

HYPERMARCHÉS

Quelles stratégies d'avenir pour le format phare
de la grande distribution

- Politique de prix, décentralisation, offre... : le point sur les stratégies des enseignes pour booster la croissance des hypermarchés
- Comment rivaliser avec les magasins spécialisés dans un environnement hyper concurrentiel
- Comment redynamiser l'offre alimentaire pour reconquérir le consommateur

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Philippe BAROUKH
Directeur général des hypermarchés
GROUPE AUCHAN



Georges PLASSAT
Président-Directeur général
GROUPE CARREFOUR

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

• BONGRAIN FRANCE • DBA APPAREL EUROPE DE L'OUEST • GFK CONSUMER CHOICES •
GROUPE AOSTE • JACQUET BROSSARD • KANTAR WORLD PANEL FRANCE • ORANGINA-SCHWEPPE
FRANCE & BELGIQUE • PROCTER & GAMBLE FRANCE • SYMPHONYIRI • UNILEVER FRANCE

Avec le soutien de :



Formations complémentaires

27 et 28 mai 2013

CATEGORY MANAGEMENT

Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

30 mai 2013

MIEUX COMPRENDRE LA GRANDE DISTRIBUTION
pour identifier vos leviers de développement

Avec 52,4 % de part de marché valeur sur le secteur des PGC (CAM arrêté au 27 janvier 2013), **l'hypermarché reste le format phare de la grande distribution** bien qu'il soit souvent décrié pour son manque d'attractivité : peu de confort d'achat, taux de ruptures dissuasifs, insuffisance des services... **Il est, avec le drive, le seul format en progression !** (source : Kantar Worldpanel).

50 ans après l'ouverture du premier hypermarché français par Carrefour à Sainte-Geneviève des Bois, les grandes enseignes de la distribution sont plus que jamais décidées à mettre en œuvre les stratégies nécessaires pour **assurer la croissance de l'hypermarché et séduire à nouveau le consommateur** face aux nouveaux circuits de distribution qui prennent de l'ampleur notamment le e-commerce, le drive et les magasins de proximité.

Dans ce contexte marqué par l'évolution des politiques menées par les distributeurs et à l'occasion de l'anniversaire des 50 ans de ce format, LSA vous propose le 29 mai 2013 une conférence exceptionnelle dédiée aux stratégies d'avenir de l'hypermarché :

- Politique de prix, décentralisation, offre... : le point sur les stratégies des enseignes pour booster la croissance des hypermarchés
- Comment rivaliser avec les magasins spécialisés dans un environnement hyper concurrentiel
- Comment redynamiser l'offre alimentaire pour reconquérir le consommateur

En complément, LSA organise une journée de formation « Mieux comprendre la grande distribution pour identifier vos leviers de développement » le jeudi 30 mai.

Dans l'attente de vous accueillir les 29 et 30 mai prochains,

Clémence Douady
Chargée de conférences LSA



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

INFOPRO
COMMUNICATIONS

HYPERMARCHÉS

Quelles stratégies d'avenir pour le format phare de la grande distribution

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Emmanuel AIMOND	Directeur général JACQUET BROSSARD
Philippe BAROUKH	Directeur général des hypermarchés GROUPE AUCHAN
Jean-Michel BESNARD	Business unit manager Coupe GROUPE AOSTE
Jacques DUPRÉ	Directeur Insights SYMPHONYIRI
Marie FERRY	Directrice distribution Europe GFK CONSUMER CHOICES
Gaëlle LE FLOCH	Strategic Insight Director KANTAR WORLDPANEL FRANCE
Hugues PIETRINI	Président ORANGINA-SCHWEPPE FRANCE & BELGIQUE
Georges PLASSAT	Président-Directeur général GROUPE CARREFOUR
François RISTON	Directeur général DBA APPAREL EUROPE DE L'OUEST
Loïc TASSEL	Président PROCTER & GAMBLE FRANCE
Philippe TETTAMANTI	Directeur du category management BONGRAIN FRANCE
Bruno WITVOËT	Président-Directeur général UNILEVER FRANCE

