

INNOVATIONS ET TENDANCES ALIMENTAIRES

Saisir les nouveaux relais de croissance
pour garantir le succès de vos lancements produits

- Plaisir, naturalité, praticité et simplicité d'utilisation... : sur quelles tendances porteuses investir à l'horizon 2015
- Cerner les attentes des distributeurs en termes d'assortiment et de contenu de l'offre alimentaire en magasin
- Innovation de rupture, extension de gamme ou redéfinition de l'offre : quelle stratégie adopter en période de crise

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Jean-Philippe ANDRÉ
Président du directoire
HARIBO RICQLES ZAN



Jean-Noël CORNEC
Adhérent à la direction de
l'offre alimentaire en charge de
l'assortiment et de la promotion
ITM ALIMENTAIRE



Vincent MIGNOT
Directeur général
AUCHAN FRANCE



Vincent ROUSSEL
Directeur centrale
d'achats alimentaires
PROVERA

■■■ ET LES INTERVENTIONS DE ■■■

- COCORETTE • FINDUS FRANCE • INTERMARCHÉ • JACQUET BROSSARD •
LES 2 VACHES (Stonyfield France) • NESTLÉ FRANCE • NIELSEN • PERNOD • SODEBO
• SUD'N'SOL (Les Ensoleil'ades) • XTC WORLD INNOVATION

Avec le soutien de :



Formation complémentaire

27 mars 2013

L'INNOVATION PRODUIT COMME RÉPONSE À LA CRISE
Comment mettre en œuvre une démarche
performante, durable et rentable

Malgré des coûts d'innovation considérés comme excessifs pour bon nombre d'entreprises, la créativité reste, en 2013, une donnée essentielle pour capter un **consommateur en perpétuelle quête de nouveauté**.

Conscients de l'importance des innovations pour **développer les ventes et maintenir le potentiel de croissance** de leurs marques propres notamment, les distributeurs soutiennent cette démarche et font preuve, au fil des années, davantage d'inventivité.

Malgré tout, les linéaires ne sont pas extensibles et des choix doivent s'opérer quant à la gestion de l'offre et des assortiments en magasin.

L'axe de développement choisi reste donc déterminant pour les professionnels de la grande consommation. Et, même si le plaisir représente, de loin, le levier d'innovation numéro un en alimentaire (52% des lancements à travers le monde contre 43% il y a dix ans)*, les **tendances et besoins réels des consommateurs** connaissent de **profondes mutations**.

C'est dans ce contexte que LSA organise la 1^{ère} édition de sa conférence Innovations et Tendances Alimentaires. A vos côtés seront présents plus de 15 distributeurs, industriels et experts incontournables qui témoigneront de leurs stratégies et best practices en termes d'innovations et de compréhension des nouvelles tendances alimentaires :

- Plaisir, naturalité, praticité et simplicité d'utilisation... : sur quelles **tendances porteuses** investir à l'horizon 2015
- Cerner les **attentes des distributeurs** en termes d'assortiment et de contenu de l'offre alimentaire en magasin
- Innovation de rupture, extension de gamme ou redéfinition de l'offre : **quelle stratégie adopter en période de crise**

En complément, nous vous proposons une journée de formation le 27 mars animée par le cabinet Nutrimarketing. Cette journée vous permettra de mettre en œuvre une démarche d'innovation produit performante, durable et rentable en période de crise.

En me réjouissant de vous y accueillir,

Sylvia Née
Chargée de conférences LSA

*Source : cabinet XTC

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

INNOVATIONS ET TENDANCES ALIMENTAIRES

Saisir les nouveaux relais de croissance pour garantir le succès de vos lancements produits

