

# MERCHANDISING ET E-MERCHANDISING

Exécuter des dispositifs shopper centric créateurs de valeur

- Visibilité, disponibilité, développement de l'offre : arbitrer en faveur de la valorisation de votre assortiment
- Points de vente physiques, drives et sites e-commerce : optimiser votre merchandising dans une logique omnicanal
- Les clés pour concilier concept fort et exécution efficace

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



**Frédéric JUVIN**  
Directeur des concepts hypermarchés  
**CARREFOUR FRANCE**  
*(accord de principe)*

■■■ ET NOTAMMENT LES TÉMOIGNAGES EXCLUSIFS DE ■■■



**Fabienne BOSCHER**  
Directrice category planning  
confiserie  
**MONDELEZ**  
**INTERNATIONAL**



**Aurélie BOURGEREAU**  
Responsable digital  
**GROUPE LA**  
**MARTINIQUEAISE**  
**BARDINET**



**Thierry LE GAUYER**  
Responsable de la distribution  
en ligne  
**NOVAMEX**



**Claire MOISON**  
Chef de pôle marketing  
« pause déjeuner »  
**SODEBO**

En partenariat avec



Avec le soutien de



Depuis le début 2016, la croissance valeur des produits de grande conso ne cesse de s'effriter. Pression promotionnelle, guerre des prix, restrictions budgétaires... **dans ce contexte particulièrement difficile, concilier concept merchandising performant et exécution efficace, est plus que jamais essentiel.**

**Renouer avec la croissance doit nécessairement passer par une compréhension fine du shopper omnicanal et l'activation de tous les points de contact en magasin et sur les sites e-commerce.**

Dans cette optique, LSA vous donne rendez-vous le 29 septembre pour la **9<sup>ème</sup> édition de la conférence LSA Merchandising et E-Merchandising**. Une journée d'échanges et de réflexion désormais incontournable, lors de laquelle un plateau exceptionnel d'industriels, de distributeurs et d'experts reviennent, à travers des cas concrets, sur leurs solutions pour exécuter des dispositifs merchandising shopper centric créateurs de valeur :

- **Visibilité, disponibilité, développement de l'offre** : arbitrer en faveur de la valorisation de votre assortiment
- Les clés pour **concilier concept merchandising fort et exécution efficace**
- **Nouveaux parcours client** : optimiser votre merchandising dans une logique omnicanal

Les places étant limitées, inscrivez-vous sans plus tarder !

Au plaisir de vous y retrouver,

**Aurore CHRISTINA**  
**Chef de projet 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 évènements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

# MERCHANDISING ET E-MERCHANDISING

Exécuter des dispositifs shopper centric créateurs de valeur

## AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Fabienne BOSCHER</b>	Directrice category planning confiserie <b>MONDELEZ INTERNATIONAL</b>
<b>Auréliе BOURGEREAU</b>	Responsable digital <b>GROUPE LA MARTINICAISE / BARDINET</b>
<b>Maxime BRUNET</b>	Directeur conseil <b>EMNOS</b>
<b>Frédéric JUVIN</b>	Directeur des concepts hypermarchés <b>CARREFOUR FRANCE</b>
<b>Thierry LE GAUYER</b>	Responsable de la distribution en ligne <b>NOVAMEX</b>
<b>Livio LUMBROSO</b>	Co-fondateur <b>LOCALEYES</b>
<b>Alexis MAU</b>	Senior manager conseil <b>EMNOS</b>
<b>Claire MOISON</b>	Chef de pôle marketing « pause déjeuner » <b>SODEBO</b>
<b>Géraldine SÉJOURNÉ</b>	Directrice marketing et communication <b>NOVAMEX</b>
<b>Frédéric VALETTE</b>	Directeur retail insight <b>KANTAR WORLDPANEL</b>
<b>Isabelle VANTARD</b>	Directrice service clients industriel <b>IRI</b>

## VOUS ÊTES CONCERNÉS :

- **Distributeurs et industriels de grands groupes et PME** •
- Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs du category management • Directeurs et responsables de l'offre et du linéaire • Directeurs et responsables merchandising • Directeurs et responsables customer management • Category managers • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs marketing enseigne • Directeurs et responsables Internet et E-business • Directeurs et responsables retail • Chefs de groupe • Responsables d'enseigne • Directeurs et responsables conseil • ...

