

BOISSONS EN GMS

Comment pérenniser l'essor du secteur liquides
en grande distribution

- Cerner les enjeux et les perspectives de croissance du secteur Boissons à l'horizon 2013
- Taxe soda et loi Fillon sur les alcools : comprendre et mettre en application les nouvelles fiscalités
- Communication, innovations, merchandising, promotions... : tirer parti des best practices des acteurs majeurs du marché

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Patrick FLAHAUT
Chef de groupe BSA
et alcools
AUCHAN FRANCE



Pierre DECROIX
Vice-président commercial
et marketing opérationnel
COCA-COLA ENTREPRISE



Pascal SABRIÉ
Président
HEINEKEN FRANCE



Denis de GROOTE
Directeur marketing
France, Belgique,
Luxembourg et Pays-Bas
AB InBev FRANCE

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- ANIA • BRASSERIES KRONENBOURG • INNOCENT • KANTAR WORLDPANEL FRANCE
- LA MARTINIQUEAISE • LSDH • ORANGINA-SCHWEPPE FRANCE • SYMPHONYIRI GROUP • UNIJUS

Formation complémentaire

6 avril 2012

APPROCHE CATÉGORIELLE BOISSONS
Comment donner une nouvelle dynamique
à vos Marques

Avec le soutien de

A l'heure où les **premiers effets des taxes Fillon** se font ressentir sur les prix de vente consommateur et où les professionnels s'inquiètent de la **hausse des cours des matières premières**, le secteur des liquides semble quelque peu fragilisé. Avec une croissance en volume de +1,4%, en CAM au 31 octobre 2011*, **les liquides restent pourtant le secteur le plus dynamique des PGC.**

Industriels et distributeurs ne ménagent pas leurs efforts pour soutenir cette croissance et participer à la bonne santé du marché : nouveaux concepts merchandising, communication renforcée via les outils virtuels, diversification de l'offre avec les petits formats, développement des emballages écologiques et luxueux...

Pour pérenniser l'essor du secteur liquides en grande distribution, LSA vous invite le 5 avril prochain à la 2^e édition de la conférence Boissons en GMS. Les acteurs majeurs du marché témoigneront et vous donneront les clés pour :

- Cerner les **enjeux** du secteur Boissons à l'horizon 2013 et les **perspectives de croissance** des différentes catégories de produits
- Comprendre et mettre en application les **nouvelles fiscalités** : taxe soda et loi Fillon sur les alcools
- Tirer parti des **best practices** des acteurs majeurs du marché en matière de communication, innovations, merchandising et promotions

Nous vous proposons également une journée de formation le 6 avril pour donner une nouvelle dynamique à vos Marques dans le cadre d'une approche catégorielle spécifique au secteur Boissons.

En me réjouissant de vous accueillir les 5 et 6 avril prochains,

Sylvia NÉE
Chef de projet conférences LSA

*Source chiffres : SymphonyIRI



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

Vendredi 6 avril 2012

APPROCHE CATÉGORIELLE BOISSONS

Comment donner une nouvelle dynamique à vos Marques

Objectifs de la formation :

- ✓ Boissons alcoolisées et non alcoolisées : mesurer les enjeux des marques et des catégories en GMS
- ✓ Benchmarker les approches dans d'autres pays, circuits et univers
- ✓ Maîtriser les process et méthodologies d'analyse d'une démarche merchandising efficace
- ✓ Identifier des pistes opérationnelles pour vos marques

Formation animée par :



Dominique FILIO
Directeur de clientèle
ACTES D'ACHATS

- **Quels sont les enjeux et perspectives pour les boissons à l'horizon 2013**
Diagnostic de l'actuel en GMS et potentiel de développement
Contraintes économiques et législatives des alcools et des BRSA
Quels sont les atouts des marques face aux MDD
- **Benchmark international sur les liquides**
Tendances et concepts : points marquants et Best Practices
Les clés d'un merchandising efficace et performant
- **Comment créer un concept Boissons novateur et différenciant**
Process et méthodologies clés pour une stratégie merchandising efficace
Intégrer les 8 étapes du process du category management
Les études qualitatives et quantitatives à mener
Quelles techniques d'analyse employer
Exemples sur l'univers alcool et non alcool
- **Comment mettre en place une démarche catégorielle opérationnelle pour ses marques**
Comment définir la stratégie enseigne à adopter
Quelles tactiques mettre en œuvre
Toutes les questions clés à se poser en tant qu'industriel
Quelle démarche développer : approche catégorielle ou merchandising
Les étapes simplifiées pour développer une démarche opérationnelle à court terme
Comment construire ses assortiments
Quel mode opératoire : outils de partage des enseignes, études shopper
Comment mesurer les résultats
Comment allier stratégie d'entreprise et unités de besoins des consommateurs de Boissons
- **Travaux pratiques sur cas illustrés**
Exercices pratiques et études de cas : bières/soft-drinks/eaux/spiritueux
Cas sur énoncés des participants avec analyse et restitution de solutions

