

BRICOLAGE - JARDINAGE

Quels axes de différenciation pour doper vos ventes

- Chiffres clés, évolutions et tendances à l'échelle européenne du Bricolage-Jardinage
- Créer un réel avantage concurrentiel par l'innovation et les services en magasin
- Développer vos parts de marché via des stratégies e-commerce et identitaires offensives

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Frédéric GUYOT
Directeur marketing
et achats
GAMM VERT



Frédéric SAMBOURG
Vice-président
FMB
Président-Directeur général
BRICOMARCHÉ



Jean-Jacques BENHAMOU
Directeur marketing
WELDOM



Florian MARGUERIE
Responsable marketing
département Home & Garden
KÄRCHER FRANCE

■■■ ET LES INTERVENTIONS DE ■■■

- AKZO NOBEL COATINGS • BOSTIK • CASTORAMA-KINGFISHER • GFK FRANCE • GROUPE JARDILAND
• LAPEYRE • LEJARDINDECATHERINE.COM • RED HEAD • UNIBAL

Avec le soutien de

Brico & Habitat
Rencontres de la Distribution

Journées
des
collections

FEEF
Fédération des Entreprises
et Entrepreneurs de France

Formation complémentaire

28 septembre 2012

BRICOLAGE-JARDINAGE
Comment mettre en œuvre une stratégie
marketing/vente efficace

Le bricolage reste avec le jardinage une activité refuge pour les consommateurs. Ce marché connaît en effet une croissance régulière depuis plus de 10 ans et malgré le contexte économique difficile, **progresses encore de 2,6% en 2011⁽¹⁾**. D'ailleurs, 23% des Français sont des « bricoleurs actifs »⁽²⁾ : ils ont le budget et la fréquence d'achat les plus élevés parmi les bricoleurs européens.

Les opportunités sont donc nombreuses pour les professionnels du secteur. **E-commerce, développement durable, tendance à la déco et à l'aménagement de la maison...** : industriels et distributeurs réinventent leurs offres pour coller au plus près des nouvelles attentes consommateurs et soutenir la dynamique de croissance du marché.

Pour tirer parti de ces nouveaux leviers et bénéficier des retours d'expériences de vos confrères en la matière, LSA vous convie le 27 septembre prochain à sa conférence Bricolage - Jardinage. Industriels et distributeurs y seront rassemblés pour échanger et débattre avec vous des enjeux, opportunités, menaces et perspectives de développement du secteur :

- Quels sont les **chiffres clés, évolutions et tendances** à l'échelle européenne du bricolage-jardinage
- Comment créer un réel avantage concurrentiel par l'**innovation** et les **services en magasin**
- Comment développer vos parts de marché via des **stratégies e-commerce et identitaires** offensives

En complément, une journée de formation dispensée par Christophe Fauré, Directeur général de Salesfactory, vous permettra de mettre en œuvre une stratégie marketing/vente efficace sur le marché du Bricolage-Jardinage.

En me réjouissant de vous accueillir les 27 et 28 septembre prochains,

Sylvia NÉE
Chef de projet conférences LSA

(1) inclus le rayon jardinerie en GSB - source Unibal

(2) source chiffre : Fediyima (Unibal)



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

BRICOLAGE - JARDINAGE

Quels axes de différenciation pour doper vos ventes

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Jean-Philippe ARNOUX	Directeur marketing LAPEYRE
Jean-Jacques BENHAMOU	Directeur marketing WELDOM
Jean-Christophe BESSEDE	Directeur e-commerce GROUPE JARDILAND
Gilles CAILLE	Président UNIBAL Directeur général RED HEAD
Annabel CHAUSSAT	Directrice marketing clients et internet LAPEYRE
Christèle DROLON	Responsable marketing grand public AKZO NOBEL COATINGS
Frédéric GUYOT	Directeur marketing et achats GAMM VERT
Benoît LEHUT	Directeur général adjoint GFK FRANCE
Florian MARGUERIE	Responsable marketing département Home & Garden KÄRCHER FRANCE
Alexandra POINTARD	Directrice marketing grand public BOSTIK
Catherine PONCIN	Fondatrice LEJARDINDECATHERINE.COM
Frédéric SAMBOURG	Vice-président FMB Président-Directeur général BRICOMARCHÉ
Direction marque distributeur	CASTORAMA-KINGFISHER

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Secteurs

- Distributeurs • Industriels, Grands groupes et PME •

Fonctions

- Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables commerciaux • Category managers • Directeurs et responsables du développement des ventes • Directeurs et responsables merchandising • Chefs de produit • Chefs de marché • Directeurs et responsables d'enseigne • Directeurs de magasin • Responsables MDD • Responsables comptes clés • Directeurs et responsables des achats • ...

