

1^{er} FORUM DU COMMERCE INDÉPENDANT

Mieux comprendre les spécificités et nouveaux enjeux
du commerce indépendant

- État des lieux des performances des enseignes indépendantes
- Le point sur les perspectives et le projet d'avenir de chaque enseigne
- La vision des industriels sur les indépendants et les clés pour mieux travailler avec eux

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Michel-Édouard
LECLERC
Président
CENTRES E. LECLERC



Philippe
MANZONI
Président
ITM ALIMENTAIRE



Didier **PAPAZ**
Président-Directeur
général
OPTIC 2000



Serge **PAPIN**
Président-Directeur
général
SYSTÈME U



Stéphane **SOLINSKI**
Directeur général
SPORT 2000

et

Thierry **COTILLARD**, Adhérent responsable de la direction de l'offre alimentaire, **INTERMARCHÉ ET NETTO**

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- BRITT • FCA • KANTAR WORLD PANEL • LE PETIT OLIVIER • UNILEVER FRANCE
- WERNER & MERTZ FRANCE

Avec le soutien de



Formation complémentaire

19 et 20 mai 2014

MARKETING CROSS-CANAL

Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

17 et 18 juin 2014

ACQUISITION DE TRAFIC : COMMENT ACTIVER LES BONS LEVIERS ?
Construire votre stratégie de conquête et mesurer votre performance

Selon une étude menée par LSA et PwC, la croissance des indépendants entre 2011 et 2012 a été quatre fois supérieure à celle des groupes intégrés. Cependant, face à une conjoncture économique qui s'annonce difficile, les distributeurs alimentaires et spécialisés se doivent de chercher de nouveaux relais de croissance, afin de conforter leur progression.

Le 14 mai 2014, LSA vous propose de participer à son 1^{er} Forum du Commerce Indépendant. Cette journée réunira des **acteurs majeurs des secteurs alimentaires et non-alimentaires** qui vous apporteront les clés pour **mieux comprendre les organisations, structures et nouveaux enjeux du commerce indépendant**.

Lors de cette journée, les enseignes présenteront leurs perspectives de croissance, leurs forces et leurs spécificités ainsi que les leviers pour les industriels qui souhaitent tirer parti de cette dynamique. Cet événement exceptionnel sera aussi l'occasion pour les distributeurs de présenter les Projets d'Avenir sur lesquels ils misent.

Enfin, un plateau de patrons de grands groupes et PME viendra échanger sur les opportunités, les difficultés rencontrées et les pistes de développement pour les fournisseurs au sein des enseignes du commerce indépendant.

Dans l'attente de vous accueillir le 14 mai 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

UNE PUBLICATION DU GROUPE

INFOPRO
digital

1^{er} FORUM DU COMMERCE INDÉPENDANT

Mieux comprendre les spécificités et nouveaux enjeux
du commerce indépendant

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Alexandra BOUTHELIER	Déléguée générale FCA
Thierry COTILLARD	Adhérent responsable de la direction de l'offre alimentaire INTERMARCHÉ ET NETTO
Michel-Édouard LECLERC	Président CENTRES E. LECLERC
Gaëlle LE FLOCH	Strategic Insight Director KANTAR WORLDPANEL
Philippe MANZONI	Président ITM ALIMENTAIRE
Didier PAPAZ	Président-Directeur général OPTIC 2000
Serge PAPIN	Président-Directeur général SYSTÈME U
François QUELLEC	Directeur général BRITT
Éric RENARD	Fondateur LE PETIT OLIVIER
Benoît RENAULD	Directeur général WERNER & MERTZ FRANCE
Stéphane SOLINSKI	Directeur général SPORT 2000
Bruno WITVOËT	Président UNILEVER FRANCE

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

• Distributeurs, industriels, grands groupes et PME •

- Directeurs généraux • Directeurs et responsables commerciaux •
- Directeurs des ventes • Responsables enseignes et grands comptes •
- Directeurs marketing et chefs de groupe • Directeurs et responsables
- du category management • Directeurs et responsables merchandising •
- Directeurs et responsables des achats • Directeurs de magasins •

Journée animée par Yves PUGET, Directeur de la Rédaction de LSA et Jérôme PARIGI, Rédacteur en chef adjoint de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE : SYSTÈME U à la tribune**



