

DÉVELOPPEMENT DURABLE : quels impacts sur la relation fournisseurs-enseignes

Journée animée par la rédaction de LSA



8 h 30	Accueil des participants
Bilan et état des lieux du marché 1 an après le grenelle	
9 h 00	Exclusif : 1^{er} Baromètre SOLVING EFESO / LSA du développement durable Bilan et perspectives dans le secteur de la grande consommation/distribution >>>> Philippe JAEGY, Vice-Président, SOLVING EFESO >>>> Sylvère ODE, Vice-Président, SOLVING EFESO Et avec le témoignage de Patrick JOUSLIN DE NORAY, Directeur environnement et relations extérieures, TETRA PAK
9 h 30	Analyse des sorties caisse et des shoppers : les chiffres du marché vert • Les catégories de produits les plus impactées • Quelle place pour le bio dans les consommations alimentaires • L'offre durable : quels acteurs parmi les marques nationales et les MDD >>>> Patricia Flores, Directrice panel consommateurs, AC NIELSEN >>>> Sébastien Monard, Insight Manager, AC NIELSEN
10 h 00	De la prise de conscience à l'acte d'achat : quelles sont les motivations et les freins du consommateur Enquête exclusive LSA / CIAO SURVEYS réalisée auprès des français • Quel niveau d'information requis par le consommateur et sous quelle forme • Dans quelle mesure l'offre produits répond-elle aujourd'hui aux attentes du consommateur • Prix : quel arbitrage et quelle barrière psychologique • Dans quelle mesure le bonus-malus écologique peut-il être déclencheur d'achat >>>> Cédric MAURY, Directeur commercial France, CIAO SURVEYS
Mise en œuvre des objectifs 2009 : les attentes des distributeurs	
10 h 25	Réactions d'un distributeur aux résultats de l'étude LSA / CIAO SURVEYS • Étude croisée des résultats du sondage avec les enquêtes terrain menées par un distributeur >>>> Hubert HEMARD, Directeur marketing, communication et développement durable, MONOPRIX
10 h 45	PAUSE
11 h 15	Comment déterminer l'offre et le référencement de produits biologiques et issus du développement durable • Quelle part des produits écologiques dans l'assortiment par secteur • Largeur de gamme : faut-il multiplier les produits spécifiques • Quelle part des marques propres dans l'assortiment • Textile, cosmétique : comment évolue l'offre bio du non alimentaire >>>> Véronique DISCOURS-BUHOT, Directrice développement durable, GROUPE CARREFOUR
11 h 45	Stratégie d'enseignes : responsabilité sociale, offre produits-services, démarche logistique..., quels priorités et impacts sur les fournisseurs • Quelles actions pour réduire le coût écologique de l'offre produits-services • Quelles exigences vis-à-vis des fournisseurs • Quelles perspectives pour demain >>>> Pierre DEYRIES, Directeur communication et développement durable France, IKEA
12 h 15	Table ronde industriels : quelle stratégie de valorisation de l'offre produits-services pour passer le barrage du prix • Quels sont les éléments de différenciation et de valorisation • Comment le marketing de la marque s'insère dans celui de l'enseigne • Comment mettre en œuvre des animations autour du bio et des produits éco responsables • Labels : sont-ils nécessaires ? Lesquels et dans quelle mesure >>>> Stéphane BARTAIRE, Responsable marketing France, NESTLE WATERS >>>> Diane MANIOULOUX-CHAIZE, Responsable développement durable, GROUPE LAFUMA >>>> Éric SURDEJ, Directeur général, LG France >>>> Pascal TANCHOUX, Directeur de la communication, KRAFT FOODS France
13 h 15	DÉJEUNER

Outils et partenariats pour satisfaire aux exigences environnementales	
14 h 45	Sourcing : comment répondre à la demande croissante de produits biologiques • Quel écart entre offre et demande • Comment restructurer l'offre de produits biologiques >>>> Henri DE PAZZIS, Président, PRONATURA
15 h 15	Gestion de l'empreinte carbone et réduction de la facture énergétique • Des solutions pour passer au vert, du data center au passage en recycle • Réduction de l'empreinte carbone en caisse : composants green et recyclage, gestion de l'énergie, imprimantes et papier verts >>>> Catherine MENGIN, Directrice des solutions magasins, IBM France
Empreinte carbone : comment informer le consommateur au cœur du point de vente	
15 h 45	Étiquetage carbone : comment créer une dynamique d'innovation vis-à-vis des industriels • Quels impacts sur le cahier des charges des fournisseurs • Quelles méthodes de validation auprès des consommateurs >>>> Corinne PICARD, Responsable environnement emballages, GROUPE CASINO Ticket de caisse : comment instaurer une relation client-enseigne durable • Comment éduquer le consommateur • Quels impacts sur le comportement d'achat >>>> Thomas POCHER, Directeur, CENTRE E. LECLERC WATTRELOS
16 h 30	Supply chain : comment concilier développement durable et réduction des coûts • Réimplantation des sites, réorganisation des livraisons, optimisation des transports... : comment rationaliser les flux physiques • Comment mutualiser les moyens de la logistique >>>> Jean-Michel ROTHIER, European Customer Supply Chain Director, COCA-COLA ENTREPRISE, Président du CLUB DEMETER Retour d'expérience : privilégier des modes de transports moins énergivores • Comment se réorganiser vers des modes de transport pertinents et durables • Quels impacts en termes d'approvisionnement >>>> Claude SAMSON, Directeur général, SAMADA - filiale logistique, MONOPRIX
17h 15	FIN DE LA JOURNÉE