Journée animée par la rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE - GSB : quels sont les enjeux des distributeurs spécialisés à l'horizon 2015**

Frédéric SAMBOURG | Vice-président | **FMB (FÉDÉRATION DES MAGASINS DE BRICOLAGE ET DE L'AMÉNAGEMENT DE LA MAISON)** | Président-Directeur général | **BRICOMARCHÉ**

9h30 **Les chiffres clés du bricolage-jardinage grand public, les évolutions et les tendances à l'échelle européenne**

- GSB, jardineries, discount, GSA, internet... : quel est le poids et la dynamique des différents circuits de distribution en 2012
- Évolution de la consommation et typologie des consommateurs en France et en Europe (en collaboration avec la Fediyma)
- Quelle croissance attendre à l'horizon 2015 et comment y parvenir

Gilles CAILLE | Président | **UNIBAL (UNION NATIONALE DES INDUSTRIES DU BRICOLAGE, DU JARDINAGE ET DE L'AMÉNAGEMENT DU LOGEMENT)** | Directeur général | **RED HEAD**

10h00 **Innovations produits et diversification dans l'univers bricolage-jardinage : quels enjeux pour les industriels et distributeurs**

- Concurrence de plus en plus forte et guerre des prix : retour sur les stratégies gagnantes pour se différencier et valoriser votre offre
- Marques nationales ou MDD, GSA ou GSB : quels sont les acteurs les plus dynamiques
- Peinture, outillage, matériel de jardin... : secteurs innovants en bricolage-jardinage et impacts sur vos marchés
- Exemples à partir du panel de distributeurs GfK

Benoît LEHUT | Directeur général adjoint | **GFK FRANCE**

10h30 Pause

COMMENT VOUS DIFFÉRENCIER, FIDÉLISER ET CRÉER DE L'ACHAT D'IMPULSION EN MAGASIN

11h00 **TABLE RONDE - Services clients et extensions de gammes : créer un réel avantage concurrentiel en bricolage-jardinage**

- Mixer innovation et facilité d'utilisation : les clés pour générer de nouvelles tendances de consommation
- Comment faire adhérer les distributeurs à la nouveauté produit et communiquer efficacement
- Conseils clients, fiches et stages pratiques, animations, vidéos... : quels services proposer aux consommateurs
- Illustrations sur le marché des peintures et des solutions de nettoyage et retour d'expérience d'une marque-enseigne

Jean-Philippe ARNOUX | Directeur marketing | **LAPEYRE**
Christèle DROLON | Responsable marketing grand public | **AKZO NOBEL COATINGS**

Florian MARGUERIE | Responsable marketing département Home & Garden | **KÄRCHER FRANCE**

11h45 **Quels leviers actionner en magasin pour se différencier face à un acteur majeur**

- Assortiment, offre promotionnelle, cross-merchandising... : comment mettre en avant son offre et déclencher l'acte d'achat
- GSB, GSA, GSS, magasins de détail... : quelles stratégies marketing adopter en fonction des circuits de distribution
- L'exemple du marché des colles

Alexandra POINTARD | Directrice marketing grand public | **BOSTIK**

12h15 Déjeuner

14h00 **MDD bricolage-jardinage : comment devenir un « concepteur de produit » et concurrencer les marques nationales**

- La MDD constitue-t-elle un axe de développement majeur
- Stratégie prix ou stratégie haut de gamme : comment conquérir le marché par un panel de marques complet
- Réussir le pari d'un partenariat fabricant-distributeur
- Retour d'expérience sur la rénovation de la marque distributeur Castorama

Direction marque distributeur | **CASTORAMA-KINGFISHER**

LES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE À SAISIR SUR LE MARCHÉ BRICOLAGE-JARDINAGE

14h30 **Jardinerie de proximité : déployer une stratégie identitaire et renforcer son image de marque**

- Lisibilité et animations, produits du terroir : comment cultiver votre différence par l'optimisation de l'offre en magasin
- MDD, développement durable, produits bio : quels seront les axes de développement majeurs en 2013
- Quels impacts sur les ventes et la satisfaction shopper

Frédéric GUYOT | Directeur marketing et achats | **GAMM VERT**

15h00 **TABLE RONDE - E-commerce, marketing digital et mobile : exploiter la maturité du client pour développer le canal web en bricolage-jardinage**

- E-commerce : les clés pour vous imposer sur le web, développer les ventes en ligne et augmenter le trafic en magasin
- Comment travailler la complémentarité entre les différents canaux de distribution
- Jeu-concours sur mobile, clubs, forums, services web... : quelles sont les attentes des shoppers bricoleurs et comment les fidéliser

