

Les Ateliers du Drive

Mercredi 24 septembre 2014 – Paris

Hôtel Novotel – Vaugirard-Montparnasse

Une journée animée par
Olivier Dauvers (Ed. Dauvers) et **Florent Vacheret** (Linéaires)

Avec les témoignages, retours d'expérience et analyses de :

Programme

9H15 - L'ANNÉE DRIVE

- Les chiffres clés du circuit en 2014
- Panorama des initiatives d'enseignes
- Ce qu'a changé la loi Alur

10H - LE MODÈLE LECLERC DRIVE

Organisation, assortiment, pricing : le modèle Leclerc Drive décortiqué

10H30 - DRIVE ET SUPERMARCHÉ: LE MARIAGE IMPOSSIBLE?

- Pourquoi le supermarché est-il la première victime du drive ?
 - Enseignes : quelles organisations ?
 - Sous-traiter son picking : quel intérêt pour un supermarché ?
 - L'offre est-elle un élément de performance ?
 - Optimiser la productivité du store-picking grâce aux EEG
- Pierre Demoures**, directeur commercial SES

Face aux Ateliers : Florian Nicolas, **Intermarché** Percy (50)
Gaëtan de la Brosse, **Intermarché** Ennezat (63)
André Apkarian, **U Drive** Plan d'Orgon (13), Hyper U St Maximin (83)
Daniel Sberna, **Carrefour Market** Nice (06)
Christophe Garcia, responsable des drives **S. Match**

12H - LE SHOPPER DRIVE EN 2014: ÉTUDES EXCLUSIVES IRI POUR LES ATELIERS

Les catégories en voie de basculement du off-line vers le on-line. **Cécile Pasquet**, IRI

12H30 - DÉJEUNER

14H15 - LE SHOPPER DRIVE EN 2014: ÉTUDES EXCLUSIVES IRI POUR LES ATELIERS

Pourquoi certains clients sont "accros", pourquoi d'autres abandonnent le drive
Frédéric Nicolas, IRI

14H45 - PROMO, INTERMÉDIATION, DATA MANAGEMENT, COMPARAISONS: QUELS OUTILS, QUELLES OPPORTUNITÉS?

- Comparsateurs de prix on-line : quel intérêt pour le consommateur, pour l'enseigne et pour la marque ? **Karine Brana**, présidente de Monsieur Drive
- Price management : piloter ses prix ligne à ligne avec l'outil Grandconso d'A3 Distrib
- Comment rendre marchande la communication des marques grâce au drive ? **Guirec Tiberghien**, Clic 2 buy et **Delphine Bresson**, Nestlé
- A chaque client son drive ! Quels outils de personnalisation de l'assortiment et des promos ? **Stéphanie Engling**, DG HighCo
- Data management : 5 recommandations pour optimiser la visibilité de votre marque en drive. **Thomas Lepetz**, consultant



Une journée organisée par

LiNEAIRES
Le magazine de la distribution alimentaire

éditions
DAUVERS

En partenariat avec

Texabri



TESCO **Intermarché**

E.Leclerc **Walmart**



chronodrive

16H - LES BONNES PRATIQUES DES SITES DRIVE

- Ergonomie, services, fonctionnalités : les meilleures initiatives
- Ce que le drive peut encore apprendre des leaders du e-commerce

16H20 - LE MODÈLE CHRONODRIVE

Pourquoi Chronodrive reste la meilleure enseigne, en 10 exemples

16H45 - WORLDWIDE DRIVE

Le drive dans le monde : retours d'expériences sur Walmart et Peapod aux Etats-Unis, Tesco au UK, Carrefour en Belgique

Face aux Ateliers :

Créer une nouvelle enseigne drive : l'exemple Wink
Cedric Antoine, fondateur et directeur général de **Wink** (Groupe **Cora**/ Belgique)

17H30 - CLÔTURE

Plus de renseignements sur

www.lineaires.com

BULLETIN D'INSCRIPTION

Je participe à la journée "Les Ateliers du Drive" qui se tiendra le 24 septembre 2014 au Novotel Vaugirard-Montparnasse à Paris (257 rue de Vaugirard – 75015 Paris) pour un montant de : 690 € HT, soit 828 € TTC (580 € HT pour les autres inscrits de la même société, soit 696 € TTC).

- Je m'inscris en ligne sur : www.lineaires.com
Paiement possible par CB, chèque ou virement.
- Je remplis le bulletin et je l'envoie à l'adresse mentionnée ci-dessous.
Je l'accompagne directement du règlement TTC par chèque à l'ordre de **LiNEAIRES** ou je réglerai à réception de facture.

Raison sociale et adresse de facturation

Nom Prénom

Fonction Société

Adresse

Code Postal Ville

Tél. Email

Deuxième personne de la même société

Nom Prénom

Fonction

Troisième personne de la même société

Nom Prénom

Fonction

Ateliers du Drive – Lineaires

Benoît MERLAUD
CS 77711 – 35577 Cesson-Sévigné Cedex
ateliersdrive@editionsduboisbaudry.fr
Tél. : 02 99 32 21 21 – Fax : 02 99 12 56 55

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Chaque inscription est nominative et entraîne l'acceptation pleine et entière des présentes conditions générales. Les frais d'inscription comprennent l'accès à la journée, les pauses, le déjeuner et les textes des interventions disponibles. Ils doivent être réglés avant la journée. L'organisateur se réserve le droit de refuser l'accès à la journée aux participants n'ayant pas réglé au jour de la journée, sans préjudice de l'exigibilité de l'intégralité des frais d'inscription. Si les circonstances les y obligent, les organisateurs se réservent le droit de modifier le programme sans que les participants ne puissent prétendre à une quelconque indemnisation. Une convocation sera envoyée aux inscrits, rappelant le lieu exact de la journée et le programme.

REMISES COMMERCIALES

Sur inscriptions multiples au sein même de la société.
1^{er} inscrit : plein tarif. Inscrits supplémentaires : – 16 %

CONDITIONS D'ANNULATION

Les participants peuvent se faire remplacer. Les annulations doivent nous être communiquées par écrit. En cas d'annulation reçue moins de 15 jours avant la date de la journée (cachet de la poste faisant foi), les frais de participation restent dus en totalité. En cas d'annulation reçue plus de 15 jours avant la date de la journée, l'inscription est remboursée, déduction faite de la somme de 200 € HT pour frais de dossier.

INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Les informations contenues dans le bulletin d'inscription, sauf avis contraire de votre part, feront l'objet d'un traitement informatique. Conformément à la loi N° 78-17 du 6 janvier 1978, dite « Informatique et Libertés », vous disposez d'un droit d'accès et de rectification. Sauf refus exprès et écrit nominatif, les données informatiques pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés.

Date, Signature et Cachet de l'entreprise