

Conférence

Category Management

19 MARS 2020 - PARIS

11^e ÉDITION



Le retour du Cat Man au cœur des stratégies de croissance

Avec la participation exceptionnelle de :

Victoria SAUZEAU
Category Manager
SYSTÈME U

Carmela BAZZARELLI
Directrice du trade
marketing
BARILLA

Marianne DUPUCH-GUILLOIS
Directrice Trade Marketing
LEA NATURE

Chrystèle LACOMBE
Directrice Marketing
JOHNSON & JOHNSON
BEAUTE

Guillaume LESOUËF
Directeur
marketing & digital
GALERIES LAFAYETTE

Avec le soutien de :



Le Category Management à l'honneur

Mettez en avant vos démarches catégorielles innovantes !

- Fédérez vos équipes autour d'un même projet
- Valorisez vos initiatives auprès d'un jury de professionnels de la Grande Conso
- Bénéficiez (en tant que lauréat) d'une visibilité dans le magazine et sur le site web LSA

Déposez votre dossier avant le 31 janvier

Contact : Andrée Traisnel
andrea.traisnel@infopro-digital.com
01 77 92 98 76

Un événement créé pour vous !

Distributeurs et industriels de grands groupes et PME

- Directeurs category management
- Directeurs trade marketing
- Directeurs merchandising
- Directeurs marketing
- Directeurs commerciaux
- Directeurs business development
- Directeurs shopper marketing
- Directeurs d'enseigne



Notre vocation est de vous proposer de vrais moments d'échanges entre professionnels afin de répondre à deux objectifs :

- décrypter l'actualité et les enjeux du retail pour être plus performant
- créer des opportunités de rencontres d'affaires ou de partenariats pour développer votre activité.

Grâce aux événements LSA, vous bénéficiez de l'expertise des meilleurs intervenants et de personnalités reconnues du secteur.



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.

Yves Puget, Directeur de la rédaction, LSA

8H30 **Accueil des participants**9H00 **REGARDS CROISÉS - Face à l'évolution des modes de consommation et des attentes Shoppers, quelle nouvelle relation entre les distributeurs et les industriels ?**9H30 **Category Management- étude exclusive trends 2021**

- Etude exclusive sur l'utilisation du digital dans les points de vente : repenser la stratégie « magasin »
 - « Gilets jaunes » et consommation des français : impacts économiques et sociétaux. Quels changements ?
- > Frédéric NICOLAS - IRI

9H50 **BENCHMARK TENDANCES - Produits sains, sans, locaux... Retour sur des démarches gagnantes surfant sur les tendances consos**

- Présentation de cas concrets autour des stratégies catégorielles développées pour satisfaire aux nouvelles exigences des consommateurs
 - Focus sur la matérialisation de ces stratégies en point de vente
- > Nora TORKHANI - NESTLÉ
> Bénédicte PICHARD - CARAMBAR
> Carmela BAZZARELLI - BARILLA
> Morgane BIZOT - FLEURY MICHON

10H40 **Pause & Networking**11H10 **TABLE RONDE CATEGORY MANAGER 2020 - Evolutions et perspectives du métier et des organisations**

- Innovations, merchandising, premiumisation, omnicanalité... : Retours sur les succès 2019 qui révolutionnent le métier.
 - Quelles organisations pour l'adaptation et la personnalisation des plans d'actions aux multiples circuits et parcours ?
- > Viance POUCHOULIN - L'OREAL GRANDS PUBLICS

11H50 **REGARDS CROISÉS CONSOMM'ACTEURS - Prendre le virage de la transparence pour faire performer votre catégorie**

- Multiplication des applis, hyper information des consommateurs : devenir acteur pour se démarquer.
 - Comment maîtriser l'expérience Shopper sur tous les circuits et en dehors des réseaux classiques ?
- > Victoria SAUZEAU - SYSTÈME U
> Chrystèle LACOMBE - JOHNSON & JOHNSON BEAUTE
> Jean-Baptiste BOUBAULT - EL COCO (ESPAGNE)
> Bertrand AMARAGGI - EL COCO (ESPAGNE)

12H20 **Optimiser l'efficacité de vos dispositifs et plans d'actions en réponse aux attentes consommateurs**

- > Gaëlle LE FLOCH - KANTAR WORLDPANEL
- Avec le témoignage d'un industriel

12H40 **Remise des Trophées**13H10 **Déjeuner**14H30 **TABLE RONDE - Quels impacts de l'évolution des modes de consommation sur le parcours shopper et sur le rayon ?**

