

MDD

Quelles stratégies pour tirer parti des mutations du marché et dynamiser vos ventes

- État des lieux chiffré, tendances de consommation et perspectives des MDD à horizon 2015
- Retour sur les stratégies gagnantes pour répondre aux marques nationales
- Innovations, origines, ingrédients... quels axes de développement pour allier rentabilité et croissance

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Bruno DAVID
Adhérent,
Direction sourcing et PME
INTERMARCHÉ



Laurent GUARDIOLA
Category Manager
Crèmerie / Surgelés, Direction
des Achats Produits Frais
MONOPRIX



Benoît LANDIER
Direction Sourcing et PME
INTERMARCHÉ



Pierre-René TCHOUKRIEL
Directeur Achats Alimentaires LS
EURAUCHAN

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- Jacques BERGER, *Directeur Général*, EUROTAB OPERATIONS
- Thierry GLUSZAK, *Directeur Associé*, COCORETTE
- Alain HOUDRE, *Responsable Marketing*, DAREGAL
- Olivier SALLE, *Responsable Marketing*, ALTHO

Conférence
en partenariat avec :



Avec le soutien de :



Formation complémentaire

4 et 5 décembre 2013

MDD

**Saisir les opportunités
des MDD de demain**

Le marché français des marques de distributeurs pour les produits de grande consommation pèse 23.5 milliards d'euros pour une PDM de 30 % en valeur (Kantar worldpanel, 2012). Cependant, la progression dans les rayons des assortiments en marques nationales est révélateur des profondes mutations du comportement des consommateurs. **Dans ce contexte de crise et de perte de repère ils reviennent de plus en plus aux produits à haute valeur ajoutée.**

Si les consommateurs plébiscitent toujours les MDD, le prix n'est plus suffisant dans un contexte de multiplication des promotions des grandes marques. Pour trouver un second souffle, les MDD ont plusieurs cartes à jouer. **Innovation, origine produit, filière socio-responsable, qualité, recettes... industriels et distributeurs repensent aujourd'hui leur stratégie MDD pour améliorer la valeur perçue.**

LSA réunit le 3 Décembre, industriels et distributeurs pour débattre des bonnes pratiques et des leviers à actionner sur un marché en pleine mutation :

- État des lieux chiffré, tendances de consommation et perspectives des MDD à horizon 2015
- Retour sur les stratégies gagnantes pour répondre aux marques nationales
- Innovations, origines, ingrédients... quels axes de développement pour allier rentabilité et croissance

En complément de cette journée de conférence, nous vous proposons les 4 et 5 décembre une formation animée par la PLMA et spécifiquement dédiée aux opportunités des MDD de demain.

Au plaisir de vous accueillir,

Julie COUTELLIER
Chef de projets 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



MDD

Quelles stratégies pour tirer parti des mutations du marché et dynamiser vos ventes

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Jacques BERGER	Directeur Général EUROTAB OPERATIONS
Jean-Pierre BONVALLET	International Business Development PLMA INTERNATIONAL COUNCIL
Bruno DAVID	Adhérent Direction sourcing et PME INTERMARCHÉ
Thierry GLUSZAK	Directeur Associé COCORETTE
Laurent GUARDIOLA	Category Manager Crèmerie / Surgelés, Direction des Achats Produits Frais MONOPRIX
Christian GUYADER	Président GUYADER GASTRONOMIE
Alain HOUDRE	Responsable Marketing DAREGAL
Benoît LANDIER	Direction Sourcing et PME INTERMARCHÉ
Gaëlle LE FLOCH	Strategic Insight Director KANTAR WORLDPANEL
Thierry ROUX	Président L'ASSIETTE BLEUE
Olivier SALLE	Responsable Marketing ALTHO
Pierre-René TCHOUKRIEL	Directeur Achats Alimentaires LS EURAUCHAN
Intervenant	GROUPE LEMOINE

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

• Industriels, grands groupes et PME •

- Directeur général • Dirigeants de PME • Directeurs marketing • Directeurs et Responsables MDD • Directeurs et chefs de marques • Directeurs commerciaux • Directeurs des ventes • Category managers
- Chefs de groupe •

• Distributeurs •

- Directeurs d'enseigne • Directeurs des Achats • Responsables MDD
- Directeurs Qualité • Directeurs R&D • Directeurs et Responsables commerciaux • Directeurs de magasins •

