

# TENDANCES DE CONSOMMATION

Impliquer vos consommateurs pour booster vos marques

- Personnalisation, co-conception, impression 3D : les clés pour offrir une véritable expérience de consommation à vos clients
- Comment les acteurs de la grande distribution évoluent vers un modèle contributif
- Comment accompagner les consommateurs dans leur recherche de bien-être et quelles perspectives de développement sur les produits « santé »

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Loïc HENAFF  
Président du directoire  
JEAN HENAFF



Marc KLEIN  
Directeur d'enseigne  
LISSAC



Véronique LAURY  
Directrice générale  
CASTORAMA FRANCE



Stéphane MAQUAIRE  
Président du directoire  
MONOPRIX

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- BLEU BLANC CŒUR • COCA-COLA FRANCE • ETHICITY-GROUPE GREENFLEX • FLEURY MICHON • GROUPE SALINS • IKEA FRANCE • KANTAR WORLDPANEL • LEA NATURE • OPEN OXYLANE • SARBEC COSMETICS •

Avec le soutien de



Formation préalable

23 et 24 septembre 2014

**PRÉVISIONS DE VENTE**

Affiner vos méthodes et développer une démarche collaborative

Avec un pouvoir d'achat en baisse (**-0,6 % en 2013 selon l'INSEE**), le consommateur est amené à arbitrer de plus en plus sur ses dépenses courantes. Néanmoins, on constate qu'il n'est pas prêt à faire l'impasse sur la qualité en ce qui concerne les produits alimentaires. De plus en plus soucieux de son bien-être, il demande effectivement des **produits santé**, affichant des promesses « sans » (sans huile de palme, sans gluten, sel réduit...).

En quête de sens et d'économies, il est aussi sensible aux **nouvelles pratiques collaboratives** et s'intéresse aux démarches alternatives telles que le troc, l'occasion...

Enfin, **la tendance est à la proximité** : le consommateur recherche des marques qui partagent ses valeurs et des produits qui lui ressemblent, quitte à participer lui-même à leur conception.

Bien appréhendées, ces tendances de consommation génèrent de forts relais de croissance pour les marques et les enseignes. C'est pourquoi, le jeudi 25 septembre 2014, LSA réunit un plateau exceptionnel d'enseignes, d'industriels et d'experts pour vous aider à analyser et à tirer parti des nouvelles tendances de consommation.

- **Personnalisation, co-conception, impression 3D** : les clés pour offrir une véritable expérience de consommation à vos clients
- Comment les acteurs de la grande distribution évoluent vers un **modèle contributif**
- Comment accompagner les consommateurs dans leur **recherche de bien-être** et quelles perspectives de développement sur **l'offre santé**

Dans l'attente de vous accueillir le 25 septembre prochain,

**Clémence SIMMELIDE**  
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

# TENDANCES DE CONSOMMATION

## Impliquer vos consommateurs pour booster vos marques

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Clément BLADIER</b>	Chef de groupe <b>COCA-COLA FRANCE</b>
<b>Carole BROZYNA-DIAGNE</b>	Directrice développement durable <b>IKEA FRANCE</b>
<b>Guillaume HANNEBICQUE</b>	Responsable marketing produits <b>LEA NATURE</b>
<b>Loïc HENAFF</b>	Président du directoire <b>JEAN HENAFF</b>
<b>Marc KLEIN</b>	Directeur d'enseigne <b>LISSAC</b>
<b>Véronique LAURY</b>	Directrice générale <b>CASTORAMA FRANCE</b>
<b>Gaëlle LE FLOCH</b>	Strategic Insight Director <b>KANTAR WORLDPANEL</b>
<b>Patrick LE RUE</b>	Directeur marketing charcuterie <b>FLEURY MICHON</b> Administrateur <b>BLEU BLANC CŒUR</b>
<b>Stéphane MAQUAIRE</b>	Président du directoire <b>MONOPRIX</b>
<b>Stéphane PETITJEAN</b>	Directeur associé <b>ETHICITY-GROUPE GREENFLEX</b>
<b>Alain SULTAN</b>	Directeur marketing <b>GROUPE SALINS</b>
<b>Vincent TEXTORIS</b>	Manager <b>OPEN OXYLANE</b>
<b>Thomas TOULEMONDE</b>	Directeur commercial marques France <b>SARBEC COSMETICS</b>

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

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

- Directeurs généraux et directeurs adjoints
- Directeurs et responsables marketing
- Directeurs et responsables innovations
- Directeurs et responsables recherche et développement
- Directeurs et responsables commerciaux
- Directeurs et responsables du développement des ventes
- Chefs de marché, chefs de marques et chefs de produits
- Directeurs des études de marché
- Category managers, responsables merchandising et/ou trade marketing
- Directeurs et responsables d'enseignes
- Directeurs et responsables marques distributeurs
- Directeurs et responsables comptes clés
- Directeurs et responsables des achats

