

MATINEE MIEUX VENDRE AVEC LES SANS

Gluten, allergènes, lactose, parabène, OGM... faire du plus avec les produits « SANS

»

13/12/2016 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Le 1er rendez-vous dédié aux nouvelles tendances de consommation bien-être et santé
- De contrainte à création de valeur : évaluer les perspectives d'évolution des « sans » au sein de la distribution
- Les retours d'expérience des acteurs clés et des précurseurs de ces marchés émergents

Avec la présence exceptionnelle de

- **CHALOM Catherine**
Fondatrice
LE RETOUR A LA TERRE
- **COUTON Laurence**
Category manager UHT UF
TRIBALLAT NOYAL
- **GOMICHOON Hervé**
Directeur Qualité & Développement durable
GROUPE CARREFOUR

Qui participe à cet événement

- Présidents-directeurs généraux, Directeurs généraux, Directeurs et Responsables Développement durable, Directeurs et responsable de l'offre, Directeurs et Responsables marketing, Directeurs et Responsables commerciaux, Directeurs et

Evénement animé par Florence BRAY,
Rédactrice en chef adjointe de LSA

Accueil des participants

DÉVELOPPEMENT RAPIDE DES OFFRES « SANS » : SAISIR LES ENJEUX D'UNE TENDANCE DE FOND

ALLOCATION D'OUVERTURE Sans

gluten, sans lactose, sans allergènes... : quelle place dans la distribution pour ces nouveaux marchés

- Rayons, concepts, tendances : quels premiers résultats chez les généralistes, les spécialistes du bio et les pure-players
- Comment passer d'un marché de niche à un marché de masse
- Local, services, digital : les clés pour actionner les leviers d'une expérience client dédiée
- Quels enjeux pour les distributeurs et les industriels dans les années à venir

Vers une éthique de la consommation alimentaire

Chiffrer le potentiel des produits « sans » à court et à moyen-terme

- Sans gluten, sans lactose, sans viande, régime flexitarien... : adresser les besoins des shoppers et tirer parti des segments à forte croissance
- Comment adresser positivement la problématique prix
- Travailler la complémentarité des réseaux généralistes et spécialisés

Pause

COMMENT DEVENIR MOTEUR D'UNE CROISSANCE DURABLE

Réveiller les rayons ultra-frais en accompagnant l'essor des produits alternatifs

- Nouvelles pratiques d'achat et développement des produits « sans » : quelle logique adopter pour séquencer les différents segments de produits
- S'appuyer sur les bonnes pratiques des catégories bio : comment assurer la lisibilité et la visibilité de vos références
- Illustration avec la nouvelle démarche « Santé Naturelle » de Triballat Noyal

ALLOCATION DE CLÔTURE La parole à Carrefour France

■ De la contrainte à la création de valeur : évaluer les perspectives d'évolution des produits «sans» au sein de la distribution

Déjeuner