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Jean-Philippe ANDRÉ	Président du directoire HARIBO RICQLES ZAN
Christelle BUETAS	Responsable développement et innovation SODEBO
Pascale CARLE	Directrice études et prospective AUCHAN FRANCE
Jean-Noël CORNEC	Adhérent à la direction de l'offre alimentaire en charge de l'assortiment et de la promotion ITM ALIMENTAIRE
Thierry GLUSZAK	Directeur COCORETTE
Virginie GORGEON	Vice-Présidente NIELSEN BASES
Nelly GRAFF	Responsable marketing marques propres INTERMARCHÉ
Marc LINOTTE	Directeur commercial et marketing SUD'N'SOL (Les Ensoleil'ades)
Jean-Paul MANET	Directeur innovation et packaging NESTLÉ FRANCE
Vincent MIGNOT	Directeur général AUCHAN FRANCE
Caroline NOBILÉ	Directrice marketing & innovation FINDUS FRANCE
Bernard PECH	Directeur des opérations et de l'innovation PERNOD
Florence PIERRON	Directrice innovation JACQUET BROSSARD
Vincent ROUSSEL	Directeur centrale d'achats alimentaires PROVERA
Anne SAINTEMARIE	Adhérente à la direction marketing international - Responsable MDD INTERMARCHÉ
Xavier TERLET	Président XTC WORLD INNOVATION
Daniel TIRAT	Directeur général LES 2 VACHES (Stonyfield France)
Laurent ZELLER	Président-Directeur général NIELSEN FRANCE

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Distributeurs et industriels, grands groupes et PME

- Directeurs généraux et directeurs adjoints
- Directeurs et responsables marketing
- Directeurs et responsables innovations
- Directeurs et responsables recherche et développement
- Directeurs et responsables commerciaux
- Directeurs et responsables du développement des ventes
- Chefs de marché, chefs de marques et chefs de produits
- Directeurs des études de marché
- Category managers, responsables merchandising et/ou trade marketing
- Directeurs et responsables d'enseignes
- Directeurs et responsables marques distributeurs
- Directeurs et responsables comptes clés
- Directeurs et responsables des achats
- ...

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE - Commerce collaboratif Quirky d'Auchan : le nouveau concept de développement produits, inédit en Europe**
Vincent MIGNOT | Directeur général | **AUCHAN FRANCE**

9h30 **LES MINUTES EXPERTS**
Les perspectives de croissance de la consommation alimentaire en France
Laurent ZELLER | Président-Directeur général | **NIELSEN FRANCE**
Innovation alimentaire en France vs à l'international : constats et enjeux
Xavier TERLET | Président | **XTC WORLD INNOVATION**

9h40 **Mettre en place la meilleure adéquation entre offre alimentaire et demande des consommateurs en 2013-2015**
• Quelles évolutions des modes de consommation des clients de la grande distribution
• Baisse du pouvoir d'achat, craintes alimentaires... : les répercussions sur la part de l'alimentation dans le budget des Français et la part du budget consacrée aux innovations
• Marque propre : quelles réponses apportées par l'enseigne face aux nouvelles tendances alimentaires et attentes consommateurs
Pascale CARLE | Directrice études et prospective | **AUCHAN FRANCE**

10h10 **LES MINUTES EXPERTS**
Quelles évolutions de l'assortiment en alimentaire
Laurent ZELLER | Président-Directeur général | **NIELSEN FRANCE**
Innovation alimentaire en France : quels décalages de l'offre par rapport à la demande
Xavier TERLET | Président | **XTC WORLD INNOVATION**

10h20 Pause

INNOVATION ALIMENTAIRE : QUELS SERONT LES AXES DE DÉVELOPPEMENT PORTEURS D'ICI À 2015

10h50 **TABLE RONDE - Plaisir, naturalité, praticité et simplicité d'utilisation... : mener une véritable dynamique d'innovations autour de tendances qui perdurent**
• Les clés pour créer une politique d'assortiment cohérente tout en respectant l'identité et les fondamentaux de la marque
• Quelle stratégie prix adopter pour faire adhérer le consommateur en temps de crise
• Le travail de référencement auprès de la grande distribution
• Faut-il réduire l'assortiment pour mieux innover

- Œufs durs en barquette, desserts lactés bio, légumes marinés en pot : illustrations à travers trois lancements produits réussis en 2012

Thierry GLUSZAK | Directeur | **COCORETTE**

Marc LINOTTE | Directeur commercial et marketing | **SUD'N'SOL (Les Ensoleil'ades)**

Daniel TIRAT | Directeur général | **LES 2 VACHES (Stonyfield France)**

11h35 **LES MINUTES EXPERTS**
Quelles perceptions par les consommateurs du rapport qualité/prix des innovations
Virginie GORGEON | Vice-Présidente | **NIELSEN BASES**
Quand la MDD est innovante...
Xavier TERLET | Président | **XTC WORLD INNOVATION**