Journée animée par Florence BRAY, Rédactrice en chef adjointe de la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

## COMPRENDRE LE SHOPPER OMNICANAL : QUELS DÉFIS POUR LE MERCHANDISING

9h00

### ALLOCUTION D'OUVERTURE

Concevoir un merchandising nouveau pour réinventer l'hypermarché



Frédéric JUVIN  
Directeur des concepts hypermarchés  
**CARREFOUR FRANCE**  
(accord de principe)

9h30

### Performances des PGC : état des lieux chiffré et perspectives à l'horizon 2017

- Recul des MDD et effet prix négatif : quelles conséquences sur la construction et la mise en scène de l'offre
- Visibilité, disponibilité, shoppabilité : comment arbitrer en faveur de la valorisation de votre assortiment

Isabelle VANTARD | Directrice service clients industriel | **IRI**

10h00

### Adapter l'organisation du magasin et le merchandising des catégories aux attentes du shopper omnicanal

- Le point sur les enjeux liés à l'émergence du client omnicanal
- Ajuster le plan de masse magasin et le mix catégoriel aux évolutions du comportement shopper
- Collaboration Retailers-Fournisseurs : exploiter les leviers de la connaissance client pour optimiser ensemble le rayon online et in-store

Maxime BRUNET | Directeur conseil | **EMNOS**  
Alexis MAU | Senior manager conseil | **EMNOS**

10h30

Pause

## CONCILIER CONCEPT MERCHANDISING FORT ET EXÉCUTION EFFICACE

11h00

### Jouer la carte de la différenciation en fond de rayon, sur le drive et le e-commerce : le cas L'Arbre Vert

- Labels, allégations, conseils d'utilisation... : maximiser réassurance et valorisation de votre assortiment
- Comment exprimer votre discours de marque en rayon et online pour doper vos ventes

Thierry LE GAUYER | Responsable de la distribution en ligne | **NOVAMEX**

Géraldine SÉJOURNÉ | Directrice marketing et communication | **NOVAMEX**

11h40

### Déployer de manière profitable des concepts merchandising dédiés aux différents circuits de distribution

- Marketing de l'offre confiserie sucrée et parcours client : quels enjeux et opportunités pour déclencher l'achat
- Personnaliser les devants de caisse en fonction des formats de magasin pour bâtir un univers attrayant

Fabienne BOSCHER | Directrice category planning confiserie | **MONDELEZ INTERNATIONAL**

12h10

### Améliorer vos analyses de performances grâce à la vision réelle de vos linéaires

- Mesurer avec précision la conformité et l'impact de votre action merchandising
- Innovations, planogrammes, théâtralisation... enrichir votre connaissance magasin pour répondre aux attentes clients
- Quels apports de la reconnaissance visuelle dans la conception et l'exécution de vos dispositifs en point de vente

Livio LUMBROSO | Co-fondateur | **LOCALEYES**

12h40

Déjeuner

14h30

### Quelle méthodologie pour organiser votre assortiment et limiter l'évasion de vos clients

- Comprendre les performances, les évactions et les mixités entre enseignes selon les rayons
- Quels codes détenir pour maximiser le nombre de vos clients

Frédéric VALETTE | Directeur retail insights | **KANTAR WORLDPANEL**

15h00

### Réussir l'activation merchandising de vos innovations : l'exemple des salades snacking

- Quels partis-pris merchandising pour répondre aux nouvelles attentes de vos shoppers
- Marketing de l'offre traiteur et lancement de produit : comment bien se positionner et émerger dans un linéaire saturé
- Focus sur le succès de « Salade & compagnie » de Sodebo

Claire MOISON | Chef de pôle marketing « pause déjeuner » | **SODEBO**

## SHOPPER CENTRIC ET OMNICANAL : BÂTIR LE MERCHANDISING DE DEMAIN

15h30

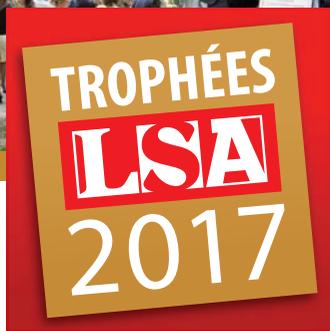
### DÉBAT DE CLÔTURE - Nouveaux parcours client : optimiser votre merchandising dans une logique omnicanal

- Cibler les chantiers prioritaires du drive et des sites e-commerce : quelle feuille de route pour les industriels des PGC
- Trajectoires innovations et promotions, marketing prédictif, personnalisation... : faire de vos points de vente online et physiques des lieux dédiés à l'expérience shopper
- Les pistes pour adresser vos enjeux merchandising dans leur globalité quel que soit le canal

Auréliе BOURGEREAU | Responsable digital | **GROUPE LA MARTINICAISE / BARDINET**  
Autres intervenants en cours de confirmation

16h15

Fin de la journée



## CATEGORY MANAGEMENT

**Votre expertise shopper a permis de faire progresser votre catégorie en 2016 ?  
Déposez votre dossier de candidature avant le 10 février 2017**