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

#### 9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE - Personnalisation de l'expérience d'achat : les leviers d'une stratégie affinitaire réussie**

Stéphane MAQUAIRE | Président du directoire | **MONOPRIX**

#### 9h30 **Décrypter les tendances porteuses et anticiper les nouveaux comportements de consommation**

- Profil des ménages français, attentes des consommateurs : quels sont les changements qui ont une forte incidence sur les choix de consommation alimentaire
- Quel avenir pour les produits orientés santé et naturalité
- Quels impacts de ces nouvelles tendances sur les marques

Gaëlle LE FLOCH | Strategic Insight Director | **KANTAR WORLDPANEL**

#### 10h00 **DÉBAT - Personnalisation : valoriser votre offre et individualiser votre relation au consommateur**

- Relever les défis de la personnalisation de produits de grande consommation
- Comment utiliser internet et l'affichage digital pour proposer des produits personnalisés
- Résultats sur le capital sympathie, la notoriété de la marque et la croissance des ventes
- Opération événementielle ou tendance de fond : quel avenir pour la personnalisation

Clément BLADIER | Chef de groupe | **COCA-COLA FRANCE**  
Loïc HENAFF | Président du directoire | **JEAN HENAFF**

10h40 Pause

#### 11h10 **TABLE RONDE - Produits « sans » et offre santé : donner des garanties aux consommateurs en quête de bien-être**

- Quels enjeux industriels et commerciaux : compréhension du consommateur, réassurance, coûts, goût...
- Tirer parti des achats d'opportunité sur le segment de la naturalité avec une offre variée et attractive
- Labels, partenariats : comment valoriser efficacement votre offre et éviter les « bad buzz »
- Quels résultats pour les produits « sans » et axes de développement à l'horizon 2015-2016

Guillaume HANNEBICQUE | Responsable marketing produits | **LEA NATURE**

Patrick LE RUE | Directeur marketing charcuterie | **FLEURY MICHON** | Administrateur | **BLEU BLANC CŒUR**  
Alain SULTAN | Directeur marketing | **GROUPE SALINS**

#### 11h55 **Le point sur la consommation responsable : quel avenir en grande distribution**

- Ethique, solidaire, zéro-gâchis : qui est le consommateur responsable
- Location, occasion, troc, ... : les nouvelles pratiques de consommation
- Quels impacts à venir sur les modèles de distribution

Stéphane PETITJEAN | Directeur associé | **ETHICITY-GROUPE GREENFLEX**

12h25 Déjeuner

#### 14h00 **ALLOCUTION - Comment participer à l'économie collaborative et circulaire : témoignage sur la démarche de Castorama**

Véronique LAURY | Directrice générale | **CASTORAMA FRANCE**

#### 14h30 **Opération « donnez une seconde vie à vos meubles » : retour d'expérience sur la mise en place du dispositif et premiers résultats**

- Quelle place pour l'occasion dans la stratégie développement durable de l'enseigne
- Quelles attentes sociétales vis-à-vis de l'occasion
- Comment tirer parti de ce nouveau service

Carole BROZYNA-DIAGNE | Directrice développement durable | **IKEA FRANCE**

#### 15h00 **Co-conception : comment mobiliser les clients et les impliquer dans la création des produits**

- Idée produit, prix, emballage... : sur quels éléments porte la contribution des clients
- Fidélisation, attractivité, satisfaction des clients : quel intérêt de cette démarche pour la marque
- Présentation de la plateforme de co-création OPEN OXYLANE

Vincent TEXTORIS | Manager | **OPEN OXYLANE**

#### 15h30 **Valoriser l'ancrage territorial de votre marque : capitaliser sur la relation Consommateurs-Magasin-Marque**

- Mobilisation des consommateurs, réunions de brainstorming... : retour sur la création d'un produit en collaboration avec les consommateurs de la région
- Made in France, partenariat local : quel a été l'impact de cette démarche pour le rayonnement de la marque et pour le magasin partenaire

Thomas TOULEMONDE | Directeur commercial marques France | **SARBEC COSMETICS**

#### 16h00 **ALLOCUTION DE CLÔTURE - Imprimante 3D : quelle révolution pour l'industrie et le retail de demain**

Marc KLEIN | Directeur d'enseigne | **LISSAC**

16h30 Fin de la journée

Mardi 23 et mercredi 24 septembre 2014

## PRÉVISIONS DE VENTE

Affiner vos méthodes et développer  
une démarche collaborative

### Objectifs de la formation :

- ✓ Fiabiliser vos méthodes de prévisions de ventes afin d'optimiser votre niveau de stocks
- ✓ Anticiper et analyser les écarts
- ✓ Intégrer vos prévisions de ventes dans une démarche collaborative