11h45 **MDD : comment devenir de vrais précurseurs de tendances via le lancement d'innovations de rupture**
• Mettre en place une offre de produits radicalement différents, sans « imiter » les marques nationales
• Quel positionnement adopter pour se différencier, assurer son territoire de marque et fidéliser
• Surfer sur la tendance de l'éthique et du terroir : retour d'expérience avec l'offre de la marque propre d'Intermarché « Itinéraire des Saveurs »
Nelly GRAFF | Responsable marketing marques propres | **INTERMARCHÉ**
Anne SAINTEMARIE | Adhérente à la direction marketing international - Responsable MDD | **INTERMARCHÉ**

12h15 Déjeuner

13h45 **LES MINUTES EXPERTS**
Pourquoi continuer d'investir et d'innover en temps de crise
Virginie GORGEON | Vice-Présidente | **NIELSEN BASES**
Innovation et prix bas, c'est possible !
Xavier TERLET | Président | **XTC WORLD INNOVATION**

13h55 **D'un marketing produit à un marketing consommateur : quelle évolution du modèle d'innovation sur le marché très concurrentiel des surgelés**
• Extension de gamme, nouvelles recettes ou création totale : retour sur la stratégie gagnante de Findus
• Comment faire face à l'inflation des coûts de R&D au sein d'une structure à forte culture d'innovation
• Illustrations à travers des exemples de réussites et d'échecs
Caroline NOBILÉ | Directrice marketing & innovation | **FINDUS FRANCE**

COMMENT INNOVER EFFICACEMENT EN PÉRIODE DE CRISE, DYNAMISER VOS VENTES ET RESTER COMPÉTITIF

14h25 **La France, un marché test : quels enjeux de l'expérimentation des dernières innovations sur le marché hexagonal - le cas Nestlé**
• Nespresso, SpécialT, Dolce Gusto, Nesfluid, BabyNes... : retour sur des lancements emblématiques
• En 2013, pourquoi faire le choix de la rénovation plutôt que de la création
• Multiplication des occasions de consommation et des circuits de distribution, portions individuelles, travail sur la cible des jeunes... : que faire pour relancer la croissance en France
Jean-Paul MANET | Directeur innovation et packaging | **NESTLÉ FRANCE**

14h55 **Innovation produit vs extension de gamme ou redéfinition de l'offre : quelle est la tendance la plus porteuse dans le contexte économique actuel**

- Mêler tendances et best-sellers : les clés pour s'assurer une croissance régulière en période de crise
- Opération de marketing participatif : comment faire le buzz autour de vos innovations avec un coût réduit
- Retour d'expérience à travers les différents lancements des gammes acides Haribo

Jean-Philippe ANDRÉ | Président du directoire | **HARIBO RICQLES ZAN**

15h25 **DÉBAT - CENTRALES D'ACHAT DISTRIBUTEURS**
Les attentes des distributeurs en termes d'assortiment et de contenu de l'offre alimentaire en magasin

- Place de la nouveauté en rayon, mise en avant prospectus, optimisation du délai de référencement, animation de l'offre... : quels leviers pour dynamiser l'innovation et rendre les linéaires attractifs en fonction des enseignes
- Formats adaptés, conditionnements malins, efforts sur le prix ou les promotions : les clés d'un référencement réussi aux niveaux national et régional
- Les atouts de l'innovation face au risque de déréférencement

Jean-Noël CORNEC | Adhérent à la direction de l'offre alimentaire en charge de l'assortiment et de la promotion | **ITM ALIMENTAIRE**
Vincent ROUSSEL | Directeur centrale d'achats alimentaires | **PROVERA**

16h05 **TABLE RONDE - Directeurs de l'innovation : pilotez efficacement votre projet d'innovation, de l'étude à la conception jusqu'au lancement**

- Quels positionnements des industriels français vis-à-vis de l'innovation
- Études de marché, gestion des dépenses R&D, coûts de production, mobilisation interne... : la conduite du projet, illustré par trois entreprises innovantes
- Laisser le produit « faire ses preuves » : comment éviter un taux de mortalité important dès la 1ère année de lancement

