 – 16:20 Závěrečné slovo, shrnutí diskuse

PRIORITY CZ-SK INICIATIVY PRO 2022



Jozef Šimo, co-chair, Makro C&C



Roman Bartišek, Albert CZ



Stanislav Martínek, co-chair, Nestlé



Pavel Hampejs, Unilever



CZ-SK ECR INICIATIVA HLAVNÍ AKTIVITY

PRACOVNÍ SKUPINY:

- WG EDI
- WG Benchmarking & OSA

PROJEKTY / PROGRAMY

- Lean & Green Logistics
- Udržitelnost (Food waste + Circular Packaging + waste,..)

PRACOVNÍ SKUPINA EDI

Vize: Paperless retail by 2025 / Bezpapírový retail 2025

Mise: Collaboration Suppliers & Retailers 4EDI / Spolupráce dodavatelů a obchodníků 4EDI

Vedení pracovní skupiny: Eva Malíková, Henkel

Hlavní aktivity a projekty podporované WG EDI pro 2022:

- Proces příjmu zboží – DESADV – implementace paletového dodacího listu s SSCC kódy, RECADV – rozšíření využití elektronické příjemky.
- Proces fakturace – správný postup při zpracování opravných dokladů
- Dostupnost zboží – využívání zpráv INVRPT a SLSRPT
- Proces nákupu – implementace a správné využití zprávy ORDRSP
- EDI podpora procesu implementace GDSN pomocí zprávy PRICAT.

WG BENCHMARKING & OSA

Vize: Zvýšení spokojenosti nakupujících díky vyšší dostupnosti zboží na regále

Mise: Spolupráce dodavatelů a obchodníků na sdílení nejlepší praxe, realizaci společných projektových aktivit

Vedení pracovní skupiny: David Endal, Nestlé

Hlavní aktivity a projekty podporované WG Benchmarking a OSA pro 2022:

- Sdílení KPI
- Příprava a realizace společných projektů (OSA/OOS).
- Klíčové oblasti pro zvýšení OSA v průměru o 3% do roku 2025 (závazek spolupráce)

Hlavní aktivity pro 2022:

- Dokončení diskusí s retailery, vyhodnocení v podobě společného srovnání (příprava template)
- Analýza příčin výpadků (OOS) a postup jak vyhodnocovat
- Následně rozhodnutí o dalším postupu (metodika, nástroje, postupy,..)

Sdílení zkušeností a nejlepší praxe:

- Hlubkové diskuse s obchodníky k problematice OSA / OOS
 - 2. kolo (Globus, Kaufland, Rossmann)
 - 3. kolo (dmDrogerie, Teta, Penny Market, BILLA, LIDL)
- Případové studie a sdílení zkušeností s využíváním nástrojů pro OSA (Prazdroj, RedBull,..)

HLOUBKOVÉ DISKUZE S OBCHODNÍKY - OSA

Zákazník	Obchodník 1	Obchodník 2	Obchodník 3	Obchodník 4	Obchodník 5	Obchodník 6	Obchodník 7
Měření osa	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Způsob měření OSA	fyzicky	ušlý prodej	ušlý prodej, fyzicky	ušlý prodej, fyzicky	fyzicky	ušlý prodej, fyzicky	ušlý prodej
Frekvence měření OSA	min. denně	denně (Store mirror)	denně	denně (systém), fyzicky (měsíčně)	min.denně	2x týdně	denně
Měření OSA	artikl fyzicky úplně chybí + dopočet artiklů s nulovou zásobou	porovnání, kolik se mělo prodat a jaký byl skutečný prodej (Lost Sales)	použití Lost Sales a skenování na obchodech	systémová (denně) - prodej vs zásoba - a fyzická (externí) - každý měsíc je hodnocená každá filiálka	fyzické měření děr bez ohledu na obrat artiklu + nezávislou osobou 2x týdně	úspěšnost skenování - co se podařilo naskenovat u položek na nule - 40% dobrý výsledek (cca 1/3 vůbec neskenují)	skrz data - každý den (stavy, vyjezd na prodejne - systém vyhodnotí - bez pohybů, minusove stavy --> fyzicka kontrola, prepcitat a uprava
Identifikace příčin	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Nejčastější příčiny	dodavatel (Nákup)	nedoplněno (Prodejna)	dodavatel/prodejna (63%)	???	dodavatel (37%)	dodavatel	???
Požadovaná servisní úroveň	98,50%	93%	98%	96%	???	???	98%

