

Promotion relationnelle & nouveaux modes de consommation

Mardi 8 décembre 2009 – Paris La Défense

L'influence des nouveaux modes d'achat et de consommation, liés à la crise et aux évolutions comportementales et technologiques, sur les applications relationnelles de la promotion des ventes



Sophie Bertin
INNOVACORP



Xavier Guillon
FRANCE PUB



Frédéric Morin
GROUPE SOGEC



Raphaël Hodin
HIGH CO 3.0

Journée préparée par Philippe Ingold, conseil en stratégie promotionnelle et créateur de cles-promo.com



Etienne Petit
JURISTE



Lionel Poulain
OXYMORE



Christophe Zimmermann
IMECA



Minh-Viêt Pham
MEDIAPOST



Christian Baillet
PROXI CHEQUE



Valéry Schneider
EV EN VILLE



Animation Matinée :
Sandrine Macé
ESCP EUROPE



Ouverture :
Athénaïs Rigault
UDA

PROMO
RESEARCH

 **union des
annonceurs**

PROGRAMME DU FORUM DE LA PROMO 2009

9h00-9h10

Ouverture de la journée

Athénaïs Rigault,
Directrice hors-médias, Union des annonceurs

Animation de la matinée

Sandrine Macé
Professeur associé, ESCP Europe

9h10-9h50

L'émergence d'un nouveau consommateur : le consommateur négociateur

Sophie Bertin - Associée, Innovacorp

- ▶ Nouvelles tendances de consommation structurelles à long terme : le consommateur négociateur
- ▶ Le consommateur réinvesti dans son acte d'achat : la fin de la délégation totale au distributeur
- ▶ Les consommateurs réunis challengent la valeur des marques et produits.
- ▶ Impact pour les fabricants et les distributeurs (marque, produits, services).

9h50-10h30

Quels médias exploiter pour communiquer la promotion ?

Xavier Guillon - Directeur France Pub et directeur Études et Marketing, Groupe Hersant Média

- ▶ France Pub Consommateurs décrypte 30 000 parcours d'achats et d'informations
- ▶ Les points de contact privilégiés selon les postes et les attitudes d'achats
- ▶ Au delà du volume d'exposition, la valeur contextuelle d'un média pour un message promotionnel
- ▶ La complémentarité des différents médias sur l'efficacité de ce message

10h30-11h10

La promotion, lien dynamique du développement consommateurs

Frédéric Morin - Directeur Commercial et Marketing, Groupe Sogec

- ▶ Faits marquants de l'année 2009 et perspectives 2010
- ▶ La convergence des métiers de la relation consommateurs et de la promotion en France
- ▶ La diversité multi-canal de la démarche promotionnelle : Nouvelles tendances.

11h40-12h20

Promotion des ventes : les enjeux de la dématérialisation

Raphaël Hodin – Directeur Général, HighCo 3.0

- ▶ Les attentes du consommateur en matière de promotion digitale (étude exclusive IFOP/HighCo)
- ▶ La digitalisation des centres commerciaux et du point de vente
- ▶ Les NIP et le Trade en route vers le numérique
- ▶ La dématérialisation du CRM marque et enseigne

12h20-13h00

Le big-bang du droit de la promotion. Que faire en pratique en 2010 ?

Etienne Petit - Juriste conseil, auteur du manuel de droit « Publicité & Promotion des ventes » (Delmas)

- ▶ Contenu et portée des arrêts de la CJCE du 23 avril 2009 et de la Cour d'appel de Paris du 14 mai 2009
- ▶ Les ventes liées, les lots : la fin de l'interdiction de subordination de vente
- ▶ Les ventes à prime : la fin des contraintes, notamment de valeur
- ▶ Les loteries commerciales ou jeux vont-ils être concernés ?
- ▶ Quels seront désormais les critères d'appréciation de la légalité d'une opération promotionnelle ?

13h00-14h15 : pause déjeuner

Animation de l'après-midi

Philippe Ingold – Conseil en Stratégie promotionnelle PromoResearch, créateur du site www.cles-promo.com

14h15-14h35

Les promotions consommateurs, quelles nouvelles tendances ?

Philippe Ingold – Conseil en stratégie promotionnelle

- ▶ Les innovations dans les mécanismes
- ▶ Des combinaisons média originales
- ▶ Les thématiques dans l'air du temps
- ▶ Panorama des actions 2009 les plus marquantes

14h35-15h15

Le show des campagnes relationnelles

Présentations « flash » de campagnes remarquables par leur originalité et leur fonction relationnelle

Daddy prime-time

Un jeu exploitant un partenariat avec la fameuse émission TV, la Nouvelle Star

Mathieu Simonin,
EuroSugar



Petit Bateau Poisson d'avril

Des kits de transfert permettant de créer des T-shirts poisson d'avril
Claire Martichoux, Piment

La garderie des maris des Trois fontaines

Les maris sont pris en charge avec un tournoi de jeux vidéos

Fabienne Shinkaretsky, Matador



Happy Folies des Quatre Temps

Des animations s'appuyant sur le thème du sourire

Edouard Morhange, Nouveau Jour

Les Lucky Bags

Des pochettes surprises pour adulte, une idée venant du Japon

Edouard Morhange, Nouveau Jour



La trousse de secours Croix Rouge

Un kit de soins Hansaplast, avec 1,50 € reversés à la Croix Rouge

Esther Beur, Beiersdorf

15h15-15h45

Le partenariat promotionnel, du sens pour la communication des marques

Lionel Poulain - Consultant expert en partenariats promotionnels, auteur d'OXYMORE, blog des partenariats

- ▶ Quelles formes d'alliances ? Quels bénéfices stratégiques ? : *Co-développement, Co-branding et Co-communication (Cross promotion - Publicité jointe / caution - Promotion / prime auto payante - Opération multi marques)*
- ▶ Quelle efficacité en période d'optimisation budgétaire ?
- ▶ Quels facteurs clefs du succès ?
- ▶ Quels risques ?
- ▶ Etudes de cas : Old El Paso / Fleury Michon, Mapa / Nivéa, Dunlop / Goodyear, Vive le Pti dej / Leroux

16h15-16h45

Comment mieux communiquer la promotion par le pack ?