### Formation animée par :



Luc BAETENS  
Directeur Général  
Mobius

### JOUR 1

#### PRÉVISIONS DE VENTES : COMMENT OPTIMISER VOTRE PRODUCTION ET VOS COÛTS ?

- **Décryptage des enjeux au sein de votre entreprise**  
Quel rôle des prévisions de ventes ?  
Comment votre entreprise est-elle impactée par une bonne/mauvaise prévision ?  
Quelles spécificités dans la grande consommation ?
- **Comment mettre en place un processus de prévision fiable ?**  
Choisir le bon modèle de prévision statistique  
Élaborer un processus de prévisions pour exploiter au mieux vos connaissances dans l'organisation  
Quelles méthodes utiliser pour la prévision des nouveaux produits ?  
Anticiper et réagir face à un imprévu : les bonnes pratiques
- > **Illustration** : élaborer un processus de prévisions pour exploiter au mieux vos connaissances dans l'organisation
- **Piloter la performance de vos prévisions**  
Évaluer votre ROI en fonction de l'amélioration de la prévision  
Les bons outils pour mesurer la performance de vos prévisions  
Comment utiliser l'analyse des historiques pour mieux prévoir ?

### JOUR 2

#### METTRE EN PLACE UN PROCESSUS DE GESTION COLLABORATIVE

- **Sales & Operations Planning : concilier vos prévisions de ventes avec vos capacités industrielles**
- **Jeu pédagogique Jeu S&OP**  
Mise en situation des participants afin de faire ressortir l'utilité et les enjeux d'un processus S&OP
- **Tour de table**
- **Débriefing**  
Comment maîtriser les principes du S&OP au sein de votre entreprise ?
- **Développer un projet de prévisions collaboratives au sein de votre entreprise**  
Les étapes pour construire un S&OP  
Quels écueils à éviter ?  
Comment faire interagir le S&OP avec les autres niveaux de planification ?  
Vers un Integrated Business Planning, S&OP 2.0 ?

#### Horaires :

8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée  
12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants  
17h30 : Fin de la journée

LES RENCONTRES



### Nos prochaines conférences

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

#### CONGRÈS SUPPLY CHAIN

**Omni-supply chain, digitalisation... : miser sur  
une logistique de pointe pour générer de la croissance**

Paris, 18 septembre 2014

#### CONGRÈS NEGOCIATIONS COMMERCIALES

**Préparez vos Négociations Commerciales 2015**

Paris, 7 octobre 2014

#### DRIVE, CASIERS, CLICK & COLLECT

**Tirer profit des flux de retrait pour générer du chiffre  
d'affaires additionnel**

Paris, 13 novembre 2014



### Nos prochaines formations

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

#### E-SUPPLY CHAIN PERFORMANTE

**Faire de sa supply chain e-commerce / cross-canal  
un levier de rentabilité & de fidélisation client**

Paris, 19 septembre 2014

#### LES CLÉS POUR REUSSIR VOS NÉGOCIATIONS COMMERCIALES 2015

Paris, 8-9 octobre 2014

#### MERCHANDISING

**Valorisez votre implantation en linéaires**

Paris, 25-26 novembre 2014

### 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.

**Amélie TAUGOURDEAU**

[ataugourdeau@infopro-digital.com](mailto:ataugourdeau@infopro-digital.com)

Tél. : (+ 33) 01 77 92 94 76

## ■ ■ ■ Conférence

**Jeudi 25 septembre 2014**

MARRIOTT CHAMPS-ÉLYSÉES  
70 avenue des Champs-Élysées  
75008 PARIS  
Métro : Georges V (ligne n°1)  
Franklin Roosevelt (ligne n°9)

## ■ ■ ■ Formations

**Mardi 23 et mercredi 24 septembre 2014**

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-digital.com/lisa/conference-tendances-de-consommation-2014-607,tarifs>**  
Onglet informations et tarifs

InfoPro Digital 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 Digital 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



## **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 : 20 %. 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](mailto: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 « TENDANCES DE CONSOMMATION »  
du 25 septembre 2014
- La formation « PRÉVISIONS DE VENTE »  
des 23 et 24 septembre 2014



### Tarif général

<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1194 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 690 € HT / 2 028 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 2 195 € HT / 2 634 € TTC
--	--	--

### Tarif PME (Moins de 250 salariés)

<input type="checkbox"/> 1 Jour 790 € HT / 948 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 390 € HT / 1 668 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 2 095 € HT / 2 514 € 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 GISI
- J'enverrai mon paiement à réception de la facture
- 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
------------------------