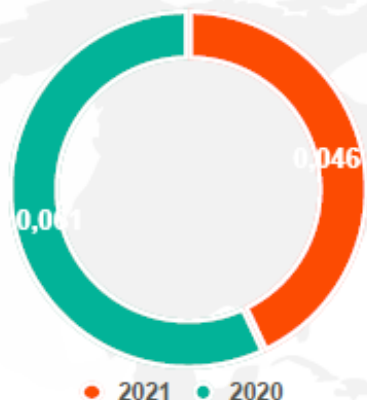
- rozdílné přístupy v měření
- chybí jednotná OSA metodika
- zohlednění obrátkovosti a ušlého prodeje
- chybí benchmark (sdílení dat & metodika)



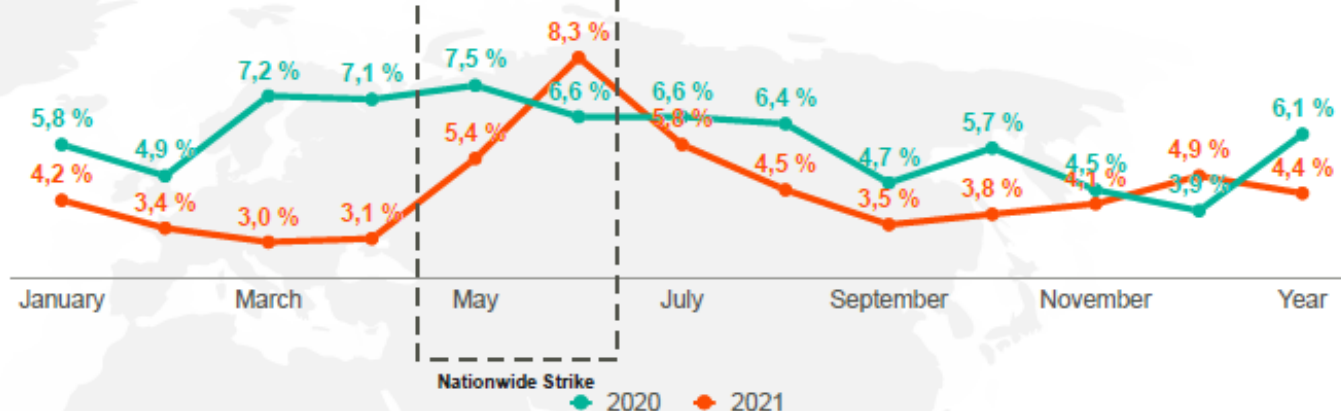
- návrh jednotné metodiky
- case study – návratnost INV systémové přístupu
- možnosti sdílení dat a benchmarkingu
- možnost zaměření na příčiny