Journée animée par un journaliste de la rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

ÉTAT DES LIEUX CHIFFRÉ, TENDANCE DE CONSOMMATION ET PERSPECTIVES DES MDD À HORIZON 2015

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE - Les clés de réussite des relations distributeurs-industriels : le cas du grand prix innovation PME**

Bruno DAVID | Adhérent, Direction sourcing et PME | **INTERMARCHÉ**

Benoît LANDIER | Direction Sourcing et PME | **INTERMARCHÉ**

9h30 **Chiffres clés 2013 : décrypter les mutations du secteur alimentaire et cerner les nouvelles attentes des consommateurs**

- Identifier les moteurs de la consommation en temps de crise : l'image prix insuffisante
- Performances des MDD face aux marques nationales
- Circuits, innovations, origines produits : quels leviers adaptés aux MDD pour gagner des parts de marché

Gaëlle LE FLOCH | Strategic insight director | **KANTAR WORLDPANEL**

10h00 **Panorama des shoppers MDD : étude comparée France/Europe**

- Analyse des comportements d'achat des consommateurs européens et des principaux facteurs explicatifs
- Comparaison des résultats entre l'Europe et les données propres à la France : quelles spécificités françaises et conséquences pour l'avenir

Jean-Pierre BONVALLET | International Business Development | **PLMA INTERNATIONAL COUNCIL**

10h30 Pause

11h00 **Mise en place de la Direction Client Auchan : quelles évolutions pour les MDD**

- Spécialisation de l'offre et de l'achat : l'habitant au cœur des actions de la Direction Client, pour répondre aux spécificités des zones de chalandise
- La centrale d'achat et Auchan Production comme apporteurs d'innovation
- Les clés de la collaboration distributeur-fabricant : la MDD comme écho aux attentes des consommateurs, la MDD et la relation avec les PME

Pierre-René TCHOUKRIEL | Directeur Achats Alimentaires LS | **EURAUCHAN**

QUELS LEVIERS POUR RÉPONDRE AUX MARQUES NATIONALES ET RENOUER AVEC LA CROISSANCE

11h30 **Assurer la rentabilité des MDD : développer des filières socialement responsables**

- Intégrer le tissu économique local pour créer un circuit court : quels partenariats développer
- Le design to cost et l'optimisation logistique pour conserver votre avantage prix
- Créer un mix produit gagnant combinant innovation et haut de gamme

Christian GUYADER | Président | **GUYADER GASTRONOMIE**



TROPHÉES MDD CONSOMMATEURS

- La meilleure qualité
- Le meilleur choix
- Les meilleures innovations
- Le meilleur développement régional
- Le meilleur prix
- La meilleure communication

12h00

12h45 Déjeuner

14h15 **MDD dans le secteur de l'hygiène beauté : comment s'imposer sur un marché hyper concurrentiel**

- Quels avantages concurrentiels du positionnement MDD
- Innovations, études consommateurs : quels leviers pour être attractif

Intervenant | **GROUPE LEMOINE**

14h45 **TABLE RONDE - Miser sur l'extension de gamme et l'innovation pour se différencier**

- Largeur et qualité de l'offre : les bonnes pratiques de l'assortiment
- Travailler sur la sécurité, la qualité et les engagements nutritionnels pour répondre aux besoins de réassurance des consommateurs
- Actions de communication : quelle mise en avant de vos innovations

Jacques BERGER | Directeur Général | **EUROTAB OPERATIONS**

Alain HOUDRE | Responsable Marketing | **DAREGAL**

Thierry ROUX | Président | **L'ASSIETTE BLEUE**

Olivier SALLE | Responsable Marketing | **ALTHO**

15h40 **Conquérir les poches de résistance : l'origine du produit comme argument marketing**

- Comment référencer efficacement les produits locaux : mettre en place votre filière
- Créer une relation de proximité avec le consommateur pour réenchanter vos produits
- Respect et mise en avant des origines géographiques et du terroir : quelle stratégie marketing

Thierry GLUSZAK | Directeur Associé | **COCORETTE**

Laurent GUARDIOLA | Category Manager Crèmerie / Surgelés, Direction des Achats Produits Frais | **MONOPRIX**

16h20 Fin de la manifestation

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-digital.com
Tél. : (+ 33) 1 77 92 99 06