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée
12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants
17h00 : fin de la journée

BOISSONS EN GMS

Comment pérenniser l'essor du secteur liquides en grande distribution

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Rachel BLUMEL	Directeur juridique en charge des relations commerciales ANIA
Sophie BODIN	Directrice marketing France INNOCENT
Sandrine CAYEUX	Directrice d'unité KANTAR WORLDPANEL FRANCE
Pierre DECROIX	Vice-président commercial et marketing opérationnel COCA-COLA ENTREPRISE
Élodie DELPLACE	Directrice du développement ORANGINA-SCHWEPPESS FRANCE
Patrick FLAHAUT	Chef de groupe BSA et alcools AUCHAN FRANCE
Frédéric FRANCES	Directeur customer marketing GMS BRASSERIES KRONENBOURG
Denis de GROOTE	Directeur marketing France, Belgique, Luxembourg et Pays-Bas AB InBev FRANCE
Anna LUC	Directrice marketing LA MARTINIQUAISE
Sophie NONET	Directrice d'unité en charge des liquides SYMPHONYIRI GROUP
Pascal SABRIÉ	Président HEINEKEN FRANCE
Emmanuel VASSENEIX	Président-Directeur général LSDH Président UNIJUS

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Secteurs

- Industriels, grands groupes et PME des secteurs BRSA et Boissons Alcoolisées
- Distributeurs

Fonctions

- Directeurs généraux et directeurs adjoints
- Directeurs et responsables marketing
- Directeurs et responsables commerciaux
- Chefs de marché boissons
- Directeurs et responsables du développement des ventes
- Category managers
- Responsables comptes clés
- Directeurs et responsables merchandising et/ou trade marketing
- Directeurs et responsables d'enseigne
- Directeurs centrales d'achats
- Directeurs et responsables achats
- Chefs de rayon boissons

Journée animée par la Rédaction de LSA

08h30 Accueil des participants

09h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE - Boissons : quels enjeux à l'horizon 2013 pour le secteur le plus dynamique des PGC**

Pierre DECROIX | Vice-président commercial et marketing opérationnel | **COCA-COLA ENTREPRISE**

Pascal SABRIÉ | Président | **HEINEKEN FRANCE**

9h45 **ACTUALITÉ - Taxes sur les boissons sucrées et loi Fillon sur les alcools : où en est-on**

- Retour sur les grandes lignes des nouvelles fiscalités et leurs mises en application
- Grands groupes et PME : comment éviter l'impact inflationniste de ces mesures

Rachel BLUMEL | Directeur juridique en charge des relations commerciales | **ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires)**

10h15 **Panorama et chiffres clés du marché des BRSA et boissons alcoolisées en GMS en 2011**

- BRSA, eaux, bières, apéritifs... : chiffres d'affaires et évolution des marchés en France et à l'international
- Quel impact des promotions et de l'innovation par rapport aux autres marchés des PGC
- Quelles perspectives de croissance à l'horizon 2013

Sophie NONET | Directrice d'unité en charge des liquides | **SYMPHONYIRI GROUP**

10h45 Pause

11h15 **Portrait robot du consommateur de Boissons dans les secteurs alcoolisés et non alcoolisés**

- Étude du comportement des ménages sur le marché des liquides
- Quels sont les critères d'achat au sein des rayons boissons et comment répondre aux besoins
- Résultats exclusifs de l'étude « *Alcoolologique* » menée par Kantar : analyse de la gestion des dépenses sur les alcools et de la segmentation produits en fonction des profils consommateurs