Study Overview 2021

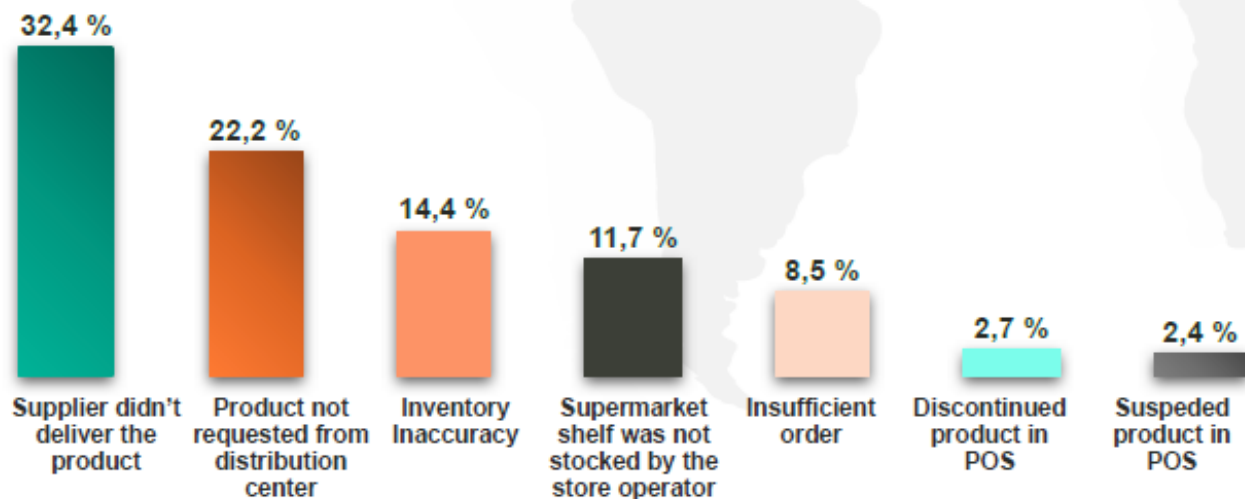
GENERAL MARKET INDICATOR



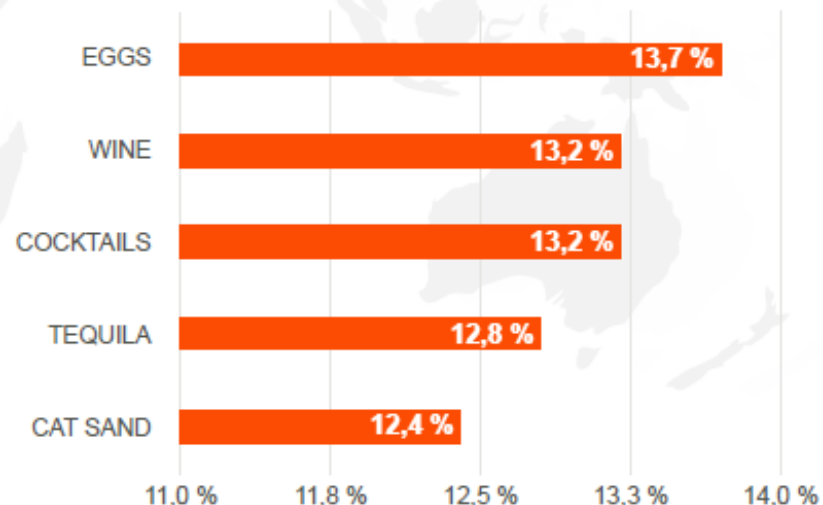
MONTHLY TREND OF THE INDICATOR



Causes for OOS 2021

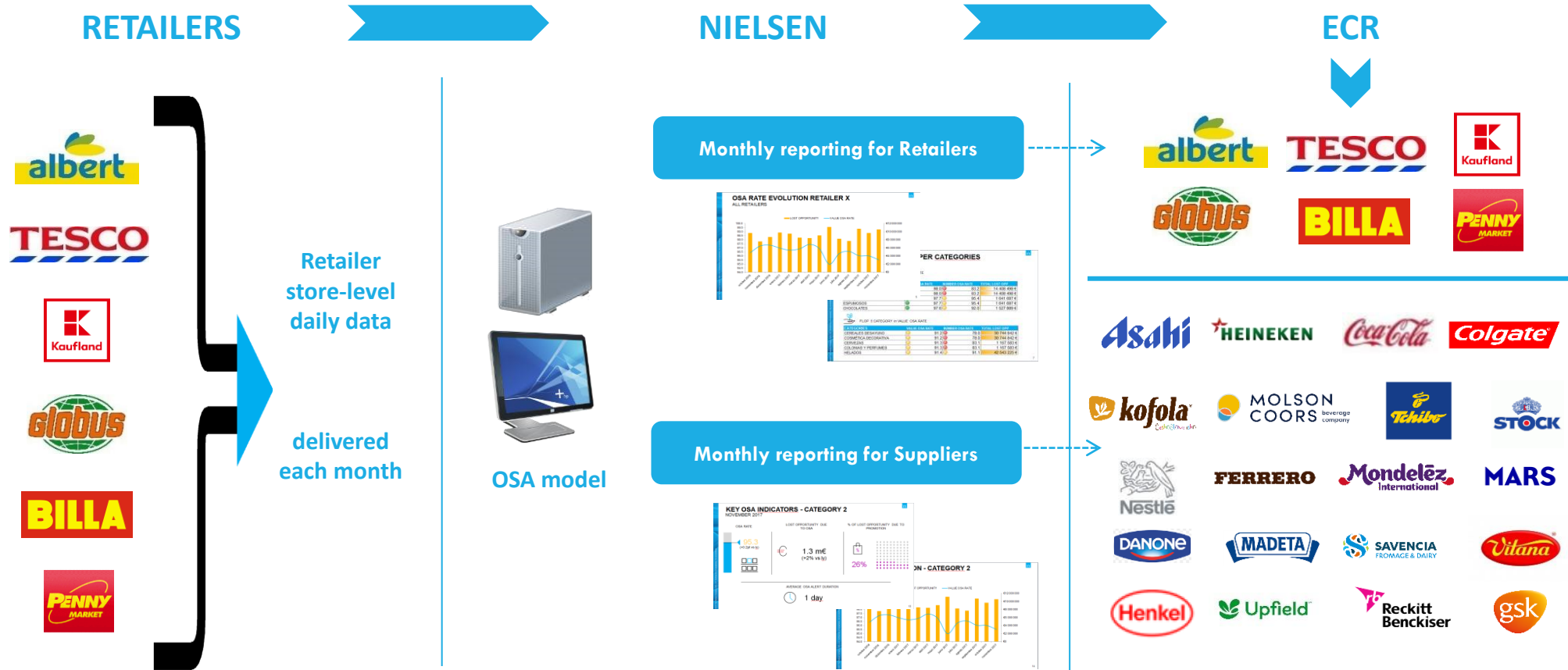


WORST PERFORMING SUBCATEGORIES



*On Shelf Availability LOGYCA 2020 – 18/01/2021 – 31/08/2021

OSA BAROMETR



OSA BAROMETRO ITALY



OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

[Legenda](#)