Serge PAPIN
Président-Directeur général
SYSTÈME U

9h40 Focus sur le projet d'avenir de l'enseigne - **SYSTÈME U**
mise sur la marque U : importance stratégique, axes de
différenciation et développements à venir

10h00 **État des lieux des enseignes sur l'alimentaire :
leurs performances en termes de parts de marché,
de fidélité, d'attractivité**

- Points forts et points faibles des enseignes indépendantes face
aux attentes des consommateurs et dans un contexte de crise
- Historique de leurs progressions et perspectives de croissance

Gaëlle LE FLOCH | Strategic Insight Director |
KANTAR WORLDPANEL

10h20 **TABLE RONDE - Le point de vue des PME et leurs pistes
pour mieux travailler avec les enseignes indépendantes**

- Différenciation, réactivité, présence commerciale : les clés
pour réussir au sein des enseignes indépendantes
- Mécaniques promotionnelles et de fidélisation : quelles
opportunités de développement pour les PME
- Quels impacts de la montée du drive et comment s'y faire
une place

François QUELLEC | Directeur général | **BRITT**
Éric RENARD | Fondateur | **LE PETIT OLIVIER**
Benoît RENAULD | Directeur général | **WERNER & MERTZ
FRANCE**

10h50 Pause

11h20 **Spécificités du commerce associé, évolution
des organisations : la vision de la Fédération
du Commerce Associé**

Alexandra BOUTHELIER | Déléguée générale | **FCA**

11h40 **ALLOCATION ENJEUX ET PERSPECTIVES : SPORT 2000
à la tribune**



Stéphane SOLINSKI
Directeur général
SPORT 2000

12h20 Focus sur « CAP 2016 » : le plan stratégique de **SPORT 2000**,
une coopérative en mode conquête

12h40 Déjeuner

14h10 **ALLOCATION ENJEUX ET PERSPECTIVES : OPTIC 2000
à la tribune**



Didier PAPAZ
Président-Directeur général
OPTIC 2000

14h50 Focus : **OPTIC 2000** présente son projet d'avenir
dans un secteur de l'optique en mutation

15h10 **ALLOCATION ENJEUX ET PERSPECTIVES : INTERMARCHÉ
à la tribune**



Philippe MANZONI
Président
ITM ALIMENTAIRE

15h50 Focus sur le projet d'avenir de l'enseigne : **INTERMARCHÉ**
mise sur sa stratégie de l'offre en rayon frais

Thierry COTILLARD | Adhérent responsable de la direction
de l'offre alimentaire | **INTERMARCHÉ ET NETTO**

16h10 **INTERVIEW - Le regard d'un grand groupe industriel
sur les indépendants**

- Quelles opportunités du modèle et difficultés rencontrées
- Le point sur les pistes de développement pour les fournisseurs
au sein des enseignes indépendantes

Bruno WITVOËT | Président | **UNILEVER FRANCE**

16h30 **ALLOCATION DE CLÔTURE : CENTRES E. LECLERC
à la tribune**



Michel-Édouard LECLERC
Président
CENTRES E. LECLERC

17h10 Fin de la journée

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-digital.com
Tél. : (+ 33) 1 77 92 99 06



Lundi 19 et mardi 20 mai 2014

MARKETING CROSS-CANAL

Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

Objectifs de la formation :

- ✓ Acquérir une démarche structurée du marketing multicanal
- ✓ S'approprier les éléments clés pour bâtir des stratégies marketing multicanal
- ✓ Centrer sa stratégie sur les comportements clients

Formation animée par :



Raphaël FÉTIQUE
Directeur associé
CONVERTEO

JOUR 1

- **Le cross-canal : l'obligatoire transformation interne dictée par le consommateur**
Focus sur les phénomènes ROPO et Showrooming
- **Le cross canal : des enjeux transversaux**
L'importance de la mesure et de l'identification
Les règles de privacy
Organiser la remontée et la centralisation des données
- **Quels sont les sujets à appréhender pour transformer un acteur brick&mortar en click&mortar**
- **La présence géographique et la nature du réseau de distribution**
- **Construire le catalogue produit et la politique de prix**
- **La politique de services (SAV, service client) , la fidélisation et les canaux logistiques**
- **Call center, chat... Comment tirer parti de ces outils ?**

