

# CATEGORY MANAGEMENT

Réinventer votre mix pour soutenir les performances  
des points de vente

- Comment clarifier l'offre, débanaliser les rayons et redonner de l'attrait au point de vente
- Collaboration industriel-distributeur : quel est l'impact du category management sur vos performances en magasin
- Le point sur les perspectives d'évolution du category management à l'horizon 2020

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



**Bérangère LAMBOLEY**  
Directrice générale marketing  
et communication  
BUT



**Nicolas NEYKOV**  
Directeur trade marketing  
et achats  
FERRERO FRANCE



**Thierry VERGE**  
Directeur stratégie commerciale  
et category management  
PROCTER & GAMBLE

■■■ ET LES INTERVENTIONS DE ■■■

- AKZO NOBEL • BACARDI-MARTINI FRANCE • GFK • GROUPE AOSTE • HENKEL FRANCE • IMPP
- INTERMARCHÉ • KURT SALMON • NIELSEN FRANCE • NESTLÉ PURINA PETCARE FRANCE
- PANZANI • PEPSICO • UNILEVER • YOPLAIT

Avec le soutien de :



Formation complémentaire

25 et 26 mars 2013

**CATEGORY MANAGEMENT**

**Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper**

Face à la montée du drive et des achats sur internet, enseignes et fournisseurs doivent plus que jamais travailler main dans la main pour lutter contre la désaffection des shoppers vis-à-vis du point de vente.

Le category management se révèle alors un outil très efficace **pour rendre tout son sens et son dynamisme au magasin**, lorsqu'il est habilement développé et exécuté.

C'est pourquoi, à l'occasion de la 4<sup>e</sup> édition de sa conférence Category Management, LSA réunit plus de 15 distributeurs, industriels et experts majeurs du category management autour des problématiques suivantes :

- Les clés pour **clarifier l'offre, débanaliser les rayons et redonner de l'attrait** au point de vente
- Collaboration industriel-distributeur : quels impacts du category management sur vos **performances en magasin**
- **Perspectives d'évolution à l'horizon 2020** : sur quels chantiers catégoriels miser

Participez à la journée de conférence du 27 mars pour bénéficier de ces analyses et retours d'expériences incontournables et échanger avec les acteurs du category management.

En amont de la conférence, LSA vous propose deux journées de formation très opérationnelles animées par Yves Marin, consultant chez Kurt Salmon et Julie Hermann, fondatrice de Focus Shopper, pour vous perfectionner sur le thème « Category management : mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper ».

Dans l'attente de vous accueillir les 25, 26 et 27 mars prochains,

**Clémence DOUADY**  
Chargée de 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

**INFOPRO**  
COMMUNICATIONS

# CATEGORY MANAGEMENT

## Réinventer votre mix pour soutenir les performances des points de vente

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

**Grégoire BERTIN** Directeur des clients nationaux et chef de projet vision catégorielle  
**AKZO NOBEL**

**Éric BOUMENDIL** Directeur du category management GMS  
**GROUPE AOSTE**

**Serge COGITORE** Consultant  
**IMPP**

**Pascal DAROCHA** Directeur commercial GMS  
**YOPLAIT**

**Charlène DEFILLON** Directeur customer marketing France  
**UNILEVER**

**Séverine GEOFFROY** Responsable category management, merchandising, études  
**YOPLAIT**

**Anne HAINE** Directrice commerciale  
**NIELSEN FRANCE**

**Geoffrey HUBER** Responsable du category management  
**PANZANI**

**Jean-Bernard KAZMIERCZAK** Directeur retail analytics  
**GFK**

**Bérangère LAMBOLEY** Directrice générale marketing et communication  
**BUT**

**Sébastien LE MIÈRE** Directeur du category management  
**PEPSICO**

**Yves MARIN** Senior manager distribution - grande consommation  
**KURT SALMON**

**Fatima MAZOUZ** Category manager  
**NESTLÉ PURINA PETCARE FRANCE**

**Nicolas NEYKOV** Directeur trade marketing et achats  
**FERRERO FRANCE**

**Richard ROULENDES** Directeur commercial détergent  
**HENKEL FRANCE**

**Thierry VERGE** Directeur stratégie commerciale et category management  
**PROCTER & GAMBLE**

**Edith YOUCEF** Category manager  
**BACARDI-MARTINI FRANCE**  
Intervenant à confirmer  
**INTERMARCHÉ**

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

#### Distributeurs et industriels, grands groupes et PME

• Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs et responsables du category management • Category managers • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs et responsables du développement des ventes • Responsables comptes clés • Directeurs clients nationaux • Directeurs et responsables merchandising et/ou trade marketing • Directeurs et responsables d'enseigne • Directeurs de magasin •