Mese **Settembre 2018**

	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati > 1200mq		Supermercati <= 1200mq	
	% OOS	% Vendite	% OOS	% Vendite	% OOS	% Vendite	% OOS	% Vendite
		Perse		Perse		Perse		Perse
Totale Largo Cons	3,3	4,2	3,9	5,1	3,3	3,8	2,8	3,8
Drogheria Alimentare	2,7	3,7	3,3	4,6	2,7	3,4	2,2	3,2
Bevande	4,0	4,6	4,6	5,6	4,0	4,2	3,6	4,2
Fresco	4,0	4,3	4,5	5,6	4,1	3,9	3,6	3,9
Freddo	4,2	4,0	5,1	4,5	4,5	3,7	3,4	4,1
Cura Casa	3,1	4,3	3,9	5,0	3,2	4,2	2,1	3,4
Cura Persona	2,4	3,8	3,1	4,5	2,4	3,5	1,5	3,1
Pet Care	3,3	4,0	3,2	4,2	3,7	4,1	2,7	3,1
Ortofrutta	8,9	5,2	9,9	6,7	9,2	4,7	8,0	4,8

S.I.R.I.O

SI.RI.O. znamená Optimized Supply Chain Reordering Simulator. Jedná se o simulační nástroj, který vám umožňuje porovnávat různé modely pro vychystávání objednávek, vyvinutý ECR Italia ve spolupráci s Politecnico di Milano a C-Log univerzity Cattaneo LIUC .

Jak funguje SI.RI.O:

- * SI.RI.O. simuluje náklady celého procesu od objednávky k dodávce pro různé konfigurace palet, počínaje souborem charakteristických parametrů jednotlivého produktu, dopravy a aktérů (výrobce a distributor).
- * Umožňuje vám zobrazit množství přeskupení, které minimalizuje celkové náklady dodavatelského řetězce, a porozumět tomu, jak se náklady mění s tím, jak se mění „fyzičnost“ přeskupování.
- * SI.RI.O. nenahrazuje reorganizační systémy, které se již ve společnostech používají, ale je nástrojem zaměřeným na vytvoření většího povědomí o jevech dodavatelského řetězce souvisejících s volbami reorganizace a souvisejícími ekonomickými dopady .
- * Jde o podporu pro snížení nákladů na proces od objednávky k dodávce prostřednictvím spolupráce mezi výrobcem a distributorem a mezi logistickými a obchodními funkcemi .

<http://logisticacollaborativa.it/gdl/optimal-shelf-availability/>

<http://logisticacollaborativa.it/tool/sirio/>



CZ-SK ECR INICIATIVA HLAVNÍ AKTIVITY

PRACOVNÍ SKUPINY:

- WG EDI
- WG Benchmarking & OSA

PROJEKTY / PROGRAMY

- Lean & Green Logistics
- Packaging Design for Recycling
- Sdílení zkušeností a nejlepší praxe (ECR Community, ECR Retail Loss)

Závazek účastníků Lean & Green

- Identifikace dopadů vlastních logistických procesů
- Snížení emisí CO₂ o 20 %
- V průběhu sledovaného období - 5 let

Award



Star



CO2 pricing



KPI's

Total shipped (Ton) €
473.832

Total kg CO₂ €
9.380.522

Emissions (kg CO₂) per Ton €
19,8

CO₂ per Ton.km (GCO) €
0,0565

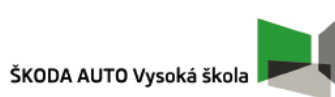
2nd Star – Další snížení emisí CO₂ o 10 % za 3 roky,
3rd Star – Další snížení emisí CO₂ o 5 % za 2 roky,



LEAN & GREEN CZ / ORGANIZACE

Řídící výbor programu

Partneři programu



Program Lean & Green je realizován ve spolupráci:



LEAN & GREEN – REALIZOVANÉ AKTIVITY



www.lean-green.cz
www.lean-green.eu

LEAN & GREEN – PLÁN 2022

1. Steering Comitee:

- Otevření diskuse – jednotná metodika + reporting CO2
- Společná diskuse - pravidla pro PR využití Lean + Green (brand) v rámci externí i interní komunikace
- Nástroje – BigMile, Green0meter / CO2 kalkulačka,..
- Požadavky na rozpočet (Audit – VŠE, Metodika / doporučený postup, Brand)

2. Dokončení akčních plánů a předání Lean & Green Awards

- Budvar, Unilever
- Chep, CocaCola HBC, Tesco Stores

3. Marketing a komunikace:

- CO2 Calculation webinar – společně s EY
- Action Day Lean & Green / Alternativní paliva - LNG. Ve spolupráci s GasNet – Klecany pro Klub Logistických Managerů dne 3.3.2022
- Action Day Lean & Green / Elektromobilita. ChargeUp/EuroWag Podzim 2022.
- Podpora konference EASTLOG 12.5. / Sekce GreenLog + předání Lean & Green Awards – Budějovický Budvar.

SROVNÁNÍ LEAN&GREEN POPLATKY

Annual Lean and Green membership fee	
S (up to 49 employees)	€1,000 per year
M (up to 499 employees)	€2,000 per year
L (up to 999 employees)	€2,500 per year
XL (1,000+ employees)	€3,000 per year
Services	Costs
Verification of the action plan (paperwork) by TÜV NORD	€1,800 Additional bookable service: - Award review carried out by an audit: €1,800
On-site audit for the Lean and Green 1 st Star certification, conducted by TÜV NORD once the agreed measures have been implemented and reduction targets have been achieved	€3,600 plus travel expenses (Depending on the size of the company, the cost of the audit may be higher. If this is the case, a specific quote will be issued.) Additional bookable service: - Final report: €600
Verification of the 2 nd Star concept (paperwork) by TÜV NORD	€1,800 Additional bookable service: - Concept review carried out by an audit: €1,800
Review of documents and on-site audit for the Lean and Green 2 nd Star certification, conducted by TÜV NORD once cooperation and innovation projects have been implemented and reduction targets have been achieved	€4,800 plus travel expenses (Depending on the size of the company, the cost of the audit may be higher. If this is the case, a specific quote will be issued.)

Annual Lean and Green membership fee	
Small & Medium (up to 250 employees, less than 50 mil €)	€500 per year
Large (250+ employees)	€1,000 per year
Services	Costs
Verification of the action plan (paperwork) by testing institute	€ ? Additional bookable service: -
On-site audit for the Lean and Green 1 st Star certification, conducted by testing institute, once the agreed measures have been implemented and reduction targets have been achieved	€ ? plus travel expenses (Depending on the size of the company, the cost of the audit may be higher. If this is the case, a specific quote will be issued.) Additional bookable service: - Final report: € ?
Verification of the 2 nd Star concept (paperwork) by testing institute	€ ? Additional bookable service: - Concept review carried out by an audit: € ?
Review of documents and on-site audit for the Lean and Green 2 nd Star certification, conducted by testing institute once cooperation and innovation projects have been implemented and reduction targets have been achieved	€ ? plus travel expenses (Depending on the size of the company, the cost of the audit may be higher. If this is the case, a specific quote will be issued.)

Pojďme spolupracovat

- Snižte svou uhlíkovou stopu
- Snižte náklady na logistické procesy
- Aktivně spolupracujte
- Staňte se lídry trendu udržitelnosti



PACKAGING DESIGN FOR RECYCLING

Průvodce vytvořený ECR a WPO

Je možné využít jako podklad pro národní průvodce nejlepší praxí

Praktický průvodce pro potřeby návrhu designu obalů – srozumitelný a snadno použitelný

Cíl – snadnější recyklace a využití recyklovaných materiálů

Společný dokument – pokrývající celý dodavatelský řetězec od začátku do konce.



OBALOVÝ INSTITUT SYBA



Víme, že balení je pro dnešní svět naprosto zásadní. Musíme ale usilovat o udržitelnost – ekonomickou i ekologickou.

Podporujeme udržitelné a bezpečné metody výroby obalů, které snižují degradaci životního prostředí, udržují produktivitu v průběhu času a podporují ekonomickou životaschopnost produktů.

www.syba.cz

PACKAGING DESIGN FOR RECYCLING

Příprava Národního průvodce ve spolupráci CZ-SK ECR a Obalový institut Syba:

- ❖ Vytvořit společný projektový tým a zajistit, aby se neduplikovaly existující aktivity
- ❖ Zajistit překlad Globálního průvodce do češtiny/ zajišťuje Syba.
- ❖ Očekávané výstupy:
 - ❖ Vytvoření národního průvodce obalového designu s ohledem na recyklovatelnost
 - ❖ Příprava a realizace seminářů, webinářů a školení
 - ❖ Společná platforma – pro „nachytření“, sdílení zkušeností,
 - ❖ Nalezení shody napříč trhem + edukace zákazníků
- ❖ Otevřené otázky – ekomodulace, DRS, Cirkulární ekonomika,..

<https://www.ecr-community.org/global-recyclable-packaging-guide/>

DEFINOVÁNÍ ROZSAHU – PRIMÁRNÍ OBAL

HOW TO USE GUIDE

Step 1.

Different packaging / packaging materials



Step 2. Webpage



Step 3.

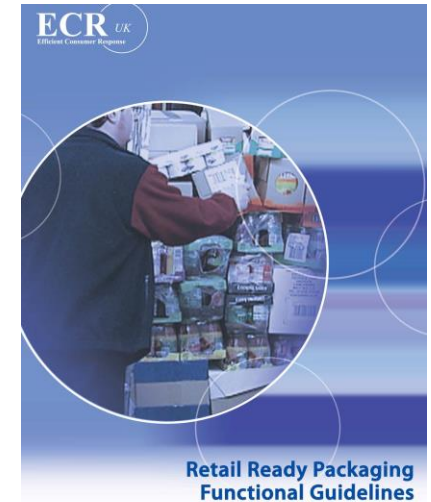


Guideline is applicable!

Find instructions and design recommendations on recyclable packaging inside the guideline

To download this guide and your respective country waste stream sheet, please go to: www.worldpackaging.org/resources/43/

HOW TO USE GUIDE



*Shelf Ready /
Retail Ready Packaging*

Displeje

Privátní značky

Sekundární balení

Terciální balení?

SEITE 1

SLOŽENÍ PROJEKTOVÉHO TÝMU

Pavel Hampejs, Unilever (Board sponzor)

Pavel Komůrka, Orkla Foods

Jaroslav Vodáček, Tesco Stores

Pavel Baudyš, Penny Market

Ivo Benda, Greiner Packaging

Jan Daňša, ALPLA

Martin Hejl, THIMM Packaging

Štěpán Ledvina, Tetra Pak

Ekokom, Hana Hradecká

Koordinace projektu:

Iva Werbynská, Syba

Tomáš Martoch, ECR

PLÁN REALIZACE

Fáze I (Q1 – Q2 2022)

- překlad Globálního průvodce do češtiny. Březen / duben
- úvodní společný workshop projektového týmu. 8.4. 2022 / Tesco Stores

Fáze II (Q2 – Q4 2022):

- revize průvodce, sběr a vyhodnocení relevantních připomínek
- definování workstreamů (Design, Materiály, Recyklace)
- analýza trhu s ohledem na možnosti a kapacity recyklace obalových materiálů
- úpravy průvodce s ohledem na stávající možnosti recyklace. Revize způsobu hodnocení podle dostupnosti recyklace.

Fáze III (Q4 2022 ->)

- příprava webinářů a komunikace
- zapojení koncového uživatele
- příprava další fáze – datová struktura a datový model.

ROZŠÍŘENÍ A PODPORA - AMBASADOŘI

Najít nejvhodnějšího zástupce v jednotlivé kategorii

Respektovaná osoba se znalostmi a zkušenostmi v designu obalů a materiálech

Komunikuje výstupy projektu dalším společnostem v kategorii. Sbírá a soustřeďuje praktické požadavky za kategorií

Preferované kategorie?

Cukrovinky

Čaj a káva

Čokoládové výrobky a sušenky

Čističe pro domácnost

Mléčné výrobky a sýry

Nealko nápoje

Péče o tělo

Pivo

Prací prostředky

.....

DALŠÍ KROKY

Překlad + grafická úprava dokumentu

Zapojení klíčových stakeholderů (včetně státní správy a legislativy)

Komunikace a marketing:

- Vytvoření webu
- Komunikační podpora – Svět balení, Packaging Herald
- Prezentace projektu – Obalko

Hlavní aktivity – Projektový tým – schůzky cca 1x měsíčně.

Zapojení dalších expertů, rozšíření a podpora



ECR Community Focus Areas

2020 - Category Management

1. Publication of “Category Management Yesterday, Today & Tomorrow - An ECR Community Review of current practices in Category Management”
2. Supported by 5 global Webinars
3. Launch ECR Cat Man Network 2022 (a Global CatMan Association)

2021 – The Circular Economy

1. Publication of Packaging Guidelines for Recycling - Launched with WPO, supported by global Webinars.
2. Publication of ECR Community Circular Economy Case Studies in Retail & CPG Sector – Launched 18 Jan 2022

2022 – Sustainability

1. Collecting, sharing & promoting the Sustainability initiatives & projects from all ECR Nationals to create a repository of knowledge.

ECR COMMUNITY FOCUS AREAS





The ECR Retail Loss Group

About The Group

The Group is part of ECR Community, a retailer-manufacturer platform focussed on 'fulfilling consumer wishes better, faster and at less cost'. Since its establishment in 1999, it has acted as an independent think tank to create new ways to better manage retail loss and on-shelf availability. Championing **Sell More** and **Loss Less**, the Group is open to any retailer or manufacturer to join.

In 2021 it attracted more than **6,000** leaders representing **200+** retail organisations to its **80+** online working group meetings. The Group works with other industry bodies including the Consumer Goods Forum, the Retail Industry Leaders Association, and GS1. The ECR Retail Loss Group is governed by a Board consisting of a Chair, and representatives from retailers and product manufacturers.

Its research-based outputs are world class, offering independent, robust and verifiable insights on how retailing can better understand and manage its increasingly complex and challenging environment. This research is made possible in part thanks to independent study grants from Checkpoint, Genetec, Retail Insight and RGIS. The Group is supported by researchers from Eindhoven University of Technology, Technische Universität Darmstadt, Emylon Business School, Cardiff Business School, the University of Leicester, and the University of Portsmouth.

How it Operates

There are 6 working groups that explore emerging issues, discuss and review industry practices, commission new research and disseminate new thinking and ideas.

	Retail Loss	Prevent theft, improve inventory accuracy, and reduce out of stocks.
	Food Waste & Markdowns	Prevent and better manage issues associated with food surplus.
	Video Technologies	Use of video technologies and analytics, including machine learning and artificial intelligence.
	Product ID	Using RFID and other product identification technologies.
	E-commerce Loss	Understanding and addressing issues including fraud, goods lost in transit and returns.
	Customer Checkout	Managing how shoppers select and pay for products, including staffed and self-checkout options.

Making a Difference

The Group is committed to helping the retail industry understand and manage its complex and demanding operating environment. Since 1999, it has invested more than €3 million in research, generating new insights, recommendations, and guidelines.

Research Highlights

	Retail Loss	60% of inventory records are typically wrong, but when inventory records are corrected, and the root causes addressed, sales can grow by 4-8%.
	Food Waste & Markdowns	Unpacking items in distribution centres to reduce minimum case quantities can reduce waste by 32.5%.
	Video Technologies	Insights into how video technologies and analytics are being used to highlight the importance of clear leadership to maximise ROI.
	Product ID	RFID can help to improve inventory accuracy by 37%, leading to better on-shelf availability, increasing retail sales by 1.5%-5%.
	E-commerce Loss	25% of the cost of returns could be saved if 30% more customers returned goods to stores rather than via a courier.
	Customer Checkout	Grocery stores with 50% of their transactions processed through self-checkout are likely to see their unknown losses (shrink) increase by 77%.

Innovation Challenges

In addition to its ambitious programme of research, workshops and online meetings, the Group has pioneered the use of Innovation Challenges to identify and introduce start-up companies to its members.



Driving the Agenda in 2022

The Group has ambitious and exciting plans for 2022 including new research, a timetable of virtual and face-to-face meetings, and new Innovation Challenges. The Group's research agenda includes:

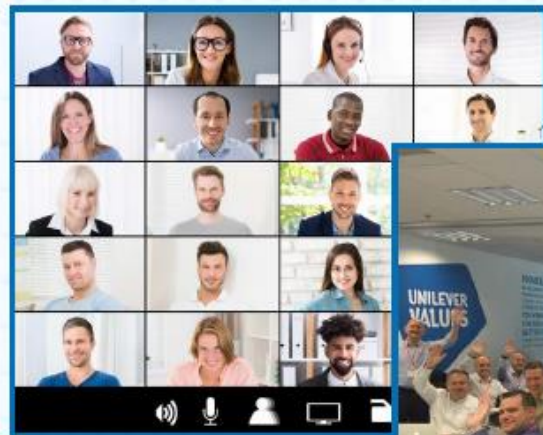
Evaluating the Control of Self-Checkout Interventions: Through global surveys, interviews and case studies, this project aims to provide powerful insights on how retailers can effectively manage their self-checkout systems.

Predicting Wrong Inventory Records: Research supported by eight retailers will explore how accurately inventory record inaccuracy can be predicted and identified and the different ways that retailers could act on these insights to prevent lost sales and reduce store labour costs.

True Cost of Food Waste: This research seeks to understand the true cost of food waste by developing a better understanding of a range of process issues, including: discounting; store labour models; donations management; and recording systems.

Fortress Store Research: This study is focussed upon both understanding how retailers develop their risk models for categorising their stores, as well as evaluating the ways in which they protect those deemed as highest risk.

E-commerce: In collaboration with the Retail Industry Leaders Association in the US, new research is underway to better define, measure and undertake industry benchmarking on the scale and extent of the problem.



In 2021 the Group delivered more than 80 online events, engaging with over 6,000 retail leaders across the globe.



In 2022 the Group will again begin to deliver a programme of face-to-face meetings at retail venues across Europe.



Contact Details for the Group: Colin Peacock, Group Strategy Coordinator
Email: colin@ecrloss.com; Tel: +44 7808 545947; Website: www.ecrloss.com.

