



FORUM DE LA NOUVELLE PROXIMITE

Confirmer et renforcer le succès de la Proxi !

23/11/2023 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Participez à la 9ème édition du Forum qui réunit les grandes enseignes de proximité et les fournisseurs de la grande consommation
- Découvrez les opportunités de croissance qu'offre la proxi
- Témoignages, stratégies d'enseignes, construction de l'offre, organisation commerciale... ne manquez aucune informations business
- Chiffres-clés, tendances, comportements d'achat et éléments de prospective pour les circuits de proximité
- Une journée dédiée autour d'un networking de qualité : Rencontrez et échangez entre distributeurs et fournisseurs

Journée animée par : La rédaction en chef de LSA

Accueil des participants

TÉMOIGNAGE ENSEIGNE – Renforcer l'attrait et la fidélisation en proximité

- Stratégie de développement des concepts au niveau national
- Adapter son magasin aux attentes et comportements d'achat
- 1er prix, offre local, Mdd, Bio ... quelles stratégies d'offre dans un contexte inflationniste
- Quelles actions pour recruter et fidéliser le consommateur

DONNÉES CONSO - Analyse de la résilience des magasins de proximité face aux crises

- Focus sur l'évolution des comportements d'achats face à l'inflation
- Comment la proximité résiste t'elle aux crises
- Quel est le profil du consommateur de proximité alimentaire et non alimentaire
- Consommateur rural vs citadin : quelles sont ses attentes et spécificités

DONNÉES INSIGHTS – Analyse de la résistance des magasins de proximité

TÉMOIGNAGE ENSEIGNE – Facteur de succès et politique d'expansion de l'enseigne Intermarché Express

- Chiffres clés de l'enseigne
- Ultra Urbain, urbain et péri urbain quelles sont les particularités des magasins
- Adapter son offre et ses services en fonction des spécificités géographiques

Pause et Networking

TABLE RONDE - Organiser sa force de vente et initier des collaborations au service de la performance

- Animation, réassort, opération commando...Quels rôles et actions privilégier pour les équipes Forces de vente dans les métropoles
- Créer des relations de partenariat efficaces entre l'enseigne et les équipes
- Temps de trajet, bilan carbone, coût de l'essence... Organiser ses tournées de manière efficace

Décliner son offre et son merchandising à la proximité, l'exemple de Coca-Cola

- Travailler son offre catégorielle en lien avec les attentes consommateurs et les spécificités des magasins
- Définir une stratégie merchandising adaptée aux nouveaux concepts de magasin
- Les clés d'un lancement réussi en proxi

DONNÉES INSIGHTS - Le E-commerce reste-t-il un atout fort de la proximité ?

- Chiffres clés sur la LAD, Click&Collecte, Drive piéton
- Quelles catégories se démarquent en e-commerce

TÉMOIGNAGE ENSEIGNE - Maximiser la réussite des magasins de proximité grâce à la stratégie digitale et l'expérience client

- Optimiser le parcours client multi canal grâce aux nouvelles technologies
- Drive piéton, clic & collect, LAD ... quelle complémentarité avec le magasin physique
- Quelle évolution pour l'assortiment et l'élargissement de l'offre
- Définir une stratégie Drive to Store et de personnalisation pour capter, fidéliser et augmenter les performances

Déjeuner et Networking

DONNÉES INSIGHTS - Quels atouts et potentiels pour la proximité saisonnière

- Etat des lieux du réseau proximité saisonnier
- Maillage des réseaux
- Quelles catégories se démarquent selon la situation géographique et la période

TÉMOIGNAGE ENSEIGNE - Spécificités et stratégies du réseau de proximité saisonnier

- Définir son offre en fonction de sa zone de chalandise
- Promotion, animation, communication, singularité de l'offre, services... comment capter le consommateur tout au long de l'année
- Quelles attentes envers les forces de vente fournisseurs lors des pic d'activité

DONNÉES INSIGHTS - Quels atouts et potentiels pour la proximité rurale

- État des lieux du réseau proximité rural
- Maillage des réseaux
- Quelles catégories se démarquent

TÉMOIGNAGE ENSEIGNE - Séduire les nouveaux arrivants, fidéliser, adapter son offre : les défis des magasins de campagne

- Dynamiser la proximité rurale et répondre aux attentes des consommateurs
- Quel équilibre d'assortiment et prix entre les acteurs locaux et les marques nationales

- Superette autonome : la solution pour dynamiser la proximité rurale ?
-

TABLE RONDE - Paroles de directeurs de magasins de proximité

- Point de vue opérationnel : animer son point de vente
 - Mettre en place des opérations différenciantes avec ses partenaires fournisseurs
-

DONNEES INSIGHTS - Quels atouts et potentiels pour la proximité urbaine

- Etat des lieux du réseau proximité des métropoles
 - Maillage du Grand Paris
 - Quelles catégories se démarquent en proxi urbaine
-

TEMOIGNAGE ENSEIGNE - Métropole du Grand Paris : poumon de la proximité urbaine ?

- Quelles particularités pour les concepts du Grand Paris
- Snacking, restauration, services, métiers de bouche ... adapter son offre au consommateur « Parisien »
- Distributeurs et Fournisseurs, comment collaborer de manière efficaces
- JO, grands rassemblements, se préparer et apporter une offre et un service irréprochable

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- DEGRES Ludovic, Directeur général exécutif Proximité, CASINO
 - DOUMERC Vincent , Directeur Général, FRANPRIX
 - SENECLAUZE Guillaume, Président, MONOPRIX ET NATURALIA
 - SINOPOLI Géraldine , Chef d'entreprise Intermarché, Paris 10, INTERMARCHE
 - SOURY Benoît, Directeur exécutif de la proximité , CARREFOUR
-

Qui participe à cet événement

- Distributeurs, Industriels des secteurs : agro-alimentaire, DPH, non-alimentaire (grands groupes et PME)
-

Tarifs

- Tarif général : 1 395,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 895,00 €HT