

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Comment associer plus-value écologique
et efficacité économique

- Quels sont les enjeux et principales tendances consommateurs en termes de développement durable en 2012
- Labels responsables, affichage environnemental, RSE... : soutenir votre démarche par des leviers efficaces et cohérents
- Comment innover et communiquer « durable » auprès de vos consommateurs

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Stéphan ARINO
Directeur qualité globale &
développement durable
E.LECLERC



Jean-Pierre BLANC
Directeur général
MALONGO



Arnaud BRULAIRE
Responsable
développement durable
PICARD SURGELÉS



Guillaume NUSSE
Président-Directeur général
CLAIREFONTAINE
RHODIA

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

• ALLIANCE CARTON NATURE • GROUPE CASINO • GROUPE CÉMOI • GROUPE ECOVER •
GROUPE LÉA NATURE • IKEA FRANCE • ITM ALIMENTAIRE • KANTAR WORLDPANEL FRANCE •
LASCAD • MAX HAVELAAR FRANCE • MONOPRIX • PEFC FRANCE •
TRIBALLAT NOYAL

En partenariat avec :



Avec le soutien de :



Formations complémentaires

3 et 4 décembre 2012

**AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL DES PRODUITS
ET DES EMBALLAGES**

Comment valoriser votre démarche environnementale

6 décembre 2012

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Comment donner une nouvelle dynamique à votre mix marketing

Réduction du taux d'emballage, expérimentation de l'affichage environnemental, utilisation de labels responsables... : il suffit de se rendre dans les rayons des magasins pour comprendre l'ampleur des initiatives « durables » menées par les industriels et distributeurs.

Cet engagement va de pair avec le désir grandissant des Français de consommer de manière responsable. Et les chiffres le prouvent puisqu'en 2012, 70% d'entre eux déclarent privilégier les marques qui ont une véritable éthique*.

Pendant, mal utilisé, l'engagement responsable peut porter tort aux entreprises. Le véritable enjeu reste donc de crédibiliser sa stratégie de marketing durable et de faire passer les bons messages aux consommateurs.

Afin d'intégrer ou renforcer la démarche Développement Durable au sein de votre stratégie de croissance, LSA organise le 5 décembre prochain à Paris, la 2^e édition de sa conférence annuelle. Venez rencontrer des intervenants exceptionnels qui témoigneront de leurs engagements et best practices :

- Quels sont les **enjeux** et principales **tendances consommateurs** en termes de développement durable en 2012
- Labels responsables, affichage environnemental, RSE... : soutenir votre démarche par des **leviers efficaces** et **cohérents**
- Comment **innover** et **communiquer** « durable » auprès de vos consommateurs

Les 3 et 4 décembre, nous vous proposons une formation sur l'affichage environnemental des produits animée par un expert en systèmes d'emballage, qualité et éco-conception.

En complément, nous vous proposons également une journée de formation le 6 décembre animée par le cabinet Ethicity qui vous permettra de donner une nouvelle dynamique à votre mix marketing grâce au développement durable.

En me réjouissant de vous accueillir les 3, 4, 5 et 6 décembre 2012,

Sylvia Née
Chargée de conférence LSA

* Étude Ethicity 2012 « Les Français et la consommation durable »



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

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Comment associer plus-value écologique et efficacité économique

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Stéphan ARINO	Directeur qualité globale & développement durable E.LECLERC
Evelyne BANQUY	Directrice développement durable ITM ALIMENTAIRE
Jean-Pierre BLANC	Directeur général MALONGO
Marc BLANCHARD	Directeur général MAX HAVELAAR FRANCE
Michael BREMANS	Président GROUPE ECOVER
Arnaud BRULAIRE	Responsable développement durable PICARD SURGELÉS
Capucine DECOSTER	Chef de projets développement durable GROUPE LÉA NATURE
Caroline GASTAUD	Responsable développement durable IKEA FRANCE
Edouard HOTTEBART	Chef de groupe Dop LASCAD (groupe L'Oréal)
Jean-Marc LÉVÊQUE	Responsable développement durable TRIBALLAT NOYAL (Vrai, Sojasun...)
Stéphane MARCHESI	Secrétaire général PEFC FRANCE
Guillaume NUSSE	Président-Directeur général CLAIREFONTAINE RHODIA
Patrick POIRRIER	Président-Directeur général GROUPE CÉMOI
Aymeric SCHULTZE	Directeur général ALLIANCE CARTON NATURE
Valérie TILLON	Client service support director KANTAR WORLD PANEL FRANCE
Karine VIEL	Responsable développement durable MONOPRIX
Marc VOINNESSON	Directeur projets & initiatives durables (direction qualité) GROUPE CASINO