Les Trophées LSA du Category Management récompensent les meilleures démarches catégorielles en grande conso, des distributeurs, industriels et acteurs des services, dans 7 catégories :

MERCHANDISING

PROMOTIONS  
TRADE-MARKETING

DÉMARCHE CROSS-CANAL

E-MERCHANDISING

EXPÉRIENCE SHOPPER

FIDÉLISATION

EXPERTISE SHOPPER

Vous souhaitez devenir partenaire de cet événement ?  
Contactez Fatima Dabdoubi [fdabdoubi@lsa.fr](mailto:fdabdoubi@lsa.fr)

Informations et inscriptions sur [www.lsa.fr](http://www.lsa.fr),  
rubrique Evénements / Trophées  
[Trophées.catman@lsa.fr](mailto:Trophées.catman@lsa.fr) ou 01 77 92 93 36

LES RENCONTRES



### Nos prochaines conférences

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

#### 2<sup>e</sup> FORUM LSA DE LA PROXIMITÉ

29 novembre 2016 à Paris

#### EXPÉRIENCE CLIENT SUMMIT

**Les clés pour créer de la valeur**

30 novembre 2016 à Paris

#### CONGRÈS DU NON ALIMENTAIRE

**10 grands distributeurs dévoilent leurs stratégies**

6 décembre 2016 à Paris

#### CONGRÈS RHD

**13<sup>e</sup> rencontre des acheteurs, fournisseurs et distributeurs de la RHD**

6 décembre 2016 à Paris



### Nos prochaines formations

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

#### DIGITAL TO STORE

**Attirer les prospects et faire revenir vos clients en points de vente en utilisant le web et le mobile**

15 novembre 2016 à Paris

#### PROXIMITÉ

**Construire une stratégie catégorielle adaptée à la proximité**

28 novembre 2016 à Paris

### Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

**Elvire ROULET**  
[eroulet@infopro-digital.com](mailto:eroulet@infopro-digital.com)  
Tél. : (+ 33) 01 77 92 93 36

## ■ Conférence

**Jeudi 29 septembre 2016**

Pavillon Gabriel

5 Avenue Gabriel

75008 PARIS

Métro : Concorde (lignes n°1 et 8)

Parking public : Concorde

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

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-merchandising-e-merchandising-2016-5057,tarifs>

Onglet informations et tarifs

## En partenariat avec



emnos est la branche Conseil du Groupe Loyalty Partner, leader européen de la gestion de la fidélité client et filiale du groupe American Express.

En tant que spécialiste de la connaissance client et sa valorisation, emnos exploite les données transactionnelles pour bâtir des recommandations stratégiques et opérationnelles en termes d'assortiment, promotion catalogue, merchandising, prix, média ciblé et communication.

Implanté à Munich, Paris, Londres, Madrid, Bruxelles, Chicago et Saint-Petersbourg, emnos accompagne depuis près de 10 ans les leaders de la grande distribution à travers le monde, dont Walgreens, Carrefour, Franprix, Lenta et Auchan, et plus de 50 industriels incontournables de la grande consommation : Nestlé, P&G, Unilever, L'Oréal, Coca-Cola, Heineken, PepsiCo, Mars, Candia, etc.

[www.emnos.com](http://www.emnos.com)



LocalEyes est le leader français des relevés terrain destinés aux calculs d'impact et opérés par la foule. La start-up, fondée en 2013, compte plus de 50.000 utilisateurs et près de 60 clients grands comptes dans les univers de la grande distribution, de la pharmacie et de la distribution spécialisée. Ses offres s'adressent à tous les industriels et réseaux de distribution souhaitant mesurer de manière récurrente et standardisée l'exécution de leurs plans opérationnels et travailler sur la productivité des processus terrain. Avec une technologie et un savoir-faire éprouvé en matière de certification de l'information, LocalEyes a déjà fourni plus de 2 millions de photos à ses clients.

<http://localeyes-app.com/>

## Avec le soutien de



Coop de France représente 2800 coopératives agricoles et agroalimentaires, 84,3 milliards de CA, 160 000 salariés et 40% du CA agroalimentaire français.

<http://www.coopdefrance.coop/fr/index.html>

## VOUS FORMER avec LSA ?

Toutes les formations sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/formations/>

### 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 : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services 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](mailto:cnil@gisi.fr)

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv>

# Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA  
Email : pvincent@infopro-digital.com • 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'incris à la conférence « MERCHANDISING ET E-MERCHANDISING » du 29 septembre 2016 pour 1 095 € HT soit 1 314 € TTC**

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :  
<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

- Je joins un chèque de.....€ TTC à l'ordre du GISI
- J'enverrai mon paiement à réception de la facture
- 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-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à : .....

Le. : .....

Signature

<b>Cachet de l'entreprise</b>
-------------------------------