Journée complémentaire - 3 décembre 2008

Les atouts d'un management du développement durable réussi
Enjeux de la fonction « Responsable développement durable »

Une formation unique destinée à la fonction émergente du directeur développement durable

Journée animée par Jocelyne Laporatti et Didier Pillonel

OBJECTIFS :

- > Intégrer les outils de pilotage spécifiques à votre activité
- > Profiter des retours d'expériences de directeurs du développement durable, issus de plusieurs secteurs d'activité
- > Rôle, mission, responsabilités du directeur développement durable

PROGRAMME

MATIN :

- Directeur du développement durable, un métier pas comme les autres**
- Quelles sont ses aspirations personnelles
 - Le poids de la prise de conscience dans le métier
 - Quelles sont ses compétences
 - De l'engagement écologique et social à l'ingénierie durable
- Directeur de développement, son rôle, sa mission**
- Quel est son profil
 - Où le trouver ? Les filières, les écoles, les recrutements internes
 - Sa hiérarchie, ses responsabilités
 - Quel est son rôle et ses fonctions dans l'entreprise
 - Quel est le coût de fonctionnement d'un tel poste et sa rentabilité
- Retours d'expérience :**
- >>> Thomas BUSUTTIL, ancien responsable du développement durable des Groupes PPR, SFR et VINCI
 - >>> Marine DE BAZELAIRE, Directrice développement durable, HSBC France
 - >>> Denis VICHERAT, Directeur du développement durable, FNAC
 - >>> Fabienne YVAIN, Directrice développement durable, Groupe YVES ROCHER

APRÈS-MIDI :

- Le management quotidien du développement durable**
- Par où commencer
 - Les apports du directeur développement durable dans la stratégie globale de l'entreprise
 - Quels sont les programmes les plus utilisés
 - Quels sont les outils à disposition
 - Quels sont les priorités et les pièges à éviter
- La transversalité, clé du management environnemental**
- Comment intégrer une direction développement durable dans la structure actuelle
 - Comment impliquer les salariés sans responsabilité hiérarchique
 - Comment organiser la transversalité du management environnemental
 - Direction Générale, RH/ RSE, Finances, R&D, Juridique, Marketing et communication, Administration, Achat, Production, Informatique, Logistique, Ventes :
 - quelles interactions
 - La rentabilité sur les différents départements et la rentabilité globale
 - Le management de projet appliqué au management environnemental
 - Les principaux indicateurs
 - Les systèmes utilisés
- Retours d'expérience :**
- >>> Thomas BUSUTTIL, ancien responsable du développement durable des Groupes PPR, SFR et VINCI
 - >>> Robin CORNELIUS, Fondateur, SWITCHER
 - >>> Gilles DANA, Directeur qualité, SWITCHER
 - >>> Katia MICHIELETTTO, Responsable développement durable et RSE, L'OCCITANE
 - >>> Sylvie MOUCHON, Directrice marketing chargée du développement durable, GROUPE PROVALLIANCE
 - >>> Étienne RUTH, Directeur du développement durable, NATURE ET DÉCOUVERTES

L'évolution du management environnemental, base des futures législations

Conclusion et réponses aux questions



Jocelyne Laporatti

Ayant contribué au sein de la Direction de la communication puis à la Direction des ressources humaines, au développement de la FNAC pendant plus de dix ans, elle fonde ensuite le premier groupe pré presse européen. Formant parallèlement des centaines de franchisés au marketing opérationnel et à la dynamique terrain, elle intègre peu à peu la prise de conscience des enjeux du commerce de demain et tout particulièrement les questions environnementales. C'est ainsi la rencontre du marketing et du développement... durable. Elle s'associe alors à Didier Pillonel au sein de FacetoFace Développement, pour accompagner les enseignes et les réseaux sur le chemin du développement durable. En 2007, elle crée le magazine du développement durable des Réseaux « Euphorie » et dans la foulée le Club Génération Responsable pour rassembler, fédérer, informer et échanger sur ce fondement même de la compétitivité de demain qu'est le développement durable.



Didier Pillonel

Diplômé de HEC Lausanne, il crée en 1994 le premier opérateur suisse en écotourisme des Caraïbes en franchise et démontre la viabilité du modèle économique incluant les populations rurales et la protection de l'environnement. Conférencier sur l'éco-tourisme et la formation des talents locaux durant 6 ans, il se concentre, à partir de 2001, sur le développement international de réseaux de franchise en prenant la responsabilité de l'expansion du groupe 5àSec. En 2005, il crée FacetoFace Développement pour accompagner les enseignes et les réseaux sur le chemin du développement durable. En 2007, FacetoFace crée Euphorie, le magazine des enseignes responsables et début 2008, le Club Génération Responsable, club d'enseignes pour le développement durable.

Cette journée s'adresse aux :

Direction générale et Chefs d'entreprises, Direction Marketing, Direction de la communication, Direction des services généraux, Direction du développement durable issus des secteurs Industriels et distributeurs, grands groupes et PME du secteur de la grande consommation

Horaires : 8h45 Accueil des participants - 9h Début de la formation - 10h30 Pause - 12h30 Déjeuner - 17h Fin de la formation