Mercredi 4 et jeudi 5 décembre 2013

MDD

Saisir les opportunités des MDD de demain

Objectifs de la formation :

- ✓ Anticiper les grandes orientations du marché des MDD à l'horizon 2015
- ✓ Identifier les bonnes pratiques du mix marketing pour créer de la valeur ajoutée en MDD
- ✓ Gérer les MDD comme de véritables marques

Formation animée par :



Jean-Pierre BONVALLET
Délégué au développement international
PLMA



Nathalie PELLEN
Consultante en stratégie et management

Avec le témoignage de

M^e Marie DU GARDIN, Avocat associé,

Directeur du département Concurrence Distribution, FIDAL

Sylvie MIROUSE, Directeur Marketing et Innovation

- **Anticiper les grandes orientations du marché des MDD**
Comprendre les critères de choix et le profil type consommateurs/acheteurs de MDD
Panorama international des MDD : quels enseignements tirer pour les marchés cibles
Cas pratique : analyse et benchmark des forces et faiblesses des politiques de MDD d'enseignes françaises et étrangères
- **Comment créer de la valeur ajoutée en MDD**
Comment orienter les décisions de fixation du prix de vos MDD
Comment estimer la valeur de référence pour le consommateur et faire du prix le reflet d'un niveau de qualité
Quelle correspondance établir entre le prix de vente consommateur, les MDD, la marque nationale et les autres marques présentes en linéaire
- **Gérer vos MDD comme de véritables marques**
Intégrer les MDD dans la stratégie et les pratiques de la distribution : assortiment, merchandising, category management...
Travailler sur les éléments du mix-marketing : gammes, innovation, packaging, communication, promotion, animation...
Atelier : les étapes incontournables pour préparer et gérer un dossier de MDD
Conception, partenariat industriel-distributeur et négociations : quels leviers d'actions
- **Témoignage : les aspects juridiques à prendre en compte**
Protection du savoir-faire et de la propriété industrielle, particularités juridiques des négociations et contrats propres aux MDD, points de vigilance

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée

12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants

17h00 : fin de la journée

LES RENCONTRES

LSA



Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conferences/>

LES NOUVEAUX CONCEPTS DU FRAIS

Février 2014, Paris

CATEGORY MANAGEMENT

27 mars 2014, Paris



Nos prochaines formations

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

MARKETING CROSS CANAL : Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

10 et 11 décembre 2013, Paris

CATEGORY MANAGEMENT

25 et 26 mars 2014, Paris

DRIVE - DATA CATEGORY MANAGEMENT : Comprendre la stratégie distributeur et maîtriser les leviers pour améliorer vos performances

28 mars 2014, Paris

■ ■ ■ Conférence

Mardi 3 décembre 2013

Pavillon Kléber
7 rue Cimarosa
75116 PARIS
Tél. : (33) 01 53 65 75 85
www.poteletchabot.com
Métro : Boissière ligne n°6
Parking : Kléber Longchamp,
65 avenue Kléber 75116 PARIS

■ ■ ■ Formations

Mercredi 4 et jeudi 5 décembre 2013

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-digital.com/lisa/conference-mdd-2013-302,tarifs>

Onglet informations et tarifs

Conférence en partenariat avec



La Private Label Manufacturers Association (PLMA) est l'unique association professionnelle internationale dédiée entièrement aux marques de distributeurs. Son objectif est de faciliter l'expansion des MDD à l'échelle mondiale et d'apporter à ses adhérents industriels et à leurs clients, détaillants et grossistes, des services et des outils (études, salons professionnels, conférences,

formations...) leur permettant de développer leur offre de MDD dans les meilleures conditions d'efficacité et de rentabilité. Créée en 1979, la PLMA compte aujourd'hui près de 3300 adhérents de 70 pays. Plus de la moitié d'entre eux interviennent sur le marché européen au sens large et sur le marché mondial : ils sont membres de la branche européenne de l'association « PLMA International Council », basée à Amsterdam.

Les autres adhérents à la branche nord-américaine de l'association basée à New York.

www.plmainternational.com

www.plma.com

Avec le soutien de



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 : 19,6 %. 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

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 - 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 du 3 décembre 2013

La formation des 4 et 5 décembre 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
---	---	---

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
--	---	---

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 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-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à :

Le :

Signature

Cachet de l'entreprise