

MMD
MERCHANDISING & MARKETING DE DISTRIBUTION

MEETING
7^{ème} Édition

Sous le thème :
**L'avenir du Retail :
Les défis actuels et futurs**

07
Conférences

06
Ateliers solutions

03
Panels d'experts

15
Exposants

SAVE the DATE
21/22 JUIN 2022

Retailers ,enseignes de distribution ,marques spécialisées,créateurs de solutions retail.....
Ne ratez pas le rendez vous unique et incontournable des professionnels de la distribution
et venez découvrir les témoignages d'acteurs et d'experts du retail pour vous aider
à approfondir et décrypter l'actualité et le futur de vos marchés.

Avec la participation

IFM | media in | Managers | CROSS | IMPROVEEZE | Retail Scope

FACEBOOK.COM/MMDTunisie | WWW.JOURNEEMERCHANDISING.COM | RUE CHERIF ESSOUSSI-SOUSSE

La journée du 21 JUIN 2022

• 8H00-8H30

Accueil des participants

• 8H30-9H00

Ouverture du MMD 2022

**Lamia TRITAR -CEO ICEBERG AGENCY-
Présidente et fondatrice ATPMC**

• 9H00-9H30

Conférence1 (Tulipe)

**10 tendances digital marketing pour réinventer
le retail en 2022**

Aujourd'hui déjà, plusieurs consommateurs recherchent de l'information sur les sites marchands avant de finaliser leurs achats dans leurs points de vente habituels, et d'autres vont acheter un article sur internet dès qu'ils ne le trouvent pas dans les rayons. Demain, ces magasins devront se réinventer pour continuer d'exister. Les enjeux sont :

- Attirer, grâce au digital, des clients dans les boutiques.

- Créer une nouvelle expérience qui facilite le service puis l'acte d'achat
- Homogénéiser les données récoltées et les discours émis à chaque point de contact avec le client

C'est donc, l'ensemble de la relation client qui doit in fine être digitalisée et pas seulement le magasin.

Kais KHENINE-CEO-E2BUSINESS-Tunisie

• 9H30-10H30

Panel 1 (Tulipe)

Marché de la grande distribution : où en est-on en 2022 ? visions et défis des enseignes de distribution et des marques tunisiennes

Modératrice : Norchene **BEN DAHMANE MOUELHI**-Professeur -IHEC-Tunisie

Modérateur : Frédéric **PERODEAU** –Retail

Expert- Fondateur Agence 5.5 Retail - France

- **Mr. Hedi BACCOUR** -Président de la chambre syndicale des GS -DG groupe **MG-Tunisie**
- **Mourad JRAD** -DG-**ELYSSA DISTRIBUTION - Tunisie**
- **Syrine SYALA**- Fondatrice - **BOTANICAL COLLECTION- Tunisie**
- **Farouk ZOUHIR** -Sales & Marketing Executive **SANCELLA-Tunisie**

10H30-11H00 - Pause-Café

• 11H00-11H30

Conférence 2(Tulipe- videoconférence)

La plus grosse révolution que le commerce physique n'a jamais connue : Le phygital

Depuis des décennies, la surface est le point de départ de l'agencement de tous les points de vente. Cette "contrainte" nous oblige à choisir les stocks qui y prendront place.

Cette méthode fonctionnait parfaitement bien avant l'arrivée du e-commerce car tous les acteurs étaient soumis aux mêmes règles du jeu.

Mais les pure players ont rebattu les cartes : ils commercialisent une offre avant tout propulsée par un positionnement fort, plutôt que par une contrainte de capacité de stockage en lieu de vente.....

Maxence DISLAIRE-CEO- IMPROVEEZE-France

• 11H30-12H30

Atelier 1(Tulipe)

Le Retail de demain face à la volatilité du shopper et l'émergence de la concurrence .

Un décodage international des Bests practices des meilleurs Retaileurs à l'international.

5 sujets présentés et à échanger ensemble :

- L'interaction marque/conso ,
- La mise ne preuve du bénéfice,
- Le merchandising,
- Les nouvelles attentes

et nouveaux scénarios consos, L'évolution des codes

Sandra BONIS CHARANCLE- Directrice de Missions-Agence **CROSS-France**

Atelier 2 (Mimosa)

Qu'en sera-t-il du point de vente dans 5 ans?

En effet les attentes des shoppers évoluent continuellement et de plus en plus vite sous l'effet de la pandémie. Comment les distributeurs doivent ils répondre à ces nouvelles attentes ? Quelle sera la place du digital dans le commerce ? Comment continuer à attirer les clients en point de vente physique ? A quoi ressemble le retail en 2030?

Frédéric PERODEAU –Agence 5.5 RETAIL

Fondateur- France

• 12H30-13H00

Conférence 3 (Tulipe)

Le retail marketing face aux nouveaux usages en Tunisie, des 12 secondes de la vitrine au 12 secondes du reel.

Un utilisateur qui change de comportement face aux nouveaux outils digitaux que lui offre les réseaux sociaux, la promotion passe du marketing de la vitrine au marketing du contenu.

L'avantage du mètre carré disparaît face aux secondes des vidéos.