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Industriels, grands groupes et PME

• Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs développement durable/sustainability • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables communication • Responsables qualité/environnement, Directeurs des achats • Directeurs supply chain • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs et responsables des ventes • Directeurs et chargés d'études • Directeurs du développement • Chefs de marché • Chefs de marques et chefs de produits... •

Distributeurs

• Directeurs et responsables d'enseigne • Directeurs et responsables développement durable • Directeurs marques distributeurs • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables communication • Directeurs et responsables des achats • Responsables magasin... •

Journée animée par la rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 Consommation responsable en France : chiffres clés et panorama des principales tendances consommateurs

- Que représente la consommation responsable pour le consommateur français en 2012
- Éco-attitude des consommateurs aujourd'hui, leurs attentes et niveau de connaissance en matière de développement durable
- Quelles perspectives d'évolution de la consommation responsable

Valérie TILLON | Client service support director |
KANTAR WORLD PANEL FRANCE

SOUTENIR VOTRE DÉMARCHÉ DE DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR DES LEVIERS EFFICACES ET COHÉRENTS

9h30 TABLE RONDE - Les labels responsables : comment faciliter la visibilité de votre offre pour les clients

- Traçabilité des produits, conditions commerciales plus justes, protection des écosystèmes... : la pédagogie clients au cœur de l'utilisation des labels
- Ventes, fidélité consommateurs, image... : quels bénéfices attendre pour les entreprises qui certifient leurs produits
- Les labels aident-ils à la différenciation en linéaires

Jean-Pierre BLANC | Directeur général | **MALONGO**
Marc BLANCHARD | Directeur général | **MAX HAVELAAR FRANCE**
Stéphane MARCHESI | Secrétaire général | **PEFC FRANCE**
Guillaume NUSSE | Président-Directeur général |
CLAIREFONTAINE RHODIA
Patrick POIRRIER | Président-Directeur général |
GROUPE CÉMOI

10h30 Pause

11h00 Valoriser vos atouts environnementaux auprès du consommateur : le retour d'expérience du secteur de la brique alimentaire

- Ressource renouvelable, faible empreinte carbone, emballage recyclable... : quels sont les avantages de la brique
- Comprendre la perception des thématiques environnementales par les shoppers au sein des rayons lait et jus de fruits en grande distribution
- Comment intégrer ce retour consommateur dans sa manière de communiquer

Aymeric SCHULTZE | Directeur général | **ALLIANCE CARTON NATURE**

11h30 TABLE RONDE - Comment intégrer la RSE à votre démarche globale d'entreprise

- Pourquoi décliner à l'échelle de votre entreprise les enjeux du développement durable
- Préoccupations sociales, environnementales, gestion des risques... : les axes de travail essentiels
- Comment faire partager et valoriser la démarche RSE auprès de vos consommateurs
- Le rôle clé du marketing pour faire adhérer les collaborateurs au projet

Capucine DECOSTER | Chef de projets développement durable |
GROUPE LÉA NATURE

Caroline GASTAUD | Responsable développement durable |
IKEA FRANCE

Jean-Marc LÉVÊQUE | Responsable développement durable |
TRIBALLAT NOYAL (Vrai, Sojasun...)