- Décrypter le nouvel arbre de décision du shopper (BIO, composition...)
 - Comprendre le comportement du shopper face au rayon (application, lecture des emballages...)
 - Identifier les impacts sur le rayon (allocation des espaces, segmentation de l'offre et séquençage du linéaire...)
- > Bernard BOURDON - IMPP
> Marianne DUPUCH-GUILLOIS - LEA NATURE

15H10 **FOCUS SUR LA RÉVOLUTION DES CORNERS Un tournant de l'histoire de la distribution**

- Accès à une nouvelle clientèle, test and learn, impact pour la marque : retour sur les bénéfices
 - Quelle coopération pour assurer un rapport gagnant-gagnant ?
- > Didier ONRAITA-BRUNEAU - DAY BY DAY

15H30 **BENCHMARK TENDANCES - Premiumisation, fidélisation et valorisation de l'offre : quelles stratégies de reconquête des consommateurs ?**

- Montée en gamme, marché de niche, ... : quelle nouvelle gamme avec votre offre ?
 - Fidélisation : quels nouveaux leviers pour interpeller et nouer le contact avec vos consommateurs ?
- > Florence BURTIN - DACO BELLO
> David CORRÉ - LUSTUCRU
> Maëlys FREMONT - LA BELLE CHAURIENNE

16H10 **REGARDS CROISÉS - L'expérience client à l'heure des nouvelles technologies : relever le défi d'une démarche catégorielle véritablement omnicanal**

- Partage d'un cas pratique d'une collaboration.
 - Comment le digital a permis de faire vivre au consommateur une expérience magasin réussie ?
- > Guillaume LESOUEF - GALERIES LAFAYETTE
- Avec le témoignage d'un industriel
- > Fabyenne RENARD - GENERAL MILLS

16H30 **TABLE RONDE PROMOTIONS - Un an après l'application de la loi Egalim : quels impacts et opportunités dans les stratégies commerciales ?**

- > Axelle ROCH - LABEYRIE

17H10 **Fin de la manifestation**

INTERVENANTS

Bertrand AMARAGGI
Co-fondateur
EL COCO (ESPAGNE)Carmela BAZZARELLI
Directrice du trade marketing
BARILLAMorgane BIZOT
Directrice Category Management
FLEURY MICHONJean-Baptiste BOUBAULT
Co-fondateur
EL COCO (ESPAGNE)Bernard BOURDON
Directeur associé
IMPPFlorence BURTIN
Responsable du développement stratégique
DACO BELLODavid CORRÉ
Responsable Category Management
LUSTUCRUMarianne DUPUCH-GUILLOIS
Directrice Trade Marketing
LEA NATUREMaëlys FREMONT
Directrice commerciale et Marketing
LA BELLE CHAURIENNEChrystèle LACOMBE
Directrice Marketing
JOHNSON & JOHNSON BEAUTEGuillaume LESOUEF
Directeur marketing & digital
GALERIES LAFAYETTEGaëlle LE FLOCH
Strategic Insight Director
KANTAR WORLDPANELFrédéric NICOLAS
Directeur Shopper Insights
IRIDidier ONRAITA-BRUNEAU
Président
DAY BY DAYBénédicte PICHARD
Directrice Category Management
CARAMBARViance POUCHOULIN
Directeur Category Manager France
L'OREAL GRANDS PUBLICSFabyenne RENARD
Europe & Australia E-commerce Strategy leader
GENERAL MILLSAxelle ROCH
Directrice Category Management
LABEYRIEVictoria SAUZEAU
Category Manager
SYSTÈME UNora TORKHANI
Directrice Marketing FR et EUR
NESTLÉ

Nos soutiens



La Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, créée en 1995, est un Mouvement d'entrepreneurs indépendants. Elle propose des rencontres business tout au long de l'année avec la Grande Distribution, la RHF, le e-commerce, la GSS. Elle aménage la relation commerciale des PME avec les enseignes via des accords, elle défend un écosystème favorable aux entrepreneurs PME pour pérenniser leur entreprise dans le territoire et elle encourage le déploiement au quotidien de la RSE dans l'entreprise avec le label Entrepreneurs+Engagés (E+).

