



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE



Les activités 2022

Devenir sponsor des conférences

octobre 2021



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE

L'unique forum au sein duquel industriels, distributeurs et tous intervenants du secteur de la consommation alimentaire et non alimentaire partagent leur vision des évolutions du commerce et des consommateurs pour coconstruire en toute neutralité des solutions concrètes et innovantes répondant à leurs enjeux communs, dans un esprit d'ouverture et de progrès et dans un cadre déontologique accepté par tous.

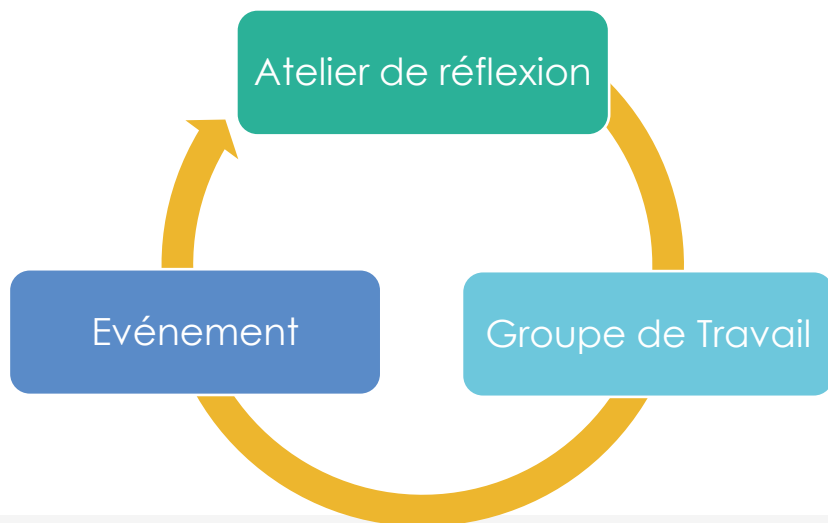
Pourquoi devenir sponsor des événements IdC?

▲ Accéder à une communauté de plus de 2000 participants de 230 sociétés différentes

- ▲ 8 événements en 2021
- ▲ 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?

- ▲ Les événements 2022 sont programmés en physique, avec enregistrement et mise à disposition du replay pour les adhérents (pas de streaming en direct)
- ▲ Nous respecterons bien sûr les règles sanitaires en vigueur aux dates programmées, et serons en mesure de modifier l'organisation si la situation l'impose
- ▲ Le **sponsoring Standard** comprend les éléments suivants
 - Un **mini-stand** composé d'une table haute + deux tabourets hauts (susceptible d'être modifié suivant le lieu de la conférence). Les éléments de décoration personnalisés sont à votre charge (kakemono, totem, ...)
 - 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 inscrits et des participants**
- ▲ Le **sponsoring Premium** comprend les éléments suivants
 - Un **mini-stand** composé d'une table haute + deux tabourets hauts (susceptible d'être modifié suivant le lieu de la conférence). Les éléments de décoration personnalisés sont à votre charge (kakemono, totem, ...)
 - 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?

- ▲ Chaque Journée Expert peut intégrer un nombre de sponsors maximum
 - Maximum 3 sponsors Premium
 - Maximum 6 sponsors au total
- ▲ La Journée Partage & Prospective peut accueillir un nombre plus important de sponsors, en fonction du lieu retenu
 - Le nombre de sponsors Premium reste limité à 3
- ▲ La cérémonie des Sirius peut recevoir un maximum de 3 sponsors standard
 - Le mini-stand est remplacé par la remise d'un prix lors de la cérémonie
- ▲ Les tarifs de sponsoring évoluent à la baisse par rapport à 2020 et sont identiques pour tous les événements (excepté « Stratégie des Enseignes », sur demande)

	Tarifs 2022
Sponsoring Standard	1 200 € H.T.
Sponsoring Premium	2 500 € H.T.

- ▲ La confirmation du sponsoring standard ou du sponsoring premium se fait à réception du [bulletin de souscription](#) complété

Les Journées Expert

- Les Journées Experts sont programmées programmés en physique, avec enregistrement et mise à disposition du replay pour les adhérents (pas de streaming en direct). Nous respecterons bien sûr les règles sanitaires en vigueur aux dates programmées, et serons en mesure de modifier l'organisation si la situation l'impose

Sous réserve de modifications

Le Merchandising collaboratif 25 janvier

Les tendances consommateurs qui impactent le merchandising, les meilleures pratiques merchandising (dossiers lauréats des Sirius 2021), les démarches Merch des enseignes et leurs attentes vis-à-vis des marques, les travaux du GT Merch

Une nouvelle relation de proximité (Le dernier mètre) 8 mars

Le produit / service vient à la rencontre du client, quels points de contact privilégier en fonction de ses cibles, hybridation des modèles online et physiques, les travaux du GT Proximité

Stratégies des Enseignes 24 mars

Le rendez-vous incontournable : présence d'un nombre plus important d'enseignes de tous formats, interventions des D^{rs} Marketing Enseigne

e-commerce & omnicanal 9 juin

Partage des bonnes pratiques online, enseignements des travaux du GT e-commerce

Promotion & Animation commerciale 13 octobre

Les impacts des changements réglementaires, résultats des travaux du GT Promo

Economie Circulaire 8 décembre

Les tests opérationnels pilotés par l'IdC, les publications du GT économie circulaire

La Journée Partage & Prospective

- ▲ Vitrine de l'Institut du Commerce, la Journée Partage & Prospective est le rendez-vous privilégié de tous les adhérents : une journée de conférences avec des intervenants de haut niveau, dirigeants des industriels et distributeurs, économistes ou sociologues de renom, ...
- ▲ J2P 2021 aura lieu **le 19 mai**, avec un programme construit avec les adhérents autour de **3 thématiques majeures**, qui seront dévoilées 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 2022 aura lieu le 24 novembre**

Liste des membres (239 adhérents au 06/09/2021)

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

INDUSTRIELS

AC MARCA IDEAL, AKZO NOBEL, ANDROS, ARLA FOODS, ASAHI BEER, AVERY, BACARDI, BARILLA, BEIERSDORF, BEL, BJORG ET CIE, BLEDINA, BOLTON FOOD, BONDUELLE, CEMOI, CHANEL SAS, CLARINS, COCA COLA European Partners, COLGATE PALMOLIVE, CRISTAL CO, DANONE EAUX, DANONE PF, DAUNAT, DELICA, EDGEWELL, ESSITY, ETS GEYER LORINA, EUREDEN (D'AUCY), EURIAL, FEEF, FERRERO France, FINDUS, FJP (Mattel, Hasbro, Lego, Playmobil, Bandai, Vtech), FLEURY MICHON, FLORETTE, FROMAGERIE MILLET, GOUTERS MAGIQUES, GROUPE AOSTE, GROUPE SEB, HANES, HARIBO, HEINEKEN ENTREPRISE, HENKEL, HERTA, HIPPI, INOHA, INTERPARFUMS, INTERSNACK, ISLA DELICE, JOHNSON&JOHNSON Santé Beauté, KELLOGG'S, LA FRANCAISE DES JEUX, LA MARTINIQUAISE, LABEYRIE, LACTALIS, LAITERIE SAINT PÈRE, LBD MAISON, LEA NATURE, LES 2 MARMOTTES, LINDT, L'OREAL, LVMH (Dior, Guerlain, LVMH Fragrances), MARIE BRIZARD WINE & SPIRITS, MARS WRIGLEY CONFECTIONARY, MARS PETCARE FOOD, Mc CORMICK, MERISANT, MOET HENNESSY DIAGEO, NESTLE France, NUTRIXO (Delifrance), ORANGINA SCHWEPPE, PANZANI, PASQUIER, PEPSICO, PERNOD RICARD, PETIT NAVIRE (THAI UNION), PICADELI, PINK LADY, RANA, RAYNAL ET ROQUELAURE, RIAN, SAINT HUBERT, SAVENCIA BONGRAIN, SIGNIFY (Philips Lighting), SODEBO, SOLINA GROUP, SOLINEST, TEISSEIRE, TRIBALLAT NOYAL, UNILEVER, WERNER&MERTZ

INSTITUTIONNELS

CCI PARIS IDF, ESCP, ESGCV-ESGM, ESSCA, ESSEC, PPA BUSINESS SCHOOL, TOULOUSE BUSINESS SCHOOL, UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL

PRESTATAIRES

ACTEOS, AGENA 3000, AGENCE CROSS, AGRO DEVELOPPEMENT, ALKEMICS, AM'CONSULTING, ARMADA (EDELVI), ARMIS, ARTHUR LOYD LOGISTIQUE, ATMOSPHERES, B&B MARKET, BILIPLAN, BIRDS (DATA SOLUTIONS), BLUE YONDER, BONIAL, BRAND LOYALTY, BUDGET BOX, CA.COM, CAMELEON GROUP, CATALINA, CHECKPOINT, CMI STRATEGIES, COHERIS, COMERSO, COSPIRIT, CPM France, CREA'VALEURS, CRITEO, DATA IMPACT, DATAGRAM, DDS LOGISTICS, DIAGMA, DIAM INTERNATIONAL, DISTRICOM, DRIVE WIN, DUNNHUMBY, E-CONCEPTS, ENOV, FM LOGISTIC, GENERIX, GFK, GOOGLE, GROUPE ELEN, HARDIS GROUP, HAROPA, HIGHCO, ICONOMEDIA SAISON II, IMPACT (IFMG), IMPP, INTERLOG SERVICES, IRI, KANTAR, KLEE COMMERCE, LA POSTE, LLC & ASSOCIES, LUCKY CART, MADAME BENCHMARK, MAKE A SWITCH, MAKE IT GROW, MARIE LAURE PLV, MARKETING SCAN, MEDIA 6, MEDIAPERFORMANCES, MERVAL, MOBEYE, MUTUALLOGISTICS, NIELSEN, NUMSIGHT, OPTIMARK, PANDOBAC, PHILIPPE GOETZMANN &, POMELO, PRISCA DISTRICONSEIL, PUBLICIS, RC CONCEPT, REED MIDEM MAPIC, RESET&MATCH, RETAIL AND DETAIL, RGIS, ROAMLER, SAAA, SAS INSTITUTE, SEGMENTS, SES IMAGOTAG, SHIPPEO, SHOPMIUM, SHOPPER INTELLIGENCE, SHOPPERMIND, SITOUR, SIX AND SEE, SOFRIOLOG, SOGEC MARKETING, SORAP, SPI, STEP UP CONSULTING, STRADA MARKETING, STRATEGIR, SUPPLAÏ, SYMPHONY RETAIL AI, TILKAL, TRANSALLIANCE SERVICE, TRANSPARENCY ONE, TRANSPOREON, TRAX RETAIL, USERS LOVE IT, VALBOOSTER, VIA APPIA CONSEIL, VIRAGE CONSEIL, WE TRANSFORM, WERELDHAVE, WESTFIELD, WEVIOO, WINMINUTE, WINTUAL, 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