

MARKETING DU PRIX

Valorisation, différenciation, rentabilité : créer de la valeur avec le prix

NOUVEAUTÉ 2017 !

Journée animée par Yves PUGET, Directeur de la rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE



Régis SCHULTZ
Président
MONOPRIX

9h00

9h45

Comprendre et optimiser les écarts de prix entre marques nationales, marques distributeurs et premiers prix

- Affiner la notion de repère, accroître la qualité des produits, mettre en scène : donner de la valeur aux premiers prix et fixer le juste prix des MDD
- Hard-discount : comprendre l'évolution des prix et la stratégie de différenciation par les formats
- Produits régionaux, végétariens, ethniques... quelles sont les innovations MDD attendues et créatrices de valeur
- Quel merchandising pour faciliter la compréhension de ces aspérités en surfaces de vente et sur les sites e-commerce

Georges FERRONNIÈRE | Directeur retail | **NIELSEN FRANCE**

10h10

DIFFÉRENCIATION Comment mettre en œuvre une stratégie de prix différenciante en grande consommation

- Appréhender le prix comme une extension de votre marque à l'ère de l'expérience client
- De la contrainte opérationnelle à l'opportunité créative : comment adapter votre politique prix au branding de votre marque
- Politique prix, fidélité, promotion : benchmark des actions prix créatives et innovantes en France et à l'étranger, en retail et sur le web

Anne PHILIPPON | Directrice de clientèle | **PIXELIS**
Clémence SANLIS | Brand strategist | **PIXELIS**

10h40 **INNOVATION Réussir votre positionnement prix**

Xavier RIESCHER | Directeur général | **PANZANI**

10h55 Pause

TABLE RONDE RAYONS TRADITIONNELS - Bâtir une image-prix plébiscitée par les consommateurs

- Accentuer la qualité produit, développer le trafic et la fréquence d'achat, enrichir l'expérience client, fidéliser : évaluer la contribution de ces rayons à l'échelle du magasin et de l'enseigne
- Fraîche découpe, dégustation, show culinaire et nouveaux services : zoom sur les tendances vectrices de croissance
- Appréhender les opportunités pour les industriels et les distributeurs

Raoudha BOISSARD | Directrice commerciale | **DEL MONTE**
Yann COLEOU | Président | **HANA GROUP (SUSHI GOURMET)**
Benjamin MONTLAHUC | Directeur général | **AGIS (LDC TRAITEUR)**

12h00 **PROMOTION Entre massification et personnalisation : quel avenir pour la promotion**

- Trouver une alternative efficace à la promotion de masse grâce à la promotion ciblée
- Prix, promotion de masse et promotion ciblée : comment optimiser vos investissements
- Concilier les intérêts et enjeux des distributeurs et des industriels autour de la promotion

Elodie PERRIGAUD | Head of Category Management Solutions | **EMNOS**

12h30 Cocktail déjeunatoire

14h15 **Apporter les signes qui vont agir positivement sur la perception des prix**

- Au-delà du prix, défendre la valeur : quelles bonnes pistes pour travailler la préférence par le sens
- Comment améliorer votre image-prix sans effectuer de baisse de prix
- Primark, Leclerc, Colruyt, Décathlon, Amazon, Ikea... : tour d'horizon des meilleures pratiques de l'image-prix en magasin et en ligne, en France et à l'étranger

Franck ROSENTHAL | Expert marketing du commerce | **FRANCK ROSENTHAL CONSEIL**

14h40 **E-COMMERCE ALIMENTAIRE Résoudre l'équation qualité/prix**

- Réduire le temps de course, faciliter les parcours, déclencher l'achat : quelles priorités pour développer le panier moyen
- Bébé, bio, sans gluten, halal... travailler votre spécificité d'offre
- Personnaliser dans une logique de communauté
- Sites web, mobile, marketplace d'Amazon... : le retour d'expérience et les ambitions digitales de Toupargel

Jérôme DALIDET | Directeur e-commerce | **TOUPARGEL**
(accord de principe)

15h00 **Catégories DPH : l'exemple des produits écologiques pour recréer de la valeur**

- Comment faire preuve d'agilité face à vos enjeux catégoriels
- Quelles attentes des shoppers vis-à-vis des marques écologiques, comment faire face aux idées reçues sur leur prix
- Focus sur les résultats d'une marque écologique en terme de ventes et de recrutement

Laure FAVRE | Directeur marketing | **SWANIA**

15h30 **Donner le choix du prix aux consommateurs : enjeux et opportunités de la customisation de prix**

- Faire le pari du participatif et de l'achat responsable en temps de crise : quels consommateurs cibler
- Caractéristiques produit, cahier des charges, tarif : quels mécanismes de définition proposer
- Quelles opportunités pour les industriels de la grande conso alimentaire
- Lait, jus de pomme, pizzas... : premiers résultats des lancement de la marque « C'est qui le patron ? »

Nicolas CHABANNE | Fondateur | **LA MARQUE DU CONSOMMATEUR**

Emmanuel VASSENEIX | Président | **LAITERIE DE SAINT-DENIS DE L'HÔTEL ET UNIJUS**

16h00 **PREMIUM Activer l'ensemble du mix au service de votre positionnement**

- Enjeux et opportunités de la premiumisation pour la catégorie pâtes
- Quelle place pour le prix et la promo dans le storytelling de votre marque, comment travailler les autres leviers
- Quels résultats pour votre portefeuille de produits et pour la catégorie

Silvia DE JUAN | Directrice marketing | **GIOVANNI RANA FRANCE**

Philippe MARTINEZ | Président-Directeur général | **GIOVANNI RANA FRANCE**

16h30 Fin de la journée

AINSI QUE LES TÉMOIGNAGES UNIQUES DE



Laure FAVRE
Directeur Marketing
SWANIA



Philippe MARTINEZ
Président-Directeur général
GIOVANNI RANA FRANCE



Xavier RIESCHER
Directeur général
GRUPE PANZANI



Emmanuel VASSENEIX
Président-Directeur général
LAITERIE SAINT-DENIS DE L'HÔTEL & UNIJUS

RETROUVEZ ÉGALEMENT

- DEL MONTE • SUSHI GOURMET
- LDC TRAITEUR • TOUPARGEL • LA MARQUE DU CONSOMMATEUR •

En partenariat avec



Avec le soutien de