JOUR 2

- **Adapter ses dispositifs : comment utiliser le digital pour générer du trafic en magasin**
- **Sources de trafic et stimulation des ventes : comment utiliser l'ensemble des leviers**
- **Comment tirer parti des nouvelles opportunités de la mobilité**
Géolocalisation : les concepts de store locator, brand locator, product locator
Le tag 2D et le QR code
L'E et le M-couponing
- **Comment mesurer les résultats et quels KPI choisir**
- **Appréhender les impacts IT et RH de votre stratégie**
- **Comment digitaliser son point de vente**
- **Les impacts de la révolution digitale**
- **Les indicateurs de performance à l'heure du point de vente 2.0 : nouveaux outils de mesure, nouveaux KPI...**
- **Comment gérer les impacts IT au niveau d'un magasin et d'un réseau**
- **L'avènement des Marketplace**

Horaires :

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

Mardi 17 et mercredi 18 juin 2014

ACQUISITION DE TRAFIC : COMMENT ACTIVER LES BONS LEVIERS ? Construire votre stratégie de conquête et mesurer votre performance

Objectifs de la formation :

- ✓ Mettre en place une stratégie d'acquisition de trafic adaptée en fonction de votre univers de marque
- ✓ Maîtriser les leviers générateurs de trafic
- ✓ Piloter votre performance et élaborer des tableaux de bord adaptés à vos interlocuteurs

Formation animée par :



Vincent CHAIGNEAU
Social Media Strategist
OWL Marketing

JOUR 1

ÉLABORER UNE STRATÉGIE D'ACQUISITION DE TRAFIC

- **Définir vos objectifs : notoriété ou ventes, recrutement ou fidélisation ?**
- **Établir un budget et un prévisionnel des performances**
- **Sélectionner et hiérarchiser les leviers à utiliser**
Quelles actions mener pour améliorer le référencement naturel ? (SEO)
Comment optimiser ses campagnes de référencement payant ? (SEA)
Emailing : un levier de plus en plus volatile
Affiliation : comment choisir les bons prestataires ?
Partenariats : mettre en place un accord gagnant/gagnant
Display advertising : choisir une campagne au CPC et au CPM ?
Real Time Bidding : comment exploiter au mieux ce nouveau canal ?
Comment améliorer sa performance avec le retargeting ?
Comparateurs de prix : un moyen incontournable
Maximiser sa présence sur les market places
Développer un sponsoring pour toucher des cibles adaptées
Comment être bien référencé sur les blogs spécialisés ?
Tirer parti des réseaux sociaux pour générer du trafic qualifié
- **Témoignage : Rôle et enjeu du trafic manager**

JOUR 2

MESURER L'IMPACT DU WEBMARKETING SUR LA GÉNÉRATION DE TRAFIC

- **Optimiser la transformation de votre audience**
Faciliter et personnaliser l'expérience : landing pages, chemin de navigation
Améliorer votre taux de conversion : call to action, formulaire
Adapter votre stratégie d'acquisition en fonction de votre univers
- **Analyse des campagnes d'optimisation d'ergonomie et d'e-merchandising**
- **Bien choisir sa solution webanalytics : Google analytics, AT Internet, Omniture...**
Maîtriser les bons indicateurs de mesure : e-commerce, technique, trafics naturel et payant
- **Suivre votre performance grâce à la mise en place de tableaux de bord**
Les différents tableaux de bord : automatique, sur mesure
Mettre en place un reporting : fréquence, interlocuteurs...
- **Comment réajuster sa stratégie ?**
Optimiser vos campagnes e-marketing
Adapter le contenu et l'ergonomie du site
- **Analyse d'un tableau de bord et présentation de solutions pour améliorer la performance du site**

Horaires :

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

■ ■ ■ Conférence

Mercredi 14 mai 2014

PAVILLON D'ARMENONVILLE

Bois de Boulogne

Allée de Longchamp

75016 PARIS

Tél. : 01 53 23 15 15

www.poteletchabot.com

Métro : Ligne 1, Station Porte Maillot,

Sortie Av. Charles de Gaulle

■ ■ ■ Formations

Lundi 19 et mardi 20 mai 2014

Mardi 17 et mercredi 18 juin 2014

Les formations se tiendront 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-forum-du-commerce-independant-2014-442,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

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 :

- Le 1^{er} FORUM DU COMMERCE INDÉPENDANT du 14 mai 2014
- La formation MARKETING CROSS-CANAL des 19 et 20 mai 2014
- La formation ACQUISITION DE TRAFIC des 17 et 18 juin 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
