



MARKETING DU PRIX

Jeudi 12 avril 2018

2^E ÉDITION

Réinventer les stratégies prix pour générer de la valeur

Avec la participation exceptionnelle de :

Raphael BONSTEIN
*Head of product
& experience*
PRICEMINISTER-RAKUTEN

Juliette FOUCAULT AKTAS
*Marketing
and R&D director*
ECKES GRANINI FRANCE

Patrick GEORGES
Directeur général
BAZARLAND

Sandrine LAVIGNE
*Directrice du développement
commercial*
HERTA

Clémentine MURGIER
Directrice commerciale
BEL FRANCE

En partenariat avec :



Avec le soutien de :



Édito

L'article 1er du projet de loi faisant suite aux Etats généraux de l'alimentation, « habilite le gouvernement à prendre par ordonnance deux mesures à titre expérimental, pour une durée de deux ans : le relèvement de 10% du seuil de revente à perte des denrées alimentaires revendues en l'état au consommateur, ainsi qu'un encadrement en valeur et en volume des promotions pratiquées sur les denrées alimentaires».

Dans un contexte de changement législatif et de profonde recomposition du paysage concurrentiel, sortir de la spirale des prix bas est devenu un impératif. L'argument prix n'est plus suffisant, il est indispensable de s'appuyer sur des leviers sociétaux, émotionnels et organisationnels pour se renouveler et conserver son attractivité auprès des consommateurs.

Quelle offre tarifaire pour vous différencier ?

LSA renouvelle le rendez-vous Marketing du prix le 12 avril prochain afin de comprendre comment réinventer les stratégies prix pour générer de la valeur. Une journée qui réunit industriels et distributeurs autour des best practices en matière de :

- **Plafonnement des promotions, hausse du SRP** : comment transformer les futures évolutions législatives en **atout pour vous démarquer**
- **Stratégie de marque et stratégie de prix** : comment construire une offre tarifaire profitable
- **Digitalisation, value innovation, bio, premium** : quels leviers actionner pour **maîtriser votre positionnement prix**

Je vous donne rendez-vous le 12 avril prochain,

Amélie Matsuda,
Chef de projet Conférences LSA

Un événement créé pour :

Secteurs :

Distributeurs et Industriels de grands groupes et PME

Fonctions :

Directeurs généraux et directeurs adjoints

Directeurs Pricing

Directeurs et responsables commerciaux

Directeurs et responsables marketing

Directeurs et responsables du category management

Directeurs et responsables Shopper

Directeurs et responsables trade-marketing

Directeurs et responsables retail

Responsables d'enseigne

Directeurs e-commerce



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 évènements 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.

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

8 H 30 **Accueil des participants**

9 H 00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE**

Parole de distributeur : quelle stratégie commerciale pour le retail à l'horizon 2020

> Intervenant en cours de confirmation

9 H 30 **Comprendre l'impact des nouvelles tendances alimentaires sur l'évolution des prix**

- Evolution de la législation sur les promotions, hausse du seuil de revente à perte : quelles conséquences sur la guerre des prix
- Fin du mass market, rejet des produits « premier prix », recherche de personnalisation : identifier les attentes des consommateurs pour revaloriser vos produits
- Produits régionaux, végétariens, ethniques... quelles sont les innovations attendues et créatrices de valeur

> Olivier HUMEAU - **IRI**

9 H 50 **La préférence par le prix**

- Comment construire une image prix cohérente grâce au bon assortiment
- Quelle stratégie tarifaire mettre en place
- Comment faire du prix l'argument de vente n°1

> Patrick GEORGES - **BAZARLAND**

10 H 20 **Développer une nouvelle vision du marketing pour allier croissance et rentabilité**

> Sophie DAHAN - **GLOBE**

Avec le témoignage vidéo de Byron Sharp

10 H 40 **Pause et networking**

11 H 20 **Créer de la différence, rendre le produit attractif, exclusif... pour sortir de la guerre des prix**

- L'exemple du BIO : le nouveau relai de croissance générateur de valeur

> Mikael AUBERTIN - **GOODGOUT**

11 H 50 **Le meilleur prix, à quel prix ?**

- Gérer vos coûts au profit des coûts d'acquisition/de fidélisation : équilibrer volumes et marges
- Club VIP, carte de fidélité, expérience client exclusive : fidéliser et accroître l'engagement client par la promotion
- Retour sur le succès du « Priceclub » qui rend ses clients addicts

> Raphael BONSTEIN - **PRICEMINISTER-RAKUTEN**

12 H 20 **ATELIER EXPERT - Plafonnement des promotions, hausse du SRP : pourquoi l'évolution législative va-t-elle redéfinir la promotion**

- Transformer ce nouveau contexte en atout pour se différencier et reprendre le pouvoir sur son positionnement prix
- Proposer une offre promotionnelle innovante et co-construite entre industriels et distributeurs

12 H 50 **Cocktail déjeunatoire**

14 H 20 **Temps forts promotionnels : tirer les enseignements du Black Friday**

- Comment faire d'un temps fort promotionnel, une opération commerciale incontournable et profitable
- Remise exclusive, promotion libre : quelles promotions mettre en place et comment sont-elles perçues par les shoppers
- Différentiation et innovation : sur quels atouts miser pour sortir gagnant

> Franck ROSENTHAL - **FRANCK ROSENTHAL CONSEILS**

14 H 40 **TABLE RONDE**

Value Innovation : miser sur les nouvelles tendances de consommation créatrices de valeur

