



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE



Les activités 2021

Devenir sponsor des conférences

Décembre 2020



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE

**La plateforme de rencontre privilégiée reconnue et
incontournable au sein de laquelle TOUS LES ACTEURS DU
COMMERCE, industriels petits ou grands, distributeurs et
prestataires de service peuvent travailler ensemble pour
anticiper les mutations du commerce et mieux satisfaire les
attentes des shoppers**

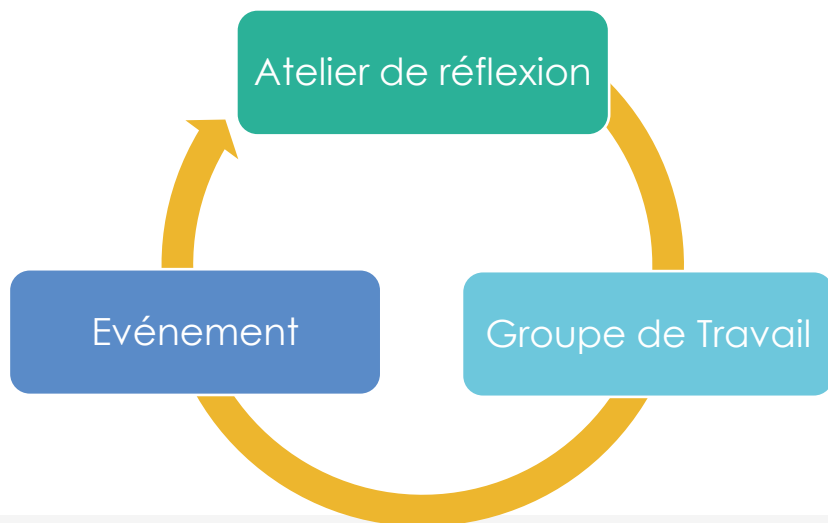
Pourquoi devenir sponsor des événements IdC?

▲ Accéder à une communauté de plus de 2000 participants de 200 sociétés différentes

- ▲ 8 événements en 2020
- ▲ Une participation en croissance depuis 2018, avec bascule en tout digital dès le mois de mai 2020

Événement	Présents 2018	Présents 2019	Présents 2020	Dates
La Journée du Merchandising	N/A	148	139	janvier
Les nouvelles relations de proximité	115	139	60	mars
Les stratégies des enseignes	175	180	annulé	mars
Journée Partage & Prospective	350	380	314 (925)	mai
e-commerce & omnicanal	125	198	197 (686)	juin
Promotion & animation commerciale	95	130	156 (406)	octobre
Cérémonie des Sirius	285	172	159	novembre
Economie Circulaire	N/A	75	91	décembre

▲ Partager un contenu de valeur sur les thématiques majeures de l'IdC



- ▲ Un contenu unique, qui se nourrit des activités de réflexion de l'IdC
 - Enseignements des ateliers et GT
 - Lauréats des Sirius
 - Études exclusives
- ▲ Des thématiques qui couvrent l'ensemble de la relation industrie-commerce

En quoi consiste le sponsoring des événements IdC?

- ▲ La crise sanitaire a transformé les événements physiques en webconférences, l'impact majeur étant de ne plus pouvoir disposer d'espace de network pendant l'événement. Le sponsoring classique avec une présence physique dans l'espace network de la conférence n'est par conséquent plus possible tant que les règles sanitaires l'imposent
- ▲ Le **sponsoring Standard** se transforme donc de la manière suivante et comprend :
 - Une **prise de parole format pitch** (de 5 à 8 minutes en fonction du programme) sur un contenu en lien avec la thématique générale de l'événement
 - La **présence du logo** sur les communications : 3 campagnes mailings, post LinkedIn, programme sur le site IdC
 - La mise à disposition de **la liste des participants**
 - Chaque événement peut intégrer un maximum de 4 sponsors par matinée
 - Les événements 2021 sont programmés en 100% digital en format Matinée (9h00-12h30)
 - Un événement peut être programmé sur 2 matinées si le contenu le justifie
- ▲ Un **sponsoring Premium** peut être envisagé pour un événement donné
 - Le sponsoring Premium est possible tant qu'aucun sponsor Basic n'a confirmé et payé sa participation
 - Le sponsoring Premium est unique pour la Matinée, aucun sponsoring Basic n'est plus possible dès confirmation
 - Une **prise de parole** de 10 à 15 minutes en fonction du programme sur un contenu en lien avec la thématique générale de l'événement
 - La **présence du logo avec la mention « en partenariat avec »** sur les communications : 3 campagnes mailings, post LinkedIn, programme sur le site IdC
 - La mise à disposition de la **liste des inscrits et des participants**

Comment devenir sponsor des événements IdC?