La FEEF compte aujourd'hui près de 900 entreprises de la TPE à l'ETI, aussi bien alimentaires que non-alimentaires.

www.feef.org



IMPP a été fondé en 2004 avec la vocation d'accompagner les entreprises dans la mise en place de solutions pour intégrer le Category Management dans leur stratégie et dans sa mise en œuvre opérationnelle. L'entreprise est aujourd'hui leader en France sur les interventions liées au Category Management (Conseil en stratégie, Organisation, Formation et Coaching des équipes) auprès de clients industriels ou distributeurs, en B2C ou B2B. IMPP se fixe pour objectif de donner une croissance d'avance à ses clients avec une méthode centrée sur la création de valeur pour le Shopper tout au long de son parcours d'achat en intégrant le Shopper Marketing dans son expertise. Son approche à la fois stratégique, opérationnelle et matricielle apporte une vraie différence sur le marché par rapport à d'autres sociétés de Conseil parfois trop théoriques. Chaque intervention est adaptée à l'environnement spécifique des clients, ce qui permet de délivrer des solutions pertinentes, ad hoc, qui font la différence auprès du Shopper final en limitant au strict minimum les études préalables. IMPP intervient aussi à l'international soit seul soit conjointement avec son partenaire britannique The Quantic Group en fonction de la nature des missions confiées.

www.ipp.info



Certifié PEFC
Ce produit est issu
de forêts gérées
durablement et de
sources contrôlées.
pefc-france.org



Informations pratiques

Date et lieu

19 mars 2020

L'événement se déroulera à Paris.

Le lieu exact vous sera communiqué ultérieurement.

TARIF GÉNÉRAL

1 195 € HT (1 434 € TTC)

TARIF PRESTATAIRES DE SERVICES

1 295 € HT (1 554 € TTC)
(hors industriels et distributeurs)

TARIF FORMATION

1 595 € HT (1 914 € TTC)

TARIF CONFÉRENCE + FORMATION

10% de remise sur chaque avec le code
CATMAN20FO

Inscrivez-vous en ligne sur : events.lsa-conso.fr

Inscrivez-vous à plusieurs
et bénéficiez de tarifs dégressifs !

Nous contacter

Elvire Roulet - 01 77 92 93 36
elvire.roulet@infopro-digital.com

Consultez nos conditions générales de vente en ligne sur
evenements.infopro-digital.com/lsa/cgv-evenements

Formation complémentaire

CATEGORY MANAGEMENT

Les clés pour impulser une nouvelle dynamique à vos approches catégorielles

17 et 18 mars 2020, Paris

FORMATEUR :



Virginie RAJON
Formatrice, **SHOPENING**

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Maîtriser les étapes clés de la démarche catégorielle depuis sa conception stratégique jusqu'à l'exécution
- Pouvoir mettre en œuvre les conditions de réussite de la démarche catégorielle
- Piloter et déployer efficacement votre stratégie catégorielle
- Suivre les performances de vos actions menées

PROGRAMME :

Comprendre les nouveaux enjeux du Category Management

- Évolution du paysage commercial et des comportements consommateurs / acheteurs
- Comment répondre à un contexte en pleine mutation
- Appréhender les nouveaux défis pour les Marques et la Distribution
- Identifier les impacts sur la fonction Category Management et les facteurs-clés de réussite

Mettre en place une démarche catégorielle efficace au sein de votre entreprise

- Prérequis nécessaires et leviers de performances dans l'organisation
- Les étapes-clés de la démarche catégorielle et les livrables associés
- Les compétences à intégrer & les processus de travail à mettre en place pour fédérer autour de la démarche

Segmenter la catégorie et identifier les axes de croissance

- S'appuyer sur la connaissance consommateurs et shoppers pour définir le périmètre et structurer la catégorie
- Réaliser le diagnostic catégoriel, identifier les sources et leviers de développement

Élaborer la stratégie catégorielle

- Définir les priorités stratégiques (cibles shoppers, besoins et missions d'achat) et les comportements à faire changer à travers l'équation de valeur
- Identifier les drivers à actionner
- Caler les priorités portefeuille « offre » et « canaux de distribution »

Cas pratique : application des acquis à travers des études de cas

- Travaux en sous-groupes et illustrations sur différents marchés

Construire le plan d'activation catégoriel (4 P & C)

- Savoir exploiter les axes créateurs de valeur sur le parcours d'achat : faire le lien entre l'activation des leviers et la démarche d'achat in-store
- Définir le plan d'action catégoriel (assortiment, prix, promo, Merchandising et Communication) et mise en perspective des outils d'aide à la décision
- Anticiper l'efficacité opérationnelle & l'exécution point de vente
- Décliner le plan d'action catégoriel par canal / Enseigne
- Identifier les enjeux et les opportunités de chaque canal / Enseigne
- Adapter son plan à la spécificité de chaque canal
- Réussir la collaboration Industriels - Distributeurs en matière de Category Management

Suivre les résultats et mesurer les performances

- Définir les KPI's
- Identifier les sources d'information clés et mettre en place les tableaux de bord
- Faire le bilan et ajuster la démarche
- Conclusion et perspectives

Travail de groupe : validation des acquis

- Application des acquis à travers des études de cas, travaux en sous-groupes et illustrations sur différents marchés

HORAIRES :

8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée

12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants

17h30 : Fin de la journée

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux

