



---

## CATEGORY MANAGEMENT ET MERCHANDISING

Adaptez votre démarche catégorielle pour affronter les incertitudes du marché

12/03/2024 - PARIS

---

### Pourquoi participer à cet événement

- Rencontrez vos pairs lors de cette journée consacrée à l'évolution de vos métiers
  - Chiffres clé, insights et Benchmark : anticipez les grandes tendances et décelez les opportunités de développement »
  - New ! Participez à un atelier participatif sur l'IA et la Data au service des Category Manager et Merchandiseurs
  - Découvrez les lauréats des Trophées Catman et Merch
- 

### Accueil des participants

---

#### ALLOCUTION D'OUVERTURE - Inflation, pouvoir d'achat, densification ou réduction de l'offre, tendances conso : quelle stratégie catégorielle adopter

- Quelles conséquences de l'inflation sur l'approche catégorielle de l'enseigne
  - Comment continuer à séduire le shopper dans un contexte de baisse de pouvoir d'achat
  - Travailler en collaboration : les attentes de l'enseigne vis-à-vis des industriels
- 

#### DONNÉES INSIGHTS - Performances des catégories et évolutions à l'Horizon 2025

- État des lieux chiffrés des catégories dans un contexte inflationniste
  - HM/SM, Proxi, circuits spécialisés, e-commerce... : quel est le potentiel de ces circuits pour vos catégories
  - Quels leviers catégoriels et merchandising prioritaires pour performer sur tous les circuits et tous les canaux
- 

#### TÉMOIGNAGE EXPERT- Les assortiments au cœur des débats entre industriels et distributeurs

- Comment optimiser la gestion de son assortiment en cette période
  - Témoignage client : Brasseries Kronenbourg
- 

### Pause

---

#### DONNÉES CONSO - Décrypter les attentes et tendances shopper pour mieux recentrer sa stratégie catégorielle

- Focus sur l'évolution des comportements d'achats face à l'inflation
  - S'engager face à un consommateur plus responsable
- 

#### TÉMOIGNAGE – Trouver le bon équilibre dans le festival des injonctions contradictoires

- Prix compétitifs versus durabilité, RSE versus rentabilité ...

- Innovation versus fiabilité des marques connues, fidélité à la marque versus recherche de bonnes affaires...
  - Expérience en magasin versus e-commerce...
  - Large assortiment versus simplification, valorisation des marques propres versus marques nationales ...
  - Quelle ligne directrice adopter selon les priorités de l'industriel et du distributeur
- 

## TÉMOIGNAGE - JO 2024, EURO...saisir l'opportunité d'un évènement éphémère pour booster sa catégorie

---

### TÉMOIGNAGE - Investir sur l'innovation reste-t-il un bon parti pris

- L'innovation redynamise-t-elle toujours les catégories
  - Faire évoluer votre vision du rayon pour répondre aux attentes shopper et contribuer à la croissance de votre catégorie
  - Théâtraliser et mettre en avant votre lancement
- 

## REGARDS CROISÉS - PME et Régional : tirer son épingle du jeu face à la MDD et aux grands groupes de l'Industrie

### Pause déjeuner & Networking

---

## TÉMOIGNAGES - Enjeux sociaux et environnementaux, les bonnes pratiques d'un Category Management et Merchandising responsable

- Collaborer & encourager les fournisseurs à développer des produits éco-conçus.
  - Créer un assortiment aligné sur les demandes du marché & répondant aux attentes consommateurs
  - PLV, balisage, matériaux quelles tendances
- 

## BENCHMARK - PROFITEZ DE DÉMARCHES CATÉGORIELLES ET MERCHANDISING REMARQUABLES - Rendre votre rayon plus attractif et ré-enchanter le shopper

- Rayon Frais : « Avec Yoplait en Brique, renversons les codes de la catégorie Ultrafrais »
  - Rayon Epicerie sucrée : « Un rayon Pains Préemballés « ForMIEdable » grâce à une nouvelle vision catégorielle et merchandising ! »
  - Rayon DPH : « Catégorie solaire et expérience client en pharmacie »
- 

## TÉMOIGNAGE – Data, IA, digitalisation des linéaires... : améliorez la prise de décision et renforcez l'efficacité opérationnelle

- Développer la collaboration entre les retailers et les industriels autour de la data : quel partage des données, pour quels objectifs communs
  - Personnalisation de l'assortiment, placement des produits en rayon, optimisation de la promo : quels bénéfices de l'intégration des solutions digitales
  - Caméra intelligente, CRM, carte de fidélité : comment utiliser efficacement ces outils pour une meilleure compréhension du comportement des consommateurs
- 

## 15h55 - 16h35 - ATELIERS DISCUSSIONS - Intégrer l'IA et l'analyse des données dans les métiers du category management et du merchandising

### ATELIER CATMAN : « Les pouvoirs de la Data dans la gestion des catégories »

- Collaboration marque / Enseigne : quel partage de données pour quels bénéfices ?
- Les principales problématiques liées à l'usage de la Data
- Perspectives : adoption des nouvelles solutions et compétences associées

---

## ATELIER MERCH : « L'accès à de nouvelles datas et nouvelles technologies vont-elles permettre d'améliorer l'efficacité du merchandising »

- Quelles nouvelles datas et outils pour construire et exécuter sa stratégie merchandising ?
- Les nouvelles technologies pour augmenter la mesure de la performance du merchandising
- Les nouveaux enjeux de la collaboration avec les enseignes dans la nouvelle configuration liée aux nouvelles datas et nouvelles technologies

---

## TÉMOIGNAGE – Booster ses performances en replaçant le category manager au cœur de la démarche commerciale

- Quels liens indispensables entre le métiers Marketing, catman, Merch et Forces de vente afin de performer dans sa catégorie
- Comment intégrer la position de conseil du catman dans la démarche commerciale et pour quels bénéfices

---

## Remise des prix Trophées CATMAN & MERCH – Plus de renseignements : [trophees.catmanetmerch@lsa.fr](mailto:trophees.catmanetmerch@lsa.fr)

- Plus de renseignements pour candidater [ICI](#)



---

## Fin de journée

---

### Avec la présence exceptionnelle de

Professionnel(s) du secteur

---

### Qui participe à cet événement

- Industriels, Grands groupes, ETI et PME • Distributeurs • Agroalimentaire et non alimentaire • Pure Player • Consultants • Experts • Prestataires de solutions

---

### Tarifs

- Tarif général \*(industriels et distributeurs) : 1 395,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 895,00 €HT
- Tarif PME/TPE (industriels et distributeurs) : 1 295,00 €HT