Sandrine CAYEUX | Directrice d'unité | **KANTAR WORLDPANEL FRANCE**

11h45 **TABLE RONDE - Innovation et communication : les clés pour se démarquer et capter l'attention du consommateur en rayon**

- Packaging, format, premiumisation et démarche nutritionnelle : quelles sont les stratégies payantes
- Comment doper le marché par du streetmarketing et une communication digitale active
- Retours d'expériences sur les marchés des smoothies, boissons aux fruits et bières

Sophie BODIN | Directrice marketing France | **INNOCENT**

Élodie DELPLACE | Directrice du développement | **ORANGINA-SCHWEPPESS FRANCE**

Denis de GROOTE | Directeur marketing France, Belgique, Luxembourg et Pays-Bas | **AB InBev FRANCE**

12h30 Déjeuner

14h00 **Promotions : tirer parti de ce levier de croissance pour animer l'offre liquides en GMS**

- Opérations « cocktail », formats géants ou collerettes de remise : accompagner le développement d'une offre en magasin
- Quelle stratégie de fidélisation au-delà du prix
- Quels résultats sur les ventes et le trafic au sein du point de vente

Anna LUC | Directrice marketing | **LA MARTINIQUAISE**

14h30 **Industriels et producteurs de MDD : faire face à la hausse du coût des matières premières dans le secteur liquides**

- Alcool, sucre, verre, PET... : état des lieux des variations de prix sur les principaux produits de base
- Approvisionnements, promotions, formats... : comment limiter la hausse du prix de vente consommateur
- Élasticité prix : quelles répercussions possibles sur les ventes de MDD
- Cas concret sur le marché des jus de fruits

Emmanuel VASSENEIX | Président-Directeur général | **LSDH** | Président | **UNIJUS (Union Interprofessionnelle des jus de fruits et nectars)**

15h00 **Démarche merchandising : relever le défi d'une nouvelle segmentation de l'offre au rayon bières**

- Valorisation et volume de ventes : retour sur les enjeux d'une réorganisation du linéaire
- Repenser le rayon selon l'« arbre de décision » du shopper
- Comment améliorer l'élasticité de l'offre en fonction des spécificités régionales
- Quels sont les 1^{ers} résultats sur l'ensemble des catégories

Frédéric FRANCES | Directeur customer marketing GMS | **BRASSERIES KRONENBOURG**

15h30 **ALLOCUTION DE CLÔTURE - Quelles seront les stratégies gagnantes sur le marché des liquides à l'horizon 2013**

Patrick FLAHAUT | Chef de groupe BSA et alcools | **AUCHAN FRANCE**

16h10 Fin de la manifestation

« Le secteur des liquides reste le plus performant des PGC, puisque, en volume, il ressort à +1,4% en CAM au 31/10/11, contre +0,7% pour la moyenne des PGC »

Source chiffres :
SYMPHONYIRI GROUP



Nos prochaines conférences

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

E-COMMERCE & M-COMMERCE : Saisissez les nouveaux relais de croissance du cross-canal

15 mars 2012, Paris

CATEGORY MANAGEMENT : Redynamisez votre mix catégoriel pour accélérer les ventes

21 mars 2012, Paris

UNIVERS FRAIS-FROID : Réinventez votre offre pour doper votre croissance

4 avril 2012, Paris



Nos prochaines formations

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

Réussissez toutes vos NÉGOCIATIONS COMMERCIALES

15 et 16 mars 2012, Paris

MERCHANDISING : Valorisez votre implantation en linéaires

15 et 16 mars 2012, Paris

CATEGORY MANAGEMENT : Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

22 et 23 mars 2012, Paris

Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos évènements ? 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

III Conférence

Jeudi 5 avril 2012

PAVILLON D'ARMENONVILLE

Allée de Longchamp

Bois de Boulogne

75116 PARIS

Métro : Porte Maillot

(ligne n°1, sortie 6 avenue Charles de Gaulle)

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

III Formation

Vendredi 6 avril 2012

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/lisa/conference-boissons-2012-82,tarifs>

Onglet informations et tarifs

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/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 Mlle 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 5 avril 2012

La formation du 6 avril 2012

Tarif Normal	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1690 € HT / 2021,24 € TTC

Tarif PME (Moins de 250 salariés)	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 750 € HT / 897 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1390 € HT / 1662,44 € 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