12h15 Déjeuner

14h00 DÉBAT - L'affichage environnemental : un an après, quelles préconisations de la part des distributeurs

- Collaborations marques/enseignes, éco-conception, émissions de CO2... : l'initiative a-t-elle permis de modifier favorablement les pratiques
- Quels sont les indicateurs les plus performants et ceux à optimiser
- Un indice unique environnemental et nutritionnel est-il envisageable
- Premiers retours d'expériences de l'expérimentation sur les produits agro-alimentaires

Arnaud BRULAIRE | Responsable développement durable |
PICARD SURGELÉS

Marc VOINNESSON | Directeur projets & initiatives durables (direction qualité) | **GROUPE CASINO**

DISTRIBUTEURS, GRANDS GROUPES ET PME : INNOVER ET COMMUNIQUER « DURABLE » AUPRÈS DE VOS CONSOMMATEURS

14h45 MDD alimentaire et non alimentaire : innover « durable » et s'engager aux côtés des marques nationales

- Bio, emballage éco-conçu, PET recyclé... : capitaliser sur des actions directement visibles en rayon
- Comment valoriser les MDD « durables » et conserver un prix d'achat consommateur attractif
- Cahier des charges, contrôles... : travailler en étroite collaboration avec les fournisseurs

Karine VIEL | Responsable développement durable | **MONOPRIX**

15h15 Local : quelle association entre la distribution et les marques pour clarifier le message et sensibiliser le public de manière plus forte

- Quelles sont les clés d'un partenariat gagnant-gagnant en termes de développement durable
- Préservation des emplois, soutien de la croissance économique régionale : comment soutenir les PME régionales
- Retour d'expérience avec la création de codes de bonne conduite

Evelyne BANQUY | Directrice développement durable |
ITM ALIMENTAIRE

15h45 PME : mettre en œuvre des actions environnementales et/ou sociales impactantes

- Eco-labellisation, emballage recyclable, réduction des transports... : quels leviers « durables » pour les PME/PMI en période de crise
- Quel investissement financier prévoir
- Cas concret d'une PME responsable sur le marché de l'entretien de la maison et de l'hygiène corporelle

Michael BREMANS | Président | **GROUPE ECOVER**

16h15 Comment promouvoir le développement durable via les médias sociaux et le marketing viral pour mobiliser efficacement le consommateur

- Retour sur l'objectif de l'opération « adopteundecheat.com »
- Tirer parti d'un développement de gamme pour mettre en place une opération originale et innovante
- Quels impacts sur les ventes, le taux de participation des internautes et le nombre de fans

Edouard HOTTEBART | Chef de groupe Dop | **LASCAD (groupe L'Oréal)**

16h45 ALLOCUTION DE CLÔTURE - Quelles priorités à l'horizon 2015 pour l'enseigne pionnière dans le développement durable

Stéphan ARINO | Directeur qualité globale & développement durable | **E.LECLERC**

17h15 Fin de la manifestation

Lundi 3 et mardi 4 décembre 2012

AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL DES PRODUITS ET DES EMBALLAGES

Comment valoriser votre démarche environnementale

Objectifs de la formation :

- ✓ Comprendre les enjeux et les perspectives de l'affichage environnemental
- ✓ Connaître les indicateurs et les outils pour mesurer les performances environnementales
- ✓ Valoriser ses produits face à la concurrence grâce à l'affichage environnemental

Formation animée par :



Gérald LEFEBVRE
Consultant systèmes d'emballage,
qualité et éco-conception

1^{ère} journée

- **Décrypter les enjeux de l'affichage environnemental**
Connaître les attentes des consommateurs (B2C) et les besoins des parties prenantes (B2B)
Affichage et labels environnementaux (écologique, bio...) : quelle perception par le marché ?
- **Connaître les spécificités de l'affichage en France, en Europe, et dans le monde**
Faire le point sur le Grenelle de l'Environnement, la plateforme AFNOR et ADEME en France
Prendre en compte les normes : ISO, NF X30-323, NF P01-010, programme empreinte écologique de la Commission Européenne...
- **Identifier les méthodologies applicables à l'affichage environnemental**
Définir l'Analyse du Cycle de Vie et l'Analyse de la Chaîne de Valeur