- Choisir un positionnement concurrentiel innovant pour créer un environnement de croissance
- Les valeurs ajoutées plaisir, qualité, praticité pour vous différencier et sortir de la valeur prix
- Snacking, bien-être, vegan : retour sur des lancements de produits à succès

> Sophie BLIN - **BLOOMUP**

> Clémentine MURGIER - **BEL FRANCE**

> Sandrine LAVIGNE - **HERTA**

> Juliette FOUCAULT AKTAS - **ECKES-GRANINI**

> Stéphanie ROME - **ALTERFOODIE**

15 H 30 **Renforcer votre image de spécialiste : travailler votre stratégie de marque vs prix via l'origine des produits et le savoir-faire**

- Rupture technologique, gain de praticité, déclinaison tendance : comment construire la structure tarifaire d'offres produits spécialisés répondant aux exigences consommateurs
- Quelle place pour le prix et la promo dans le storytelling de votre marque pour concilier image et réalité des prix
- Fréquence d'achat, niveau d'impulsion, capital marque... : quels critères pour ajuster le prix de votre innovation

> Julien LEPONT - **VEUVE AMBAL**

16 H 00 **Fin de la conférence**

INTERVENANTS



Mikael AUBERTIN
Directeur général
GOODGOUT



Sophie BLIN
Co-fondatrice
BLOOMUP



Raphael BONSTEIN
Head of product and experience
PRICEMINISTER-RAKUTEN



Sophie DAHAN
Directrice marketing
GLOBE



Juliette FOUCAULT AKTAS
Marketing and R&D director
ECKES GRANINI FRANCE



Patrick GEORGES
Directeur général
BAZARLAND



Olivier HUMEAU
Président directeur général
IRI



Sandrine LAVIGNE
Directrice du développement commercial
HERTA



Julien LEPONT
Directeur marketing
VEUVE AMBAL



Stéphanie ROME
Fondatrice
ALTERFOODIE



Clémentine MURGIER
Directrice commerciale
BEL FRANCE



Franck ROSENTHAL
Expert en marketing du commerce
FRANCK ROSENTHAL CONSEILS

Nos prochaines formations à Paris

CATEGORY MANAGEMENT

Les clés pour impulser une nouvelle dynamique à vos approches catégorielles

FORMATEUR :

Virginie RAJON - *Fondatrice* - **SHOPENING**

> Sessions de formation

21-22 Mars 2018

18-19 Juin 2018

19-20 Novembre 2018

REVENDE VOTRE STRATÉGIE CATÉGORIELLE

Gagnez en impact dans la vente et l'exécution de vos dispositifs catégoriels

FORMATEUR :

Bernard BOURDON - *Directeur associé* - **IMPP**

> Sessions de formation

19 Mars 2018

21 Juin 2018

28 Novembre 2018

MERCHANDISING

Valorisez votre implantation en linéaires

FORMATEURS :

Julie HERMANN - *Fondatrice* - **FOCUS SHOPPER**

Dominique MOUTON - *Senior consultant merchandising*

> Sessions de formation 2018

26-27 Septembre 2018

Nos prochaines conférences

CONGRES STRATEGIE OMNISCANAL

Les clés pour un parcours d'achat unifié

31 mai 2018, Paris

FORCES DE VENTE

Miser sur l'excellence opérationnelle pour remporter la préférence clients

6 juin 2018, Paris

BOISSONS EN GMS

Miser sur la différenciation pour dynamiser vos ventes

26 juin 2018, Paris

Retrouvez tous les événements LSA sur :
events.lsa-conso.fr

Informations pratiques

Date et lieu

Jeudi 12 avril 2018

PAVILLON KLEBER

7 rue Cimarosa - 75116 PARIS

Métro : Boissière Ligne 6 - Parking : public, Kléber
Longchamp - 65 avenue Kléber

Inscription

TARIF GÉNÉRAL
1 095 € HT (1 314 € TTC)

TARIF PRESTATAIRES DE SERVICES
1 195 € HT (1 434 € TTC)

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

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

Notre partenaire



GLOBE est le premier groupe de Shopper Marketing en France. Point de convergence de trois publics clés - l'acheteur, le distributeur et la marque - le shopper marketing rapproche les consommateurs des marques en les transformant en acheteurs. Depuis 2002, GLOBE conseille et accompagne les marques dans leurs stratégies in-store et out-store, et développe des solutions d'activation innovantes, efficaces et ROIstes, qui s'inscrivent dans la stratégie de communication des marques. L'objectif : déclencher un désir d'achat immédiat en engageant la conversation et l'interaction avec le consommateur.

Sur un modèle unique fondé sur l'internalisation de tous les services - du planning stratégique à la logistique en passant par la création, le reporting et les études - Globe conçoit et déploie des dispositifs intégrés et clés en main.

Avec 10 agences implantées dans les principales grandes villes françaises, Globe emploie 130 collaborateurs. Présent en France et en Allemagne, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros en 2016 et compte plus de 120 clients actifs.

Globe a signé un partenariat avec Mediatransports pour concevoir et déployer des opérations d'activation dans le métro, dans les gares et un partenariat exclusif avec Presstalis pour accompagner les annonceurs dans le réseau des 25.000 points de vente Presse en France.

www.globe-groupe.com

Nos soutiens



DES FORCES DE VENTE

A NE PAS MANQUER !

Trophées LSA des Forces de vente - 6 juin 2018

Vos équipes commerciales ont relevé le défi de la croissance en 2017 ?

Déposez votre candidature avant le 6 avril 2018 pour remporter un Trophée lors du dîner de gala !



Plus d'informations sur : events.lsa-conso.fr - Rubrique Trophées

