

**Capgemini press contact:**  
Ellie Turner, WeberShandwick for  
Capgemini  
Tel.: +44 207 067 0534  
E-mail:  
[eturner@webershandwick.com](mailto:eturner@webershandwick.com)

**Consumer Goods Forum press  
contact:**  
Sabine Ritter  
Tel: +33 1 82 00 95 80  
Email:  
[s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

**GS1 press contact:**  
Signe Poulsen  
Tel: 28 11 68 49  
Email:  
[spo@gs1.dk](mailto:spo@gs1.dk)

## - Pressemeddelelse -

### **Global undersøgelse viser kritisk behov for yderligere udbredelse af standarder, så hurtigt skiftende branchetrends og forbrugeradfærd kan understøttes.**

- 100% af lederne, som deltog i undersøgelsen mener, at det er ændringer i forbrugeradfærd, der vil påvirke branchens forsyningskæde mest i det kommende årti.
- 70% udtalte et ønske om en mere udbredt anvendelse af standarder i hele forsyningskæden.
- 50% opfordrer GS1 til at tage en global lederrolle i forhold til at støtte prioritering af implementering.

København, 11. marts, 2013

I sidste uge offentliggjorde Capgemini Consulting sammen med GS1 og The Consumer Goods Forum en rapport, der konkluderer, at mere udbredt anvendelse af standarder er en afgørende ingrediens i forsyningskædeeffektivitet og ift. at imødekomme forbrugernes behov. Rapporten hedder "*The Future of Standards in the Consumer Goods & Retail Industry: Cut costs and meet new consumer needs*". I den opfordres branchen til at introducere simple programmer, der hjælper virksomheder med at implementere standarder, og samtidig gør det muligt at levere standardiserede produktinformationer til forbrugerne.

Siden den første strekkode blev scannet i 1974, har brugen af standarder ført til kæmpe besparelser for detailhandlen og har resulteret i et mere effektivt flow af varer og informationer. Nutidens forbrugere har fået øget magt via sociale og mobile teknologier, og de kræver i stigende grad at kunne hente opdaterede vareinformationer ved at scanne strekkoder på varerne, fx om produktets oprindelse og ingredienser.

Ifølge undersøgelser udført af GS1 UK og Cranfield School of Management, sparede brug af strekkoder den engelske detailhandel for £10,5 milliarder i 2011 alene.<sup>1</sup> Elektroniske standarder har gjort det muligt for virksomheder at gå væk fra manuelle, papirbaserede arbejdsgange, hvilket giver fordele i form af fx at reducerede leveringstider med 61 timer i gennemsnit<sup>2</sup>, besparelser pr. transaktion på €12-18<sup>3</sup>, og 5% færre out-of-stock situationer<sup>4</sup>.

Men fordi branchens udfordringer til stadighed ændres, er det nødvendigt at gøre endnu mere for at sikre, at standarder bliver anvendt af flere virksomheder.

Undersøgelsen viser, at branchen står over for adskillige udfordringer med hensyn til standarder - fx:

<sup>1</sup> GS1 and Cranfield School of Management, 2012

<sup>2</sup> 'Make your supply chain more efficient by using GS1 standards,' IBM and The Consumer Goods Forum, 2011

<sup>3</sup> GS1 France, GS1 Germany/PROZEUS project

<sup>4</sup> 'Make your supply chain more efficient by using GS1 standards,' IBM and The Consumer Goods Forum, 2011

- 1) **Utilstrækkelig brug af standarder:** Sammenlignet med store virksomheder, bruger små og mellemstore virksomheder standarder i mindre omfang, og manuelle arbejdsgange er ofte normen.
- 2) **Standarder bør udbredes til nye kanaler** såsom e-handel.
- 3) **De data, som hentes via strekkoder på varer, mangler ofte eller er forkerte** og leveres ikke på en standardiseret måde på tværs af kanaler.
- 4) **Kampagner er problematiske:** De er nødvendige for at øge salget, men gør det vanskeligt at forudsige efterspørgsel, eftersom handlen ofte er uvillig til at dele kampagnestrategier.
- 5) Med de udfordringer, som **Big Data** giver, finder både detailhandel og leverandører det svært at følge standarder, der kræver, at strekkodenumre udskiftes hver gang en vare ændres en smule.
- 6) Der er en stigende **mangel på naturressourcer og øget forbrugerinteresse for bæredygtig forretningsdrift.** Det skaber efterspørgsel på mere præcis og konsekvent information om carbon footprint, vand- og energiforbrug samt genbrug.