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

8h30 Accueil des participants

### TENDANCES ET PERSPECTIVES DU CATEGORY MANAGEMENT : SUR QUELS CHANTIERS CATÉGORIELS MISER

9h00 **TABLE RONDE - Quelles sont les clés pour faire du category management une véritable arme anticrise**

- Comment développer la formation opérationnelle des équipes
- Mettre en place une organisation efficace pour devenir le référent chez vos clients
- Comment vous appuyer sur une vision shopper pour développer les axes de croissance de votre catégorie
- Distributeurs : comment centrer les catégories sur la satisfaction des shoppers cible
- Quels sont les apports d'un partenariat enseigne-fournisseur pour les deux parties

Grégoire BERTIN | Directeur des clients nationaux et chef de projet vision catégorielle | **AKZO NOBEL**

Serge COGITORE | Consultant | **IMPP**

Charlène DEFILLON | Directeur customer marketing France | **UNILEVER**

Sébastien LE MIÈRE | Directeur du category management | **PEPSICO**

Richard ROULENDES | Directeur commercial détergent | **HENKEL FRANCE**

Intervenant à confirmer | **INTERMARCHÉ**

10h00 **Panorama des approches catégorielles novatrices en non-alimentaire**

- Quelles sont les grandes tendances du category management en non-alimentaire en 2013 : chiffres clés, perspectives d'évolution
- Présentation d'un cas réel de développement d'une approche catégorielle différenciante sur le secteur de l'électroménager
- Comment tirer parti de ces nouvelles pratiques pour faire évoluer le category management en alimentaire

Jean-Bernard KAZMIERCZAK | Directeur retail analytics | **GFK**

10h20 **Chiffres clés et tendances : quelle vision pour les catégories en alimentaire**

- Quel dynamisme de l'offre et quel lien avec la santé des catégories à long terme en grande consommation alimentaire
- Quelles perspectives à plus court terme

Anne HAINE | Directrice commerciale | **NIELSEN FRANCE**

10h40 Pause

11h10 **Quels scénarios pour le category management à l'horizon 2020**

- Consommateurs, marques et enseignes : point sur les tendances actuelles en France et à l'international
- Comment anticiper l'évolution du category management au cours des 10 prochaines années

Yves MARIN | Senior manager distribution - grande consommation | **KURT SALMON**

11h40 **TABLE RONDE - Perception et évolution du métier de category manager**

- Essor du e-commerce et du drive : quelles nouvelles missions pour le category manager
- Échanges de données informatisées, travail sur l'efficacité promotionnelle... : quels sont les chantiers catégoriels de demain
- Quelles pistes pour améliorer votre collaboration avec les enseignes

Fatima MAZOUZ | Category manager | **NESTLÉ PURINA PETCARE FRANCE**

Edith YOUCEF | Category manager | **BACARDI-MARTINI FRANCE**

12h25 Déjeuner

### DÉPLOYER UNE DÉMARCHÉ CATÉGORIELLE GAGNANTE POUR ATTIRER LE SHOPPER EN MAGASIN

14h00 **Réussir le lancement de vos innovations en point de vente avec un plan à 360°**

- Quels sont les facteurs clés de succès pour un lancement d'innovation qui fait croître toute la catégorie : présentation d'exemples concrets
- Comment assurer une montée en distribution rapide et la meilleure exposition du produit en rayon et en promotion, dans une approche gagnant-gagnant de développement catégoriel avec les distributeurs
- Quelles solutions merchandising et quels outils enseignes adaptés pour développer le chiffre d'affaires de la catégorie

Thierry VERGE | Directeur stratégie commerciale et category management | **PROCTER & GAMBLE**

14h30 **Construire un univers autour des produits créateurs de trafic : retour sur la refonte du rayon épicerie sucrée**

- Identifier les produits traffic builders et développer des pôles adaptés aux moments de consommation
- Résultats des premiers tests : analyse de l'impact sur les ventes, la fréquentation du rayon, la satisfaction des shoppers et détection des améliorations à apporter

Nicolas NEYKOV | Directeur trade marketing et achats | **FERRERO FRANCE**

15h00 **Comment relancer la fréquentation et débanaliser l'offre sur des rayons «fond de placard» : le concept Lay Out Revolution**

- Recréer en magasin les logiques de consommation observées à la maison
- Créer des espaces innovants et conviviaux : décloisonner l'achat, favoriser l'impulsion et accroître le panier moyen
- Illustration avec la refonte d'un univers complet au sein de l'épicerie salée : impact et ressenti auprès des clients et des forces de ventes en magasin

Geoffrey HUBER | Responsable du category management | **PANZANI**

15h30 **Comment lever les freins à l'impulsion pour maintenir une croissance solide dans un contexte difficile**