Christelle BUETAS | Responsable développement et innovation | **SODEBO**

Bernard PECH | Directeur des opérations et de l'innovation | **PERNOD**
Florence PIERRON | Directrice innovation | **JACQUET BROSSARD**

16h50 Fin de la manifestation

Mercredi 27 mars 2013

L'INNOVATION PRODUIT COMME RÉPONSE À LA CRISE

Comment mettre en œuvre une démarche performante, durable et rentable

Objectifs de la formation :

- ✓ Comprendre les enjeux de l'innovation dans les rayons alimentaires de la grande distribution
- ✓ Maîtriser les étapes clés du développement produit, de l'étude à la conception jusqu'au lancement et à la communication
- ✓ Connaître les règles, les contraintes et les opportunités pour réussir et lever les freins externes et internes

Formation animée par :



Béatrice DE REYNAL
Fondatrice
AGENCE NUTRIMARKETING

• Comprendre les enjeux de l'innovation sur le marché alimentaire en GMS

Pourquoi est-ce si important d'innover en temps de crise ?
Faire le point sur les tendances alimentaires au niveau mondial et étudier les comportements consommateurs dans un contexte de tensions sur le pouvoir d'achat, craintes alimentaires et inflation
Maîtriser les outils de benchmark et d'études marketing
Stimuler la créativité par l'observation

• Les clés du succès

Bien définir sa cible, l'observer et comprendre ses motivations d'achat
Comment réenchanter les consommations, les univers
Savoir anticiper les tendances pour plus de santé, plus de plaisir, plus de praticité

• Intégrer l'innovation dans votre stratégie d'entreprise : un instrument de croissance et de compétitivité

Définir un plan de développement de qualité, de la rénovation ou extension de gamme à la création de novo
Maîtriser la méthodologie et les étapes indispensables
Réussir la mise en œuvre de vos innovations produits
Sensibiliser et mobiliser les parties prenantes en interne : prendre en compte les impacts de l'innovation dans tous les services de l'entreprise
Etudes de cas et exemples concrets

*Intervenant : Sophie DE REYNAL, Expert innovation et marketing
AGENCE NUTRIMARKETING*

• Lancer des innovations en conformité avec les règles juridiques européennes

Bien comprendre les règles, les limites mais surtout les opportunités du cadre juridique
Appréhender la bataille des allégations
Etablir les modes de protection juridiques adéquats et garder une longueur d'avance
Illustrations concrètes et échanges entre les participants

Intervenant : Katia MERTEN-LENTZ, Avocate à la Cour spécialiste des questions alimentaires CABINET VAN BAEL & BELLIS

Horaires :

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

LES RENCONTRES
LSA



Nos prochaines conférences

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

CATEGORY MANAGEMENT :

Réinventer votre mix pour soutenir les performances des points de vente

27 mars 2013, Paris

MADE IN FRANCE :

Miser sur le « Made in France » pour conquérir des parts de marchés

30 mai 2013, Paris



Nos prochaines formations

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

CATEGORY MANAGEMENT :

Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

25 et 26 mars 2013, 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.

Lamia ALILAT
lalilat@infopro.fr

Tel. : (+ 33) 1 77 92 99 06

■ ■ ■ Conférence

Mardi 26 mars 2013

PAVILLON D'ARMENONVILLE

Allée de Longchamp

Bois de Boulogne

75116 PARIS

Parking : Stationnement sur l'Allée de Longchamp
autorisé (gratuit)

Métro : Porte Maillot (ligne n°1, sortie 6, avenue
Charles de Gaulle)

■ ■ ■ Formation

Mercredi 27 mars 2013

La formation se tiendra 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-innovations-
et-tendances-alimentaires-2013-189,tarifs](http://evenements.infopro.fr/lsa/conference-innovations-et-tendances-alimentaires-2013-189,tarifs)**

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

ania
Association Nationale des
Industries Alimentaires

ASSOCIATION
des CONSEILS en
INNOVATION

FEEF
Fédération des Entreprises
et Entrepreneurs de France

SYNA Bio

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

TA03

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 INNOVATIONS ET TENDANCES ALIMENTAIRES
du 26 mars 2013

La formation L'INNOVATION PRODUIT COMME RÉPONSE A LA CRISE
du 27 mars 2013

Tarif Normal	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1 190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 690 € HT / 2 021,24 € 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

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
