



CONFÉRENCE MERCHANDISING ET E-MERCHANDISING

Oser l'innovation merchandising

15/09/2022 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Repensez vos stratégies et dispositifs en positionnant le client au centre
- Déployez une approche omnicanale pour plus d'impact et d'efficacité
- Intégrez les défis des évolutions du pouvoir d'achat à votre approche merchandising
- Mettez sur des dispositifs innovants et cornez-les pour augmenter l'attractivité de votre offre
- Renforcez les collaborations industriels/distributeurs pour faire face aux nouveaux défis du merchandising

Journée animée par : Florence Bray, Rédactrice en Chef Adjointe, LSA

Accueil des participants

ALLOCATION D'OUVERTURE Inflation et baisse du pouvoir d'achat : les défis de la distribution en période d'incertitude

- Adapter son merchandising pour contribuer à la réassurance des consommateurs et à l'attractivité du point de vente
- Accompagner le client dans son parcours en magasin et dans la maîtrise de son budget

DONNÉES D'EXPERT De la crise sanitaire à la crise économique : quels impacts sur les modes de consommation

- Evolution des habitudes d'achat : le e-commerce continue sa montée en puissance, quels défis pour les GSA/GSS
- Inflation, baisse du pouvoir d'achat : les impacts actuels et prévisibles sur les modes de consommation
- Focus sur les Millennials, une population révélatrice des tendances

DONNÉES D'EXPERT : Bas prix, place de l'innovation, place des MDD, taille des assortiments... Quels arbitrages selon les circuits

- Les catégories gagnantes et celles en perte de vitesse – la place des MDD
- Quelles évolutions au niveau de la taille des assortiments
- Arbitrages entre offre valorisée et offre standard dans un contexte d'inflation : quelles perspectives

Pause

TABLE RONDE Industriels : quels ajustements merchandising opérer en période inflationniste et de baisse du pouvoir d'achat

- Retravailler la taille des assortiments et les dispositifs Merchandising pour une clarification de l'offre

- Récréer des moments forts, de plaisir, de partage et de convivialité en point de vente
- Les partenariats avec les distributeurs : personnalisation et actions locales au service d'un Merchandising innovant et efficace

RETOUR D'EXPERIENCE : Economie Circulaire, Consommation Responsable, Développement de l'offre bio : les bonnes pratiques Merchandising

- PLV responsable et durable, recyclée et recyclable, balisages...quels dispositifs pour concilier mise en valeur de produits et démarche RSE de distributeurs et industriels
- Renforcer et valoriser en rayon une offre produit éco-compatible et responsable
- Comment valoriser ces actions auprès des consommateurs

RETOURS D'EXPERIENCES : L'innovation Merchandising dans la distribution spécialisée et circuits alternatifs Présentation

- Cultura : Le Visual Merchandising en appui de la clarification et de la valorisation de l'offre : faire du linéaire un point d'ancrage expérientiel et facilitateur pour le shopper
- Zôdio : Le parcours client, nouveau terrain de jeu de la sensorialité retrouvée au service du produit mais aussi de la différenciation de marque

RETOUR D'EXPERIENCE : Comment l'innovation digitale renforce-t-elle la performance des leviers merchandising

Déjeuner

RETOUR D'EXPERIENCE : « Bienvenue en cuisine », la refonte du concept de magasin chez Picard

- Un concept incarnant chaque axe de transformation de d'entreprise : offre produits, nouveaux parcours de course omnicanal, plateforme de marque, etc.
- Bilan de la phase de test : points forts, évolution et déploiement.

TABLE RONDE : Intégrer le e-Merchandising à une véritable stratégie omnicanal

- Décliner sa stratégie Merchandising dans l'omnicanal de manière efficace
- Retravailler le search, clarifier l'offre et renforcer l'appétence
- Favoriser les achats d'impulsion sur le drive, un véritable défi

BENCHMARK INTERNATIONAL : Partez pour un tour du monde des concepts Merchandising innovants

- De nouvelles sources d'inspiration, d'anticipation de concepts adaptables en France
- Par la rédaction de LSA

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- ALLARD Marianne, Leader Merchandising, ZÔDIO
- BACH DONNARD Emmanuelle, Directrice Marque, Digital et Expérience Client, PICARD
- BERNARD Adrien, Directeur du Merchandising, CULTURA
- FRANCOIS Rodrigue, Responsable Merchandising National & E-commerce, LACTALIS BEURRES ET CREMES
- HANGARD Xavier, Ecom Performance Manager / Shopping Journey, DANONE

- LABROUSSE Julie , Chef de Groupe DPH, FDG (BO PARIS, BABYLISS)
 - MAITRE Philippe , Directeur Commercial, PICARD
 - STOCKI Audrey , Directrice de la stratégie catégorielle et de la mise en marché , PEPSICO FRANCE
-

Qui participe à cet événement

- Industriels PGC & Distributeurs, Grands groupes et PME – Pure Players
-

Tarifs

- Tarif général : 1 295,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 595,00 €HT