Innovation Challenges 2022

The Group will be organising at least two Innovation Challenges in 2022 - one focussed upon the issue of food waste, and the other looking at how start-up companies are innovating to address the management and control of various types of self-checkout technologies.

These highly interactive sessions will provide participants with the opportunity to hear directly from some of the brightest and most imaginative new businesses looking at these issues.

To register for these or any of the other events organised by the ECR Retail Loss Group, contact Colin Peacock, the Group's Strategic Coordinator: colin@ecrloss.com



Engaging With the Industry

Companies that participated in 2021 included: AB Vassilopoulos, Abercrombie, Action, Adidas, Albert, Albert Heijn, Albertsons, Aldi, Alibaba (Eleme), Amazon, Asda, ASOS, Auchan, Autozone, B&Q, Barilla, Bashas, Bed Bath and Beyond, Bennett, Best Buy, Bic, Big Y, Bindawood Holdings, BJ's, Body Shop, bol.com, Boots, Browns Shoes, Brunello Cuccinelli, Bunnings, C&A, Calzedonia, Canada Goose, Carrefour, Casino Group, Cencosud, Chalhoub, Chep, Clarks, Coles, Colruyt, Coop UK, Coop Midcounties, Coop Nord, Coop Scotmid, Costco, Costcutter, Countdown, CVS, Decathlon, Delhaize, Desigual, Diageo, Dicks Sporting Goods, Dollar General, Dollar Tree, Dunnes, Duracell, Dyson, El Corte Ingles, EPZ Holdings, Eroski, Esselunga, Fenix Outdoors, Fest Foods, Five Below, Foot Locker, Frasers Group, Gama Supermarkets, Gap Inc, General Mills, Giant Martins, GoPro, GPA Brasil, Guidos, Halfords, Harvey Nicholls, Hawes & Curtis, HEB Stores, HEMA, Holland & Barrett, Home Depot, Homebase, Hugo Boss, Iceland, IKEA, Inditex, Intermarche, JD Sports, John Lewis, Jumbo, Kaufland, Kesko, Kroger, Levis, Lidl, Loblaws, L'Oréal, Loro Piana, Lowes Food, Lowes Home Improvement, Luelemon, Luxxotica, M&S, Masoutis, Matalan, Maverik, Mega Image, Meijer, Meny, Mercadona, Metro AG, Migros CH, Migros Turkey, Mondelez, Morrisons, Myer, Nemlig, Nestle, New Look, Next, Nike, Nomad Foods, North Beach, Okay, OK Markets, Olimpica, P&G, P&G Gillette, Pepsico, Picnic, Poundland, Price Chopper, Primark, Profi Rom Food, Publix, Purdey, QuikTrip, REI, Reiss, Rewe, Richemont, Rimi Baltic, River Island, Ross Stores, S Group, Sainsburys, Salling Group, Sams Club, Schnucks, Shoprite, Sobeys, Sodimac, Sonae, Soriana, Spar International, Spartan Nash, SPSA Peru, Starbucks, Stater Bros, Stop'n'Shop, Synka, Target, Tesco, The Hut Group, The Very Group, TJX, Ulta, United Supermarkets, Vallarta Supermarkets, Waitrose, Walgreens, Walmart, Walt Disney, WH Smiths, Whole Foods, Wilko, Woolworths, Worten and X5 Russia.

Recent ECR Retail Loss Reports

All ECR reports are freely available from the Group's website: www.ecrloss.com.



FOOD WASTE — ECR RETAIL LOSS GROUP 2022

1) Should we in 2022 assess the potential of the 2d data matrix bar code and the new visibility it can deliver of the expiry date?

2) Should we do some analysis of what food waste is truly costing our business?

3) Can we be more imaginative and accelerate the pace of innovation on food waste?

4) Have we thought about asking our shoppers to "mark down" the close to expiry date products themselves?

5) Should we in 2022, revisit the "dry misting" technology?

6) Finally, is 2022 the year when we take a fresh new look at bakery waste?

<https://www.ecrloss.com/blog/food-waste-and-markdowns/six-key-questions-for-retail-food-waste-reduction-leaders>



FORMÁLNÍ ČÁST:

- Poplatky
- Rozpočet

RŮZNÉ

CZ-SK ECR INICIATIVA
VALNÁ HROMADA

TERMÍNY DALŠÍCH SETKÁNÍ

ECR Presidium Meetings

Calendar 2022

3.6.2022, 13:00 – 14:30

2.9.2022, 13:00 – 14:30

2.12.2022, 13:00 – 14:30

Valná hromada + Výroční konference
ECR 2023:

Duben 2023 / Nestlé

VOLEBNÍ !!!

Pracovní zasedání / operativně dle potřeby.