

# CONFÉRENCE MERCHANDISING & E-MERCHANDISING

Face à la multiplication des circuits, concepts et attentes consommateurs, comment optimiser son merchandising ?

26/09/2019 - PARIS

## Pourquoi participer à cet événement

- Le rendez-vous annuel LSA dédié au merchandising online comme offline, réunissant les décideurs de la grande consommation, industriels et distributeurs
- Les clés pour optimiser votre visibilité et proposer une offre attractive selon l'évolution des tendances et usages shoppers
- Concepts, digitalisation, rationalisation des assortiments, produits bio, vrac, innovation produits implantation linéaire, ... : comment procéder et comment vous démarquer efficacement ?
- Comment exploiter et perfectionner votre potentiel e-merchandising ?

## Avec la présence exceptionnelle de

- **BOURGOIN Murielle**  
Manager Pole Visuel Merchandising, Concept et Formation Mode et Maison  
**MONOPRIX**
- **CHASTANET Frank**  
Directeur commercial France  
**BIO C' BON**
- **MENNETEAU Michel**  
Directeur Marchandise Alimentaire

Journée animée par Florence Bray,  
Rédactrice en chef adjointe LSA

## Accueil des participants

**Réinventer son merchandising  
: les distributeurs à la  
recherche de nouveaux  
concepts et des nouvelles  
solutions**

**L'importance de l'expérience  
et de la personnalisation client  
sur tous les canaux**

- Un contexte hyper-concurrentiel même dans le bio et sur tous les canaux : besoin de se différencier dans l'offre mais aussi dans l'expérience client
- Le merchandising guidé par une expérience client totale
- Le e-merchandising : Comment proposer une offre et une mise en avant différente sur le Drive, la livraison à domicile et du C&C ? Comment créer une synergie entre ces différents canaux et le magasin ? Comment offrir aux shoppers une expérience personnalisée ?

- ONRAITA-BRUNEAU Didier  
Président et co-fondateur  
MY RETAIL BOX (DAY BY DAY)

## Qui participe à cet événement

- Distributeurs et industriels de grands groupes et PME, Pure players

## Tarifs

- Tarif général 

---

 1195,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) 

---

 1295,00 €HT

---

## WORKSHOP ANIME PAR LE GROUPE CASINO

### ATELIER DÉFIER LES NOUVELLES TENDANCES QUI BOUSCULENT LES DÉMARCHES MERCHANDISING

- LSA & LE GROUPE CASINO vous propose une opportunité de co-working et de réflexion autour de problématiques merchandising d'actualité.
- Problématique PGC : Quelles solutions merchandising peut-on envisager pour rendre l'univers Sucré plus lisible pour les clients tout en mettant en avant les nouvelles aspérités de ses familles ?
- Problématique FI : Quelles solutions merchandising peut-on imaginer pour faire émerger les segments alternatifs tout en apportant de la clarté à l'ultra frais ?

## Pause

---

### Le merchandising interactif en magasin, retour d'expérience et best practice

---

## ADAPTER SON MERCHANDISING SUR LES CIRCUITS EN CROISSANCE

### E-COMMERCE & PROXIMITÉ - Les enjeux stratégiques merchandising sur les circuits en croissance

- Une approche rupturiste et sur-mesure qui allie travail de

l'offre & merchandising pour s'adapter aux circuits en croissance et répondre aux tendances du marché

- Circuit Drive : construire des démarches merchandising spécifiques pour revaloriser l'offre
- HAPPY SHOPPING : Créer de nouvelles expériences à travers l'émergence de nouveaux moments de consommation

---

## **DRIVE - Comment l'ultrafrais revoit son E-merchandising pour exploiter le plein potentiel de ce circuit**

- Fluidifier le parcours client et optimiser la mise au panier en améliorant la compréhension de l'offre : replacer le shopper au centre de l'expérience d'achat on-line
- Faire vivre au shopper on-line une expérience comparable à son circuit de référence, offline
- Mise en oeuvre et résultats de la démarche E-PLAISIR +

## **Déjeuner**

---

## **Une ère disruptive : mise en perspective des enjeux de la grande consommation et l'avenir des nouvelles catégories**

- Intégrer la fin de l'hyper consommation
- Accompagner le consommateur dans sa transition alimentaire
- S'adapter à une consommation plus fragmentée
- S'engager face à un consommateur plus responsable

---

## **BENCHMARK DES DÉMARCHES**

## CATÉGORIELLES INNOVANTES POUR UN MERCHANDISING OPTIMAL

### LINÉAIRE - Comment rendre votre rayon plus attractif pour ré-enchanter votre shopper

- Rayon articles culinaires : repenser le merchandising en fonction des usages shoppers > La démarche COOK'N'MERCH de SEB
- Rayon épicerie sucrée - pains emballés : mettre en avant les spécificités produits des pains emballés autour de 5 pôles qui valorisent le travail et la production des agriculteurs > La démarche LE PAIN S'EMBALLE de JACQUET BROSSARD
- Rayon des BSA : revaloriser la catégorie BSA par l'expérience > Le CATEGORY LEADERSHIP PROGRAM de COCA COLA EUROPEAN PARTNERS
- Rayon biscuits : optimiser l'emplacement des rayons en suivant les nouvelles tendances et besoins shoppers > La démarche MACROZONING de MONDELEZ

---

**Des marqueurs merchandising  
forts sont apparus ces  
dernières semaines : comment  
créer un vrai modèle  
commercial qui réponde aux  
nouvelles tendances de  
consommation ?**

**Fin de journée**

---