2^{ème} journée

- **Maîtriser les indicateurs d'impacts environnementaux pour l'affichage des performances**
- **ATELIER : Utiliser l'outil T.E.M.P.S. (Toxicité, Énergie, Matériaux, Procédés, Sociétés) pour contrôler les performances**
- **Prendre en compte l'affichage environnemental comme un levier de progression et d'innovation**
Intégrer les indicateurs de l'affichage dans le pilotage en interne
Benchmarker les performances et découvrir des voies d'innovations packaging
- **Communiquer ses valeurs grâce aux déclarations environnementales**
Analyser les techniques de communication de l'affichage : étiquette, Internet, « Smart » medias...
Valoriser vos efforts et vous différencier : choisir les bons outils et le format d'affichage
- **ATELIER : Étude d'exemples de marques ayant mis en place l'affichage environnemental**
- **ATELIER : Concevoir un affichage environnemental performant**

Horaires :

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

Jeudi 6 décembre 2012

DÉVELOPPEMENT DURABLE Comment donner une nouvelle dynamique à votre mix marketing

Objectifs de la formation :

- ✓ Acquérir les principes du marketing responsable en grande consommation
- ✓ Maîtriser les étapes indispensables d'un mix marketing renouvelé au service du développement durable
- ✓ Intégrer les facteurs clés de succès et les pistes opérationnelles pour positionner vos marques dans une démarche responsable

Formation animée par :



Stéphane PETITJEAN
Directeur associé
ETHICITY (groupe Greenflex)

- **Comprendre les enjeux du développement durable : comment transformer une contrainte en opportunité**
Analyser les changements majeurs au niveau mondial : explosion démographique, bouleversement écologique, épuisement des ressources naturelles...
Connaître les nouvelles attentes des consommateurs, des parties prenantes de l'entreprise et des actionnaires
Appréhender et anticiper une pression réglementaire de plus en plus prégnante
- **Benchmark international des pratiques des industriels et distributeurs en termes de développement durable : vers un changement de paradigme**
Intégrer le développement durable dans votre stratégie d'entreprise pour en faire un levier de business et de rentabilité
- Illustrations à travers des études internationales
Comment introduire le développement durable tout au long de la chaîne de valeur : du produit au retour magasin
- Exemples concrets à travers des business models de rupture
- **Appliquer les principes du marketing responsable : « La vérité est dans le produit/service »**
Analyser le cycle de vie du produit
Comment faire mieux avec moins : éco-socio conception et penser fonction vs. produit, usage, fin de vie des produits et recyclage
Co-construire votre produit avec les parties prenantes : illustrations concrètes avec différents modes de travail, du consumer made au travail avec ses filières
La communication responsable : mettre en œuvre des méthodes et des outils efficaces
- **Équipes internes et développement durable : comment actionner ce levier de mobilisation, de fierté et de cohérence**
Faire le point sur les méthodes d'animation du développement durable en interne : benchmark international
Sensibiliser et former vos équipes commerciales et les points de vente

Horaires :

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

■ ■ ■ Conférence

Mercredi 5 décembre 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)

■ ■ ■ Formations

Lundi 3 et mardi 4 décembre 2012

Jeudi 6 décembre 2012

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.fr/lisa/conference-developpement-durable-2012-169>

Onglet informations et tarifs

En partenariat avec



Créée en 1990, l'association Alliance Carton Nature (ACN) réunit les fabricants de briques alimentaires Elopak, SIG Combibloc et Tetra Pak. Elle a pour mission de promouvoir le bon profil environnemental de la brique. Grâce à sa composition en majorité de carton, à son faible impact CO2 et son taux de recyclage toujours croissant, la brique est le partenaire idéal pour réduire l'empreinte environnementale de son produit.

www.alliance-carton-nature.org

Avec le soutien de



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

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 DÉVELOPPEMENT DURABLE du 5 décembre 2012
- La formation des 3 et 4 décembre 2012
- La formation du 6 décembre 2012

Tarif Normal			
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1690 € HT 2021,24 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1995 € HT 2386,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 4 Jours 2795 € HT 3342,82 € 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	<input type="checkbox"/> 3 Jours 1595 € HT 1907,62 € TTC	<input type="checkbox"/> 4 Jours 2345 € HT 2804,62 € 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

Cachet de l'entreprise
