SNACKING EN CIRCUITS GMS ET RHD

Surfez sur le dynamisme du « prêt-à-consommer »

24/05/2012 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Le rendez-vous annuel des professionnels du secteur snacking
- Un panorama mondial des concepts innovants en restauration rapide
- Une vue d'ensemble des stratégies gagnantes en GMS et RHF

Conférence animée par la rédaction de LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Quelles sont les ambitions de l'enseigne des Mousquetaires sur le marché du snacking et ses attentes vis-à-vis des fournisseurs

Panorama chiffré du marché snacking en grande distribution en France

- Quelles sont les catégories de produits en croissance et celles en perte de vitesse en 2011
- Motivations et freins des consommateurs à l'achat de produits snacking
- Le snacking est-il un marché dominé par les MDD
- Les conséquences du Drive sur l'achat de produits d'impulsion en magasin

État des lieux du marché snacking en RHD en 2011, potentiels et leviers consommateurs (panel CREST)

- Quels sont les tendances et les chiffres clés du snacking dans les différents circuits hors domicile
- Type d'établissement visité et dépense moyenne
- Modes de consommation, aliments consommés… : retour sur le comportement des consommateurs français et l'évolution de leurs attentes
- Benchmark sur le marché anglais

Pause

Le best of des concepts innovants en restauration rapide

- Présentation d'une sélection de concepts reconnus comme les meilleurs du monde
- Ethnique, bio, santé, nature, ambiance : quels sont les promesses et les positionnements les plus porteurs en 2012
- Qui sont les champions du snacking et pourquoi. Retour sur les actions qui font gagner

TABLE RONDE

Nouveaux concepts de restauration rapide : comment s'imposer face aux acteurs historiques et à la GMS

- Offre thématique, variété, naturalité, positionnement prix… : la différenciation comme clé d'entrée sur un marché hyper concurrentiel
- Quelles sont les attentes des consommateurs selon le type d'enseigne
- Déploiement en France, à l'international, franchise… : comment faire vivre les concepts dans les années à venir

Snacking

PME et snacking : comment mettre en avant votre catégorie et maximiser votre visibilité en magasin

- Format, recette équilibrée, cible consommateur… : réussir face aux grands groupes et marques de distributeurs
- Efforts R&D, stratégie d'innovation : comment construire un véritable partenariat industriel-distributeur
- Retour d'expérience

TABLE RONDE

Intégrer le marché, innover et stimuler l'offre snacking en GMS : l'exemple des produits apéritifs, de la confiserie et des smoothies de légumes

- Pourquoi se lancer dans le « snacking sain »
- Ingrédients, gamme, packaging rupturiste et mise en avant linéaires : quels leviers actionner pour dynamiser l'offre et faire adhérer les consommateurs
- Premiers résultats des lancements et stratégies de développement des marques en 2013

Snacks saisonniers : maximiser la fréquence d'achat et le chiffre d'affaires en RHF

- Offre, prix de vente, emplacement, menu… : adapter votre stratégie en fonction des différents circuits de distribution
- Comment désaisonnaliser une offre snacking et augmenter son taux de prise tout au long de l'année
- Retour d'expérience sur le marché des glaces en France et en Europe

Quelle démarche de collaboration avec les enseignes sur la catégorie des solutions repas prêts à consommer ou prêts à réchauffer

- Merchandising : les leviers pour mettre en avant l'offre d'impulsion en linéaires et aider le distributeur à mieux gérer le rayon
- Animations en magasins, offres promotionnelles… : les clés pour susciter l'envie auprès des consommateurs dans les formats de proximité
- Comment faire référencer les produits liés aux nouveaux usages de consommation

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Priorités de l'enseigne dans l'évolution et la mise en avant de l'offre snacking à l'horizon 2015. Quelle stratégie de différenciation du distributeur avec le concept U EXPRESS

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- **BOUQUET-NADAUD Thomas**, Associé U Express, **SYSTÈME U**
- **GUTH Emmanuel**, Président-Directeur général, **MDP DÉVELOPPEMENT (MEZZO DI PASTA)**
- **KAHN Laurent**, Directeur général, **EXKI**
- **RIEHM Franck**, Co-fondateur et Directeur général, **GROUPE FLAM'S (FLAM'S, NOOÏ ET WAZAWOK)**
- **RONDEAU Philippe**, Responsable marketing, **SODEBO**
- **SINOPOLI Stéphane**, Adhérent de la Direction Commerciale , **INTERMARCHÉ**

Qui participe à cet événement

- Industriels de grands groupes et PME, Distributeurs et Restaurateurs : Directeurs généraux et directeurs adjoints, Directeurs et responsables commerciaux, Directeurs et responsables des ventes, Directeurs et responsables marketing, Directeurs et responsables du développement, Chefs de marché, Chefs de marques et chefs de produits, Directeurs des études de marché, Category managers, Directeurs et responsables merchandising, Directeurs et responsables comptes clés, Directeurs et responsables des achats, Directeurs et responsables d'enseignes, Directeurs et responsables marques distributeurs, Responsables magasins, Directeurs centrales d'achats, Chefs de rayons, ...