Jean-Christophe BESSEDE | Directeur e-commerce | **GROUPE JARDILAND**

Annabel CHAUSSAT | Directrice marketing clients et internet | **LAPEYRE**

Catherine PONCIN | Fondatrice | **LEJARDINDECATHERINE.COM**

15h45 **Créer un concept de proximité en rupture avec les codes classiques pour relancer son développement**

- Identité visuelle, gondole basse, service, accueil : quels sont les axes privilégiés par l'enseigne en 2012
- Optimiser la rentabilité des surfaces de vente : comment rester compétitif dans les petites villes et villes moyennes
- Quelles sont les perspectives de croissance d'ici à 2014

Jean-Jacques BENHAMOU | Directeur marketing | **WELDOM**

16h15 Fin de la manifestation

Vendredi 28 septembre 2012

BRICOLAGE-JARDINAGE

Comment mettre en œuvre une stratégie marketing/vente efficace

Objectifs de la formation :

- ✓ Adapter sa démarche marketing/vente pour saisir les nouveaux enjeux du marché Bricolage-Jardinage
- ✓ Intégrer les outils pour mettre en œuvre un plan marketing cohérent côté industriel et distributeur (GSB/GSA/LISA/Jardineries)
- ✓ Déployer la phase opérationnelle des plans d'action marketing et commerciaux et prendre en compte les facteurs clés de succès de votre marque ou enseigne

Formation animée par :



CHRISTOPHE FAURE
Directeur général
SALESFACTORY

- **Intégrer les spécificités du secteur bricolage-jardinage à votre démarche marketing/vente**
Identifier, qualifier et conquérir les réservoirs de croissance de votre marché
Analyser le potentiel de CA de chaque catégorie de clients/prospects et chaque famille de produits
Construire et déployer un plan d'action basé sur des objectifs et moyens définis client par client
Relier votre plan marketing à vos ventes
Modéliser votre processus de production commerciale sur le secteur brico-jardin
Repenser la supervision de votre force de vente
- **Mettre en œuvre un plan marketing efficace en bricolage-jardinage**
Quelles analyses mener et principales questions à se poser
Les indicateurs clés à suivre : parts de marché, ventes, DN, DV, panels et études consommateurs...
Comment définir et faire évoluer votre marketing mix : quelles offres, quelles cibles et quelle politique tarifaire cohérente en brico-jardin
Établir un plan d'action marketing à moyen et long terme pour anticiper les évolutions du secteur
Exemples concrets à travers des actions marketing efficaces sur le secteur brico-jardin et aménagement de la maison
- **Décliner le plan d'action marketing en plan d'action commercial au sein du point de vente**
Gérer sa production commerciale : les outils de la force de vente et le métier de superviseur
Bâtir une démarche merchandising et catégorielle efficace et différenciante
Maîtriser les méthodes et outils efficaces de promotion et de communication en GSA, GSB, jardinerie et LISA
Comment travailler en partenariat avec la distribution
La supervision du plan d'action : le suivi et les résultats
Études de cas avec analyse et restitution de solutions et retours d'expérience au sein de différents univers brico-jardin

Horaires :

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

LES RENCONTRES
LISA



Nos prochaines conférences

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

MERCHANDISING : Repenser vos stratégies merchandising pour impulser une nouvelle dynamique à vos ventes

3 juillet 2012, Paris

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES 2013

3 octobre 2012, Paris

MDD

14 novembre 2012, Paris



Nos prochaines formations

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

MERCHANDISING : Valorisez votre implantation en linéaires

4 et 5 juillet 2012, Paris

MDD : Saisir les opportunités des MDD de demain

15 et 16 novembre 2012, Paris

Réussissez toutes vos négociations commerciales

6 et 7 décembre 2012, 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

Tél. : (+ 33) 1 77 92 99 06

■ ■ ■ Conférence

Jeudi 27 septembre 2012

MARRIOTT CHAMPS-ÉLYSÉES

70, avenue des Champs-Élysées

75008 Paris

Parking privatif

Métro : Franklin D. Roosevelt (ligne n°1 ou 9)

■ ■ ■ Formation

Vendredi 28 septembre 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-bricolage-et-jardinage-2012-137>

Onglet informations et tarifs

Avec le soutien de

Brico & Habitat
Rencontres de la Distribution

Rencontre annuelle de la Distribution entre fournisseurs et acheteurs, du Bricolage et de l'Aménagement de l'Habitat. **20/21 juin 2012 au Grand Palais de Lille**

**Journées
des collections**

Le rendez-vous annuel des fournisseurs et de la distribution du jardin.
Mai 2013 – Région parisienne

FEEF
Fédération des Entreprises
et Entrepreneurs de France

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.

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 BRICOLAGE - JARDINAGE du 27 septembre 2012
- La formation BRICOLAGE - JARDINAGE du 28 septembre 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