Que doivent faire les marques pour maintenir un trafic rentable dans leur magasin grâce au digital to store

Kais BEN SEDRINE-CEO-WEZIGN -Tunisie

13H00-14H00 - Déjeuner & Networking

• 14H00-15H00

Panel 2: (Tulipe)

Les voix des e-commerçants

Modérateur : **Walid KOOLI-Expert E-commerce -Tunisie**

- **Kais SANCHOU-DG-JUMIA-Tunisie**
- **Bassem BEN JMEAA -Fondateur VIDANGE. TN-Tunisie**
- **Slim LARIBI- Directeur E-commerce DECATHLO -Tunisie**
- **Mahmoud Tounsi-Directeur d'exploitation Talos.tn -Tunisie**
- **Yassir EL ISMAILI-Chief Expansion & Growth Officer-APPETITO-LAMMA-Tunisie**

• 15H00-15H30

Conférence 4(Tulipe)

Des dispositifs architecturaux ciblés et un retail design transposant une stratégie marketing : Les conditions indispensables de la réussite d'un commerce aujourd'hui et demain.

Le consommateur a changé, l'expérience shopping a changé Le monde a changé et le changement est croissant à une vitesse inédite.

Quels sont ces changements qui ont impacté le consommateur et le shopping expérience ?

Quels sont les solutions et les réponses du retail design pour affronter ces changements ?

Marie Rima MASMOUDI- Retail Interior Designer - Project Manager - Tunisie

• 15H30-16H00

Conférence 5(Tulipe)

Le retail se laisse tenter par le metavers

Après les maisons de luxe et les équipementiers sportifs, les acteurs de la grande distribution se laissent tenter par le metavers. A titre d'exemple, Carrefour a acquis un terrain dans The Sandbox et Casino y a lancé un jeu sur le thème de l'alimentation au printemps. Pourquoi un tel intérêt pour un univers fictif auprès des distributeurs?

Chourouk MZAHI-CEO-PARCUS SOLUTIONS -Tunisie

• 16H00-16H30

Conférence 6 (Tulipe)

Buyer Personas l'outil indispensable à la réussite de votre stratégie marketing digitale et de comprendre vos différents types de client

C'est l'outil indispensable pour comprendre vos différents types de client de manière à mettre en oeuvre les réponses adaptées à leurs problématiques et leurs proposer les produits adaptés à leurs besoins

Abir TURKI-Manager WEBCOM-Tunisie

• 16H30-17H00

Conférence 7(Tulipe- videoconférence)

Boîte à outils E-commerce du Manager : Les incontournables outils et techniques pour réussir !

Il s'agit d'un récapitulatif des dernières techniques, outils et concepts que n'importe quel manager devrait connaître afin de pouvoir mener à bien et réussir à vendre en ligne. Des exemples concrets d'outils et de résultats seront partagés avec les participants

Ines NASRI-DG -WEBPOWER -Tunisie

La journée du 22 JUIN 2022

• 8H30

Accueil des participants

• 8H30-9H00

Ouverture des MMD 2022

Lamia TRITAR -CEO ICEBERG AGENCY-
Présidente et fondatrice ATPMC

• 9H00-10H30

Atelier 3 (Tulipe)

Le Retail de demain : Le Retail pivote ? Ou comment se réinventer face aux évolutions des marchés et des consos

3 sujets présentés et pour échanger ensemble :

- Les tendances sociétales qui font bouger le Retail
- Les secteurs en renaissances
- les nouveaux secteurs

Sandra BONIS CHARANCLE- Directrice de missions- Agence CROSS-France

Atelier 4 (Mimosa)

**Le Crowd-marketing au service des marques
Découvrir la réalité de vos exécutions in-store grâce à la foule**

70% des décisions d'achat sont prises une fois en magasin. Les sociétés d'audit de magasins traditionnelles peuvent être coûteuses, lentes et limitées en volume et en champ d'action. Vous pouvez tirer parti de la force d'une communauté flexible et permettre à vos équipes de terrain d'utiliser toute leur expertise pour stimuler les ventes

Mehdi MAJDOUB – CEO-WERYOU-Tunisie

10H30-11H00 - Pause-Café

• 11H00-12H00

Atelier 5 (Tulipe)

« FMCG, Perfect Store » (Image Parfaite)

Comment la construire

Sortir avec un guide pratique de développement du " Perfect Store "

Lors de cet atelier plusieurs points seront abordés:

- Image Parfaite / Perfect Store+Quel intérêt et quel rôle dans la stratégie de croissance dans les points de vente
- Analyser l'ADN du point de vente; comment et quel intérêt
- Définir l'assortiment type par catégorie de point de vente selon son ADN
- Définir la stratégie d'emplacement cible & planogramming

Zakaria GLENZA –Managing Director-
THIRDEYE GROUP

Atelier 6 (Mimosa)

Comment sortir du seul discours Prix/Marge ?

il est dommage que les échanges entre industriels et distributeurs se résument la plupart du temps à parler Prix et Marge. et cela peut parfois se faire au détriment du Shopper. Comment peut on en sortir? Quels discours doivent tenir les forces de vente pour amener de la vraie valeur ajoutée aux distributeurs,

Frédéric PERODEAU- Fondateur -Agence
5.5 RETAIL – France

• 12H00-12H30

Conférence 8

Tour du monde retail (Tulipe- videoconférence)

Grâce à la veille permanente réalisée par Retailoscope, nous vous présenterons une dizaine de points de vente expérientiels partout dans le monde.

Ainsi, vous voyagerez en Chine, en Europe et aux US pour découvrir des points de vente innovants et hors du commun.

Nicolas REBET- Fondateur -RetailOscope France

13H00-14H00 - Déjeuner & Networking