Rapporten anbefaler derfor, at branchen:

- Udvikler marketingprogrammer målrettet virksomheder, der ikke anvender standarder fuldt ud.
- Introducerer simple programmer, som vil gøre det nemmere for virksomheder at implementere standarder.
- Bruger eksisterende standarder til at kommunikere vareinformationer til forbrugerne.
- Indsamler tilstrækkelig information om produktoprindelse og route to market til at minimere risiko.
- Udvikler løsninger der sikrer datakvalitet.
- Udvikler nye standarder der gør det nemmere at udveksle bæredygtighedsrelaterede data.
- Udvider GS1's rolle fra at være en organisation, der udvikler standarder, til også at være videntcenter for implementering af standarder.

*“Capgemini-rapporten kaster lys over et vigtigt emne: Branchen som helhed er nødt til at lægge mere arbejde i at sikre, at standarder bliver anvendt i hele forsyningskæden. Og vi er så heldige at have dynamiske organisationer som GS1 og The Consumer Goods Forum til at hjælpe os med det,”* forklarer José Lopez, Executive Vice President, Operations & GLOBE, Nestlé.

*“Standarder har en fascinerende fortid og en spændende fremtid. De er en fundamental del af den måde, vi driver forretning på og sænker vores omkostninger. Og de hjælper os med at komme tættere på forbrugerne og med at imødekomme deres til stadighed ændrede behov, specielt i den digitale verden,”* kommenterer Mike McNamara, Chief Information Officer, Tesco.

Susan Wood, Principal, Capgemini Consulting North America, siger: *“Vores rapport viser det pressende behov for ikke bare større brug af standarder og mere konsekvens i implementeringen af standarder, men også for forbedrede data, guidelines og governance på tværs af detailhandelsbranchen. Dette er især vigtigt på grund af forbrugernes stigende krav, som driver den digitale udvikling, der skal til, for at forbedre shoppingoplevelsen på tværs af kanaler.*

Rapporten er baseret på dybdegående interviews med ledere i supply chain- og IT-funktioner fra 20 globale producenter af forbrugervarer og detailhandlen, fra Europa, Asien og Nordamerika, deriblandt Johnson & Johnson, Nestlé, Tesco, Unilever og Walmart.

Download rapporten 'The Future of Standards in the Consumer Goods & Retail Industry' fra: [www.capgemini.com/the-future-of-standards](http://www.capgemini.com/the-future-of-standards)

#END#

## NOTES FOR EDITORS

### **About Capgemini Consulting**

Capgemini Consulting is the global strategy and transformation consulting organization of the Capgemini Group, specializing in advising and supporting enterprises in significant transformation, from innovative strategy to execution and with an unstinting focus on results. With the new digital economy creating significant disruptions and opportunities, our global team of over 3,600 talented individuals work with leading companies and governments to master Digital Transformation, drawing on our understanding of the digital economy and our leadership in business transformation and organizational change.

Find out more at [www.capgemini-consulting.com](http://www.capgemini-consulting.com).

### **About Capgemini**

With more than 125,000 people in 44 countries, Capgemini is one of the world's foremost providers of consulting, technology and outsourcing services. The Group reported 2012 global revenues of EUR 10.3 billion. Together with its clients, Capgemini creates and delivers business and technology solutions that fit their needs and drive the results they want. A deeply multicultural organization, Capgemini has developed its own way of working, the Collaborative Business Experience™, and draws on Rightshore®, its worldwide delivery model.

Learn more about us at [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com).

*Rightshore® is a trademark belonging to Capgemini*

### **About The Consumer Goods Forum**

The Consumer Goods Forum (CGF) is a global, parity-based industry network, driven by its members. It brings together the CEOs and senior management of over 650 retailers, manufacturers, service providers and other stakeholders across 70 countries and reflects the diversity of the industry in geography, size, product category and format. Forum member companies have combined sales of EUR 2.1 trillion.

The Forum's vision is: "Better lives through better business". To fulfil this, its members have given the Forum a mandate to develop common positions on key strategic and operational issues affecting the consumer goods business, with a strong focus on non-competitive process improvement. The Forum's success is driven by the active participation of the key players in the sector, who together develop and lead the implementation of best practices along the value chain.

Find out more at [www.theconsumergoodsforum.com](http://www.theconsumergoodsforum.com).

### **About GS1**

GS1 is a not-for-profit, neutral organisation that is driven and governed by its members. It manages and develops the most widely used system of supply chain standards in the world - used by over 1 million organisations in multiple sectors and in close to 150 countries.

GS1 is most well-known for the bar codes that companies put on their products and that are scanned by retailers at point-of-sale. However, GS1 standards are much more than the barcodes. They provide a framework for companies to identify, capture and share information which drives supply chain visibility. This allows companies to improve efficiency, safety and sustainability and to better collaborate with suppliers, customers and end-consumers.

Find out more at [www.gs1.org](http://www.gs1.org) eller [www.gs1.dk](http://www.gs1.dk)