- ▲ Le **sponsoring Standard** est accessible pour tous les événements
 - Maximum 4 sponsors par matinée
- ▲ Le **sponsoring Premium** est accessible pour tous les événements
 - Tant qu'aucun sponsor Basic n'a confirmé et payé
 - 1 seul sponsor Premium par matinée
- ▲ La confirmation du sponsoring standard ou du sponsoring premium se fait à réception du [bulletin de souscription](#) complété
- ▲ Les tarifs de souscription sont identiques pour tous les événements (excepté « Stratégie des Enseignes », sur demande)

	Tarifs 2021
Sponsoring Standard	1 500 € H.T.
Sponsoring Premium	3 500 € H.T.

Les Matinées Expert

- Les Matinées Experts sont programmées en ligne avec replay disponible pour les adhérents. Le format pourra être revu en fonction de l'évolution de la situation sanitaire

Sous réserve de modifications

Le Merchandising collaboratif	Les tendances consommateurs qui impactent le merchandising, les meilleures pratiques merchandising (dossiers lauréats des Sirius 2020), les démarches Merch des enseignes et leurs attentes vis-à-vis des marques, les travaux du GT Merch	26-27 janvier
Une nouvelle relation de proximité (Le dernier mètre)	Le produit / service vient à la rencontre du client, quels points de contact privilégiés en fonction de ses cibles, hybridation des modèles online et physiques, les travaux du GT Proximité	11 mars
Stratégies des Enseignes	Nouveauté 2021 : la présence d'un nombre plus important d'enseignes de tous formats, interventions des D ^s Marketing Enseigne	12-19-26 mars
e-commerce & omnicanal	Partage des bonnes pratiques online, enseignements des travaux du GT e-commerce	24-25 juin
Promotion & Animation commerciale	Les impacts des changements réglementaires, résultats des travaux du GT Promo	14 octobre
Economie Circulaire	Les tests opérationnels pilotés par l'IdC, les publications du GT économie circulaire	9 décembre

La Journée Partage & Prospective

Le 20 mai 2021



- ▲ Vitrine de l'Institut du Commerce, la Journée Partage & Prospective est le rendez-vous privilégié construit pour les adhérents
- ▲ Une journée de conférences avec des intervenants de haut niveau : dirigeants des industriels et distributeurs, économistes ou sociologues de renom, ...
- ▲ Un programme construit avec les adhérents autour de **3 thématiques majeures**, qui seront communiquées au plus tard fin mars
- ▲ Un **espace networking** est programmé, qui sera confirmé en fonction des contraintes sanitaires en vigueur à la date de l'événement

Les Sirius



- ▲ Depuis 2018, les SIRIUS récompensent les meilleures pratiques collaboratives industrie-commerce qui répondent aux attentes sociétales et aux attentes des consommateurs.
- ▲ Au-delà d'un palmarès hiérarchique, ces prix mettent en avant la capacité des acteurs à travailler ensemble sur un projet (cross fertilisation entre entreprises et métiers...), qu'il soit en phase de lancement ou très abouti.
- ▲ L'objectif poursuivi est de disséminer les bonnes pratiques collaboratives créatrices de valeur et d'accélérer leur mise en œuvre.

▲ **La cérémonie des Sirius 2021 aura lieu le 25 novembre**

Liste des membres (227 adhérents au 01/01/2021)

DISTRIBUTEURS

AUCHAN Retail, BIOCOOP, BUT INTERNATIONAL, CARREFOUR France (Carrefour, Market, Proximité), CASINO (Géant, Franprix, Monoprix, Naturalia, Cdiscount), CASTORAMA, CONFORAMA, COOP ATLANTIQUE, CORA, FCJPE (PicwicToys, Ludendo, Joué Club, King Jouet, Oxybul), FRANCAP, FRANCE BOISSONS, ITM Alimentaire (Intermarché, Netto), ITM LEMI (Bricomarché, BricoCash, Roady), LA BOITE A OUTILS (GROUPE SAMSE), LA POSTE Réseau, LES FERMES DE GALLY, LIDL, MARIONNAUD PARFUMERIE, MBLOG (Mr Bricolage), METRO Cash & Carry, MIGROS, NOCIBE, PICARD, SC GALEC, SCHIEVER, SEPHORA, SYSTEME U, TOTAL MKG SERVICE