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Distributeurs et industriels, grands groupes et PME

- Directeurs généraux • Directeurs et responsables commerciaux
- Directeurs des ventes • Responsables enseignes et grands comptes
- Directeurs marketing et chefs de groupe • Directeurs et responsables du category management
- Directeurs et responsables merchandising • Directeurs et responsables des achats
- Directeurs de magasins •

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE**
Georges PLASSAT | Président-Directeur général |
GROUPE CARREFOUR

9h45 **Comment s'inscrit le format des hypers aujourd'hui en fonction des attentes émergentes des consommateurs**

- Quels sont les profils consommateurs en fonction des circuits de distribution et de leurs zones géographiques
- Quels sont les formats qui performant : petits ou grands hypers, hard discount, premium...
- Comment expliquer les gains et pertes de parts de marché des principales enseignes : résultats sur l'impact réel du drive et exemples de démarches cross-canal des enseignes

Gaëlle LE FLOCH | Strategic Insight Director |
KANTAR WORLDPANEL FRANCE

10h15 **Rayons non-alimentaires en hyper : chiffres clés et perspectives d'évolution face aux pure players, au drive et à la concurrence des magasins spécialisés**

- Comment a évolué le trafic sur les rayons non-alimentaires en hyper face à la montée en puissance des circuits concurrents
- EPCS, bazar, déco, téléphonie... : quelles sont les catégories qui performant et celles qui sous-performent
- Comment renouveler l'offre sur les rayons non-alimentaires pour doper les ventes

Marie FERRY | Directrice distribution Europe |
GFK CONSUMER CHOICES

10h45 Pause

11h15 **TABLE RONDE - Non-alimentaire : quelle démarche adopter en grande distribution pour faire la différence face aux circuits de distribution spécialisés**

- Assortiment, format de produit, largeur de gamme, innovation... : quelles sont les clés pour répondre aux attentes du shopper en hypermarché
- Comment lutter contre l'effet « showrooming » et booster les ventes

François RISTON | Directeur général | **DBA APPAREL EUROPE DE L'OUEST**

Loïc TASSEL | Président | **PROCTER & GAMBLE FRANCE**

12h00 Déjeuner

13h30 **État des lieux et perspectives à moyen terme sur les rayons alimentaires**

- Quels résultats pour le secteur alimentaire en fonction des différentes typologies de magasins : HM+, HM-, urbains ou ruraux... et vs les SM et le drive
- Chiffres clés à date sur les PGC et les produits frais traditionnels : quelles sont les catégories qui progressent, celles qui résistent et celles qui connaissent des difficultés
- Perspectives et enjeux pour les 5/10 années à venir sur le secteur alimentaire

Jacques DUPRÉ | Directeur Insights | **SYMPHONYIRI**

14h00 **TABLE RONDE - Investir sur les rayons frais traditionnels pour attirer et fidéliser le consommateur au point de vente**

- Conseil, service : comment replacer l'humain au centre des rayons de bouche
- Offre, segmentation, rôle du libre accès : quels sont les leviers d'optimisation de l'assortiment et du merchandising
- Le point sur les apports pour le trafic en magasin, le panier moyen et l'expérience d'achat

Jean-Michel BESNARD | Business unit manager Coupe |
GROUPE AOSTE

Philippe TETTAMANTI | Directeur du category management |
BONGRAIN FRANCE

14h45 **TABLE RONDE - Industriels : quelles stratégies déployer pour redynamiser l'hyper**

- Quels sont les leviers de croissance sur vos catégories
 - Comment améliorer l'expérience d'achat et provoquer l'impulsion
- Emmanuel AIMOND | Directeur général | **JACQUET BROSSARD**
Hugues PIETRINI | Président | **ORANGINA-SCHWEPPE FRANCE & BELGIQUE**
Bruno WITVOËT | Président-Directeur général | **UNILEVER FRANCE**

