



LA JOURNÉE BIO

Les clés de la relance

05/04/2022 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Analysez le marché et découvrez ses perspectives
- Paroles de distributeurs : ils vous révèlent tout sur leurs stratégies et leurs enjeux
- Filière, stratégie de marque, visibilité en linéaires... nourrissez-vous des succès de vos pairs
- Vrac, digital, labels... découvrez quels sont les clés de relance du marché BIO
- Participez à la 3e édition des Trophées LSA BIO. Les lauréats vous seront révélés lors de cette journée.

Journée animée par Jérôme Parigi, Rédacteur en chef adjoint à LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE

- A la reconquête du bio, quelles stratégies adopter
- Réseaux physiques et réseau e-commerce : quels axes de développement de l'offre bio privilégier

EXPERT - Comprendre et contrer le tassement du bio

- Panorama du marché du bio et perspectives
- GMS, magasins spécialisés, e-commerce : part des ventes de produits bio selon les circuits de distribution
- Catégories : les leviers à activer pour améliorer la représentativité du bio

PAROLE DE DISTRIBUTEUR – Comment les MDD s'emparent du BIO ?

- Le rôle des MDD dans la démocratisation du bio
- Nouveaux enjeux : qualité, politique RSE, origine France... quel levier privilégier

PAUSE ET NETWORKING

PANÉLISTE - État des lieux consommateurs

- Typologie des consommateurs bio et engagés : attentes, profils, fréquence d'achat
- Quelles évolutions des comportements
- Drive et magasins physiques en GMS: profil des acheteurs et différences

REGARDS CROISES - LE BIO DANS LE DPH : une offre en expansion sur ce segment, exploiter un potentiel de croissance - Hygiène, beauté: un marché

- Hygiène, beauté: un marché porteur au développement du bio
- Nouveaux acteurs, acteurs historiques : une réponse à des besoins consommateurs
- Retours sur les résultats (volume, valeur)

INTERVIEW **Démocratiser le Bio : comment concilier engagements sociaux et écologiques ?**

- Assortiments, positionnement qualité et prix : en quoi le concept de l'entreprise favorise-t-il cette démocratisation ?
- Un modèle de distribution hybride face à un marché en pleine transition
- Perception de la marque auprès des consommatrices et consommateurs, côté allemand et français

DEJEUNER ET NETWORKING

TABLE RONDE - BIO + : vers du BIO augmenté pour répondre aux attentes conso

- Origine France, local, vegan, emballage recyclable, produits responsables ou équitables... : quels engagements supplémentaires choisir pour coller aux nouvelles tendances
- Face à la multiplication des labels : quels choix opérer
- Adapter ces messages pour clarifier la compréhension du consommateur

TEMOIGNAGES - Le vrac : une piste intéressante pour redynamiser le marché du bio ?

- Zéro déchet : tendance de passage ou réel levier de croissance pour donner un nouveau souffle à l'offre bio
- E-commerce : comment digitaliser l'offre vrac pour l'adapter à d'autres circuits de distribution

TABLE RONDE - E-Commerce: les leviers de progression pour le bio

- Distributeurs : comment alimenter cette dynamique après crise
- Explosion des ventes en ligne, nouveaux usages de consommation... comment les sites d'e-commerce profitent de la LAD de produits bio
- Fruits, légumes produits frais... Identifier les catégories à potentiel et appréhender les stratégies à adopter
- MDD vs Marques nationales : quelles proportions et choix opérer dans les assortiments
- Quel positionnement prix entre le réseau physique et le réseau e-commerce

ALLOCATION DE CLOTÛRE - Circuit spécialisé : quelle stratégie d'actions pour garder sa place de leader ?

- Transition écologique : origine France, local & zéro déchet
- Economie sociale et solidaire : partage de la valeur, ancrage territorial & coopération
- Alimentation bio exigeante : bio paysanne de proximité & réduction des produits ultra transformés.

FIN DE LA CONFERENCE ET PAUSE

REMISE DES TROPHEES LSA BIO



COCKTAIL AFTERWORK

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- CHAUVET Joseph, Chef de Marché Bio au Galec et Adhérent à Aurillac, E.LECLERC
 - DESANLIS Céline, Directrice des marques propres , MONOPRIX
 - FERRY Sylvain, Directeur Général, BIOCOOP
 - FIGUET KOCABICAK Melek, Directrice RSE, Marque Casino & Communication, GROUPE CASINO
 - LEFIN MALGHEM Adeline, Leader de l'offre Bio/Diététique, AUCHAN RETAIL FRANCE
 - ZEITOUN Allon, Directeur Général , NATURALIA
-

Qui participe à cet événement

- Industriels de la grande consommation, Distributeurs généralistes et spécialisés bio
-

Tarifs

- Tarif général : 1 195,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 295,00 €HT