



## Qui sont les 8 lauréats des Trophées LSA du Category management ? Palmarès

LA REDACTION | CATEGORY MANAGEMENT, MARKETING & CONSO, CATEGORY MANAGER  
PUBLIE LE 24/03/2016



Pour la première fois, LSA a organisé les prix du category management, en partenariat avec Produits de l'année. Sept trophées ont été remis pour saluer les initiatives les plus innovantes et génératrices de chiffre d'affaires. Coca-Cola, Intermarché et Microsoft se sont notamment distingués.

### Catégorie promotion et trade marketing

Le vainqueur : **Intermarché** pour son dispositif sur la fête de la pâte

Le distributeur a mis en place un temps fort promotionnel "La Fête de la pâte" avec pour objectif pour valoriser le rayon et de capitaliser sur sa forte pénétration pour créer des ventes additionnelles avec des produits périphériques comme les sauces.

### Catégorie merchandising

Les vainqueurs : **Coca-Cola** et son rayon chez **Carrefour**, Savencia et son concept dédié à la proxi

- Coca-Cola a créé chez Carrefour un rayon soft drinks plus coloré et attractif avec des écrans digitaux.
- Le groupe Savencia a proposé quant à lui un concept adapté à la proxi via un merchandising innovant: l'offre est plus large pour un même espace donné et le mobilier permet de clarifier l'offre, le tout pour développer les achats d'impulsion au rayon des fromages.

### Catégorie e-merchandising

Le vainqueur : **Alkemics et la Martiniquaise**

La société Alkemics a aidé la Martiniquaise (marques Poliakov, label 5, Saint-James, Porto Cruz...) en créant des fiches produits en ligne enrichies en contenus pour les sites e-commerce des distributeurs.

### Catégorie expertise shopper

Le vainqueur : **Emnos et son concept pour la proxi**

Emnos s'est appuyé sur des données clients des enseignes pour optimiser les ventes en proxi sur 14 catégories de produits.

### Catégorie cross canal

Le vainqueur: **Epta et ses e-lockers**

Epta a mis en place des casiers réfrigérés et connectés pour optimiser les possibilités de click and collect en dehors des magasins.

### Catégorie fidélisation

Le vainqueur: **Microsoft France**

Microsoft a imaginé une mécanique 100 % digitale pour doper les ventes de sa dernière console de jeu, la X box One. Ses joueurs les plus fidèles ont pu bénéficier de réductions sur des sites e-commerce en fonction de leur points acquis sur des jeux vidéos.

### Catégorie expérience shopper

Le vainqueur: **Intermarché pour les ladies nights**

Initiative partie de l'adhérent Stéphane Sinopoli, Intermarché a imaginé un dispositif innovant en invitant des clientes à venir se faire chouchouter lors de soirées organisées dans son magasin, en partenariat avec plusieurs marques. L'initiative, qui vise à contrer la percée de la parfumerie sélective à bas prix notamment, va se dérouler, en 2016, dans près d'une centaine de points de vente.