Christophe Zimmermann - Directeur Général, Imeca

- ▶ Les technologies innovantes qui renforcent l'impact et la qualité du contact
- ▶ Comment véhiculer l'offre de façon visible et sûre ? des supports originaux
- ▶ Comment valoriser les primes, avec licence et sans licence
- ▶ Comment véhiculer efficacement des techniques différées ? : jeux, BR, ODR, info produit, trafic site de marque
- ▶ La prime directe et le développement durable
- ▶ Illustration par de nombreux cas pratiques

16h45-17h30

Les innovations



venduoo.fr, le 1er guide du shopping de proximité

Minh-Viêt Pham - Directeur Marketing, Médiapost

venduoo.fr est un site web dédié au shopping en magasin fondé sur la proximité et la recherche locale. Venduoo.fr informe les internautes des produits et des promotions qui se trouvent dans

les magasins physiques situés autour d'eux. Il recense également les points de vente des principales enseignes et permet aux internautes de consulter en ligne leur prospectus.

Proxi Chèque

Christian Baillet - Directeur Marketing, Proxi Chèque

Un chéquier promotionnel conçu pour conforter le choix d'une cible de

consommateurs visés sur des zones géo localisées. Un « discours produits » enrichi d'un contenu à haute valeur informative permet de consommer malin.



Les packs des moments clés (CityPlus, StarterPlus, SérénitéPlus)

Valéry Schneider - Présidente, EV en ville

Des opérations de communication multipartenaires, clés en main, déployées sur des lieux de vie et lors de moments clés : le déménagement, l'entrée dans la vie active, la préparation de la retraite.

Pixee, la photo-connexion par le mobile

Christopher Bourez PDG Mypix

Une nouvelle technologie qui permet une connexion immédiate et l'accès à des informations en faisant une photo d'un visuel (affiche, annonce, pack, etc.) avec son mobile.



17h30 : **clôture du forum de la promo**

Conditions de participation

Lieu du forum : Institut Léonard de Vinci

8, avenue Léonard de Vinci 92400 COURBEVOIE
Le forum de la promo se tient dans un amphi colloque moderne et confortable de 150 places qui permet d'excellentes conditions de travail et de participation.
L'institut est facilement accessible par voiture et dispose d'un parking gratuit. Il est également accessible à pied à partir du parvis de la Défense.

Frais participation : 750 € HT / 897 € TTC

Remise sur la deuxième inscription et suivantes : 20 %
Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée (les tendances à suivre, les campagnes innovantes, les innovations remarquables), le support des interventions sur CD-Rom, les pauses et le déjeuner.

Modalités d'inscription

L'inscription au forum de la promo est définitive à la réception du bulletin d'inscription et du règlement complet des frais de participation.
Dès réception du bulletin d'inscription, nous vous faisons parvenir une facture et une convocation.
Une convention de formation simplifiée peut vous être adressée sur demande. Une attestation de présence vous sera alors adressée après la tenue de la journée.
Dans le cas d'une prise en charge par un organisme payeur, nous ne prenons en compte votre inscription qu'à réception des documents nous assurant la prise en charge par cet organisme.

Modalités de paiement

Paiement par chèque à l'ordre de **PROMORESEARCH**
Paiement par virement (préciser le numéro de facture)
Domiciliation : BOURSORAMA
Numéro de compte : 10000402013 / CLE RIB : 38
Code banque : 40618 / Code guichet : 06044

Annulation

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler la manifestation avant le début de celle-ci.
En cas d'absence ou d'abandon du participant, la session est payable en totalité.
En cas d'annulation faite moins de 15 jours avant, il sera facturé un dédit de 30 % des frais de participation.

Renseignements

Philippe Ingold
Tél. : 01 34 12 32 61 – Fax : 01 39 89 15 27
E-mail : pingold@promoresearch.fr

Bulletin d'inscription

Forum de la Promo

Mardi 8 décembre 2009

Institut Léonard de Vinci
8, avenue Léonard de Vinci 92400 COURBEVOIE

Participant

Prénom : Nom :
Fonction :
Société :
Adresse :
Code postal : Ville :
Tél. : Fax :
E-mail :

Contact administratif

Prénom : Nom :
Service :
Tél. : Fax :

Adressez nous une convention de formation

Cachet et signature

A Le

Bulletin et règlement à adresser à :

PROMORESEARCH

15, rue de Curzay 95880 Enghien-les-Bains
Tél. : 01 34 12 32 61 – Fax : 01 39 89 15 27
E-mail : pingold@promoresearch.fr

Attention : le programme peut être modifié en fonction de l'actualité et de la disponibilité des intervenants.

PROMORESEARCH

PROMORESEARCH est un cabinet de marketing spécialisé en stratégie promotionnelle.
Ses activités sont le conseil stratégique, la formation inter et intra-entreprise en promotion des ventes, l'organisation de conférences (Assises de la Promotion, Forum de la Promo)
Il s'appuie sur les recherches, travaux et activités de veille de Philippe Ingold (publication de « Promotion des Ventes et Action Commerciale » - Vuibert 1995, « Guide des techniques promotionnelles » - Vuibert 2000).
Philippe Ingold est en outre le créateur et l'animateur du site « Les clés de la promotion », site de référence sur la promotion des ventes (www.cles-promo.com).