15h30 **ALLOCATION DE CLÔTURE**

Philippe BAROUKH | Directeur général des hypermarchés |
GROUPE AUCHAN

16h15 Fin de la manifestation

Nous contacter

Vous avez une question relative à la conférence Hypermarchés ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

Lamia ALILAT
lalilat@infopro.fr
Tél. : (+ 33) 1 77 92 99 06



Lundi 27 et mardi 28 mai 2013

CATEGORY MANAGEMENT

Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

Objectifs de la formation :

- ✓ Gammes, promotion, merchandising : donner un renouveau aux leviers traditionnels pour mieux répondre aux attentes du shopper
- ✓ Mettre en œuvre votre démarche de category management : comment passer de la stratégie à l'application terrain
- ✓ Savoir allier mix de l'enseigne et expertise fournisseur sur vos catégories

Formation animée par :



Julie HERMANN
Spécialiste des études Shoppers, Fondatrice FOCUS SHOPPER



Yves MARIN
Senior Manager Distribution - Grande consommation
Cabinet de conseil KURT SALMON

JOUR 1

- **Introduction et définitions**
Déterminer efficacement les besoins du client (insights)
Répondre au consommateur final et au shopper
- **Optimiser la stratégie de vos catégories**
Objectifs stratégiques, périmètre
Diagnostic externe, diagnostic interne
Leviers et stratégie générique sur la catégorie
- **Déterminer votre politique marketing catégoriel**
Cible, positionnement, segmentation, politique de marques
Lien entre segmentation et merchandising, les « 4P » du mix marketing sur la catégorie
- **Décliner la mise en œuvre**
Construire votre business plan, suivre les indicateurs clefs
Construire le plan catégoriel avec un distributeur
Les impacts sur l'organisation des entreprises côté industriel / côté distributeur
- **Focus sur quelques cas emblématiques**
Application du category management à des chantiers sur l'offre, le merchandising, la promotion, la logistique, en France et dans d'autres pays

JOUR 2

- **Acquérir les outils pour améliorer votre compréhension shopper**
Comprendre l'influence des nouveaux modes de distribution
Quelles études shoppers pour répondre à vos besoins spécifiques
- **Savoir mettre à profit les enseignements tirés des études shoppers : illustrations issues de cas réels**
Supports merchandising, stratégies d'implantation réussies, démarches catégorielles gagnantes en GMS et en circuit spécialisé, du point de vue fournisseur et distributeur
- **Application de la stratégie shopper aux problématiques des participants**
Travail en ateliers sur l'implantation d'un univers ou d'une catégorie

Horaires :

8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée
12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants
17h30 : Fin de la journée

Jeudi 30 mai 2013

MIEUX COMPRENDRE LA GRANDE DISTRIBUTION

pour identifier vos leviers de développement

Objectifs de la formation :

- ✓ Découvrir les « coulisses » de la distribution pour mieux appréhender vos marges et leviers d'action
- ✓ Connaître les attentes et les indicateurs de performances du distributeur pour y contribuer

Formation animée par :

Michel GALLO

Ancien Directeur général, SYSTÈME U & MATCH
Consultant expert de la Distribution, MG STRATEGIE ACTION

Jean-Jacques GREGOIRE

Ancien Directeur marketing, SYSTÈME U
& Directeur général délégué, MATCH
Consultant expert de la Distribution, BLUETIT CONSEIL

Programme :