- Mener une démarche catégorielle complète, de l'existence du rayon jusqu'à sa localisation
- Quelle offre et quelle segmentation pour soutenir les ventes
- Comment traiter l'impulsion et la promotion : mise en scène de l'offre, cross merchandising, espace promotionnel permanent en magasin...
- Quels apports de cette démarche pour le développement de la catégorie

Éric BOUMENDIL | Directeur du category management GMS | **GROUPE AOSTE**

16h00 **Bâtir une démarche catégorielle adaptée aux différentes typologies de points de vente**

- Retour sur une étude Yoplait/IRI : identification de groupes de magasins en fonction des leviers qui tirent leurs performances dans l'ultra-frais
- Pourquoi et comment adapter votre démarche catégorielle aux points de vente : quels outils déployer
- Quels impacts sur les performances de votre catégorie et la limitation des ruptures en magasin

Pascal DAROCHA | Directeur commercial GMS | **YOPLAIT**

Séverine GEOFFROY | Responsable category management, merchandising, études | **YOPLAIT**

16h30 **ALLOCUTION DE CLÔTURE - Organisation de l'offre, mise en avant sur le point de vente... : comment adapter le parcours client en magasin**

Bérangère LAMBOLEY | Directrice générale marketing et communication | **BUT**

17h00 Fin de la manifestation

Lundi 25 et mardi 26 mars 2013

## CATEGORY MANAGEMENT

Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

### Objectifs de la formation :

- ✓ Gammes, promotions, merchandising : donner un renouveau aux leviers traditionnels pour mieux répondre aux attentes du shopper
- ✓ Mettre en œuvre votre démarche de category management : comment passer de la stratégie à l'application terrain
- ✓ Savoir allier mix de l'enseigne et expertise fournisseur sur vos catégories

### Formation animée par :



Julie HERMANN  
Spécialiste des études Shoppers, Fondatrice FOCUS SHOPPER



Yves MARIN  
Senior Manager  
Distribution - Grande consommation  
Cabinet de conseil  
KURT SALMON

#### JOUR 1

- **Introduction et définitions**  
Déterminer efficacement les besoins du client (insights)  
Répondre au consommateur final et au shopper
- **Optimiser la stratégie de vos catégories**  
Objectifs stratégiques, périmètre  
Diagnostic externe, diagnostic interne  
Leviers et stratégie générique sur la catégorie
- **Déterminer votre politique marketing catégoriel**  
Cible, positionnement, segmentation, politique de marques  
Lien entre segmentation et merchandising, les « 4P » du mix marketing sur la catégorie
- **Décliner la mise en œuvre**  
Construire votre business plan, suivre les indicateurs clefs  
Construire le plan catégoriel avec un distributeur  
Les impacts sur l'organisation des entreprises côté industriel / côté distributeur
- **Focus sur quelques cas emblématiques**  
Application du category management à des chantiers sur l'offre, le merchandising, la promotion, la logistique, en France et dans d'autres pays

#### JOUR 2

- **Acquérir les outils pour améliorer votre compréhension shopper**  
Comprendre l'influence des nouveaux modes de distribution  
Quelles études shoppers pour répondre à vos besoins spécifiques
- **Savoir mettre à profit les enseignements tirés des études shoppers : illustrations issues de cas réels**  
Supports merchandising, stratégies d'implantation réussies, démarches catégorielles gagnantes en GMS et en circuit spécialisé, du point de vue fournisseur et distributeur
- **Application de la stratégie shopper aux problématiques des participants**  
Travail en ateliers sur l'implantation d'un univers ou d'une catégorie

#### 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/>

#### INNOVATIONS ET TENDANCES ALIMENTAIRES :

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

26 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/>

#### MERCHANDISING :

**Valorisez votre implantation en linéaires**

25 et 26 juin 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](mailto:lalilat@infopro.fr)

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

## ■ ■ ■ Conférence

**Mercredi 27 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

**Lundi 25 et mardi 26 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-category-  
management-2013-182,tarifs](http://evenements.infopro.fr/lsa/conference-category-management-2013-182,tarifs)**  
**Onglet informations et tarifs**

UN ÉVÉNEMENT 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



## 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](mailto: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

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 CATEGORY MANAGEMENT du 27 mars 2013

La formation CATEGORY MANAGEMENT des 25 et 26 mars 2013

Tarif Normal		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1690 € HT / 2 021,24 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1995 € HT / 2386,02 € TTC

Tarif PME (Moins de 250 salariés)		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 790 € HT / 944,84 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1390 € HT / 1662,44 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1595 € HT / 1907,62 € 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

<b>Cachet de l'entreprise</b>
-------------------------------