



FORUM 26 & 27 Juin 2013

des **MODES DE DISTRIBUTION
ALIMENTAIRE INNOVANTS**

THÉÂTRE
DE L'ODYSSÉE
PÉRIGUEUX

DOSSIER DE PRESSE

**ANTICIPER LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE
DE DEMAIN !**



Contact Presse

Territoires&co
Communication des Entreprises et des Institutions

Catherine-Elise Guillaumin
ceguillaumin@territoires-co.com
05 56 00 89 50 // 06 81 68 00 22

Sommaire

COMMUNIQUE DE PRESSE : FODALI, l'unique rendez-vous des professionnels en France sur les évolutions de la distribution alimentaire p. 3

La Communauté d'Agglomération Périgourdine (CAP) : une ambition et des moyens au service des entrepreneurs..... p. 5

■ **La CAP : territoire d'entrepreneurs**

■ **Des infrastructures multiples pour piloter des projets de toutes tailles**

- UN RESEAU TRES HAUT DEBIT : C@p-Connexion
- PLUS DE 200 HA DE PARCS D'ACTIVITES
- UNE PEPINIERE D'ENTREPRISES, cap@cités
- DES COMPETENCES MULTIPLES

La Dordogne : un secteur de l'agroalimentaire en constante innovation p. 8

■ **L