- **Connaître les spécificités des enseignes pour mieux répondre à leurs attentes**
Panorama des différents formats de la distribution et leurs performances
Comment fonctionne chaque centrale d'achats et quels sont les changements à venir au niveau des enseignes dites « centralisées »
- **Comment se définit la stratégie client en fonction des différents objectifs visés**
Comment évoluent les comportements et les profils consommateurs
Identifier les potentiels de croissance du distributeur sur chaque catégorie
Déterminer les leviers à actionner pour permettre au distributeur d'atteindre ses objectifs sur vos catégories de produits
- **Gestion de l'offre : de la stratégie magasin à la mise en œuvre de l'offre**
Comment se positionne l'offre du distributeur sur l'échelle des prix
Comprendre l'élaboration de la politique de prix du distributeur et ses indices
- **Maîtriser le Plan d'Action Commercial du distributeur pour y contribuer**
Comprendre les avantages et inconvénients de la mise en place de promotions pour le distributeur
Appréhender le process de construction d'une opération promotionnelle
- **Taux de services, rotation de stocks, rôle des promotions**
Comment optimiser la supply chain du point de vue du distributeur
- **Outils de gestion et indicateurs de performance du distributeur**

Horaires :

8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée
12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants
17h30 : Fin de la journée

■ ■ ■ Conférence

Mercredi 29 MAI 2013

PRÉ CATELAN

Bois de Boulogne

75116 Paris

Le matin de 8h15 à 9h15, des navettes seront prévues au départ de Porte Maillot : prendre la sortie bus 244, les navettes se situeront dans le parking à côté de l'arrêt de bus.

Le soir, des navettes partiront du Pré Catelan à destination de Porte Maillot de 16h à 17h.

Stationnement gratuit pour les participants qui seront en voiture.

■ ■ ■ Formations

Lundi 27 et mardi 28 MAI 2013

CATEGORY MANAGEMENT

Jeudi 30 MAI 2013

MIEUX COMPRENDRE LA GRANDE DISTRIBUTION

Les formations se tiendront à Paris.

Le lieu exact de la formation vous sera précisé sur votre convocation envoyée avant le stage

**Consultez les informations relatives à l'hébergement
et à l'accès sur notre site internet :**

<http://evenements.infopro.fr/lsa/conference/>

Onglet informations et tarifs

UN ÉVÈNEMENT DU GROUPE

INFOPRO
COMMUNICATIONS

InfoPro Communications est un groupe leader d'information et de services professionnels en France. Nous couvrons cinq univers clés de l'économie : l'automobile, l'industrie, l'assurance et la finance, la distribution, le tourisme et tourisme d'affaires.

InfoPro Communications propose aux acteurs de ces univers une gamme complète de médias et de services : logiciels, bases de données, services en ligne, magazines, salons, formations, conférences...

Ces outils leur permettent de communiquer, de surveiller leur environnement, d'améliorer leur activité et de progresser dans le cadre de leur métier.

Avec le soutien de



Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 19,6 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Service Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : cnil@gisi.fr

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro.fr/lsa/cgv>

Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Tél. : Port. :

E-mail :@.....

Société :

Adresse :

Code postal : Ville :

Cedex : Pays :

N° TVA intracommunautaire :

N° Commande interne :

N° de Siren :

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

Je m'inscris et je choisis :



La conférence HYPERMARCHÉS du 29 mai 2013

La formation CATEGORY MANAGEMENT des 27 et 28 mai 2013

La formation MIEUX COMPRENDRE LA GRANDE DISTRIBUTION du 30 mai 2013

Tarif Normal	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 690 € HT / 2 021,24 € TTC
<input type="checkbox"/> 3 Jours 1 995 € HT / 2 386,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 4 Jours 2 795 € HT / 3 342,82 € TTC

Tarif PME (Moins de 250 salariés)	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 790 € HT / 944,84 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 390 € HT / 1 662,44 € TTC
<input type="checkbox"/> 3 Jours 1 595 € HT / 1 907,62 € TTC	<input type="checkbox"/> 4 Jours 2 795 € HT / 3 342,82 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :

<http://evenements.infopro.fr/lisa/>

Je joins un chèque de € TTC

à l'ordre du Groupe Industrie Services Info

J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires

Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro.fr/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à :

Le :

Signature

Cachet de l'entreprise