INDUSTRIELS

AKZO NOBEL, ANDROS, ARLA FOODS, ASAHI BEER, BACARDI, BEIERSDORF, BEL, BLEDINA, BONDUELLE, CANDIA, CEMOI, CHANEL SAS, CLARINS, COCA COLA European Partners, COLGATE PALMOLIVE, CRISTAL CO, DANONE EAUX, DANONE PF, DAUNAT, ECKES GRANINI, EDGEWELL, ESSITY, ETS GEYER LORINA, EUREDEN (D'AUCY), EURIAL, FEEF, FERRERO France, FINDUS, FJP (Mattel, Hasbro, Lego, Playmobil, Bandai, Vtech), FLEURY MICHON, FLORETTE, GOUTERS MAGIQUES, GROUPE AOSTE, GROUPE SEB, GSK, HANES, HARIBO, HEINEKEN ENTREPRISE, HENKEL, INOHA, INTERPARFUMS, INTERSNACK, ISAL DELICES, JACOBS DOUWE EGBERTS, JOHNSON&JOHNSON Santé Beauté, KELLOGG'S, LA FRANCAISE DES JEUX, LABEYRIE, LACTALIS, LAITERIE SAINT PÈRE, LBD MAISON, LEA NATURE, LINDT, L'OREAL, LVMH (Dior, Guerlain, LVMH Fragrances), MARIE BRIZARD WINE & SPIRITS, MARS WRIGLEY CONFECTIONARY, MARS PETCARE FOOD, Mc CORMICK, MERISANT, M INDUSTRIE, MOET HENNESSY DIAGEO, NESTLE France, NUTRIXO (Delifrance), ORANGINA SCHWEPPE, PANZANI, PASQUIER, PEPSICO, PERNOD RICARD, PETIT NAVIRE (THAI UNION), PINK LADY, RANA, RAYNAL ET ROQUELAURE, RIANS, SAINT HUBERT, SAVENCIA BONGRAIN, SIGNIFY (Philips Lighting), SODEBO, SOLINA GROUP, SOLINEST, TEISSEIRE, TRIBALLAT NOYAL, UNILEVER, WERNER&MERTZ

PARTENAIRES

360 WEST, ACTEOS, ACUITY DATA, AGENA 3000, AGENCE CROSS, AGRO DEVELOPPEMENT, ALKEMICS, AM'CONSULTING, ARMADA (EDELVI), ARMIS, ARTHUR LOYD LOGISTIQUE, ATMOSPHERES, B&B MARKET, BILIPLAN, BIRDS (DATA SOLUTIONS), BLUBIZA, BLUE YONDER, BONIAL, BRAND LOYALTY, BUDGET BOX, CA.COM, CAMELEON GROUP, CATALINA, CCI PARIS IDF, CHECKPOINT, CHEP, CMI STRATEGIES, COHERIS, COMERSO, COSPIRIT, CPM France, CREA'VALEURS, CRITEO, DATA IMPACT, DATAGRAM, DDS LOGISTICS, DIAGMA, DIAM INTERNATIONAL, DISTRICOM, DRIVE WIN, DUNNHUMBY, E-CONCEPTS, ESCP, ESG, ESSCA, ESSEC, FM LOGISTIC, GENERIX, GFK, GROUPE ELEN, HARDIS GROUP, HAROPA, HIGHCO, ICONOMEDIA SAISON II, IER, IMPACT (IFMG), IMPP, INTERLOG SERVICES, IRI, KANTAR, KLEE COMMERCE, LA POSTE, LLC & ASSOCIES, LUCKY CART, MADAME BENCHMARK, MARIE LAURE PLV, MARKETING SCAN, MEDIA 6, MEDIAPERFORMANCES, MERVAL, MOBEYE, MUTUALLOGISTICS, MY LUXE ATELIER, NIELSEN, NUMSIGHT, PHILIPPE GOETZMANN &, POMELO, POOLING PARTNERS, PRISCA DISTRICONSEIL, RC CONCEPT, REED MIDEM MAPIC, RETAIL AND DETAIL, ROAMLER, SAAA, SAS INSTITUTE, SEGMENTS, SES IMAGOTAG, SHIPPEO, SHOPMIUM, SHOPPER INTELLIGENCE, SHOPPERMIND, SMART WORLD SHOPPER, SOFRIOLOG, SOGEC MARKETING, SORAP, SPI, STEP UP CONSULTING, STRADA MARKETING, SUPPLAÏ, SYMPHONY RETAIL AI, TBS, TILKAL, TRANSALLIANCE SERVICE, TRANSPARENCY ONE, TRANSPOREON, U-PEC, USERS LOVE IT, VIA APPIA CONSEIL, VIRAGE CONSEIL, WE TRANSFORM, WERELDHAVE, WESTFIELD, WEVIOO, WINMINUTE, XPO SUPPLY CHAIN

Une équipe à votre service



Xavier
HUA
Directeur
Général

Comité et GT
Supply Chain
Comité GSS



Emilie
CHALVIGNAC
Directrice des
Opérations

Comité Retail
Comité RSE
GT Zéro rupture, CHD,
Suivi des marchés,
économie circulaire



Françoise
ACCA
Directrice
Projets

GT E-commerce
GT Proximité
GT Promotion
Formation



Sylvie
GUINGOIS
Directrice
Etudes

Baromètre de la
Consommation
Etudes IdC
GT Parfumerie

INSTITUTDUCOMMERCE.ORG
10 rue Cernuschi - Paris 17^{ème}

Tel. 01 56 89 89 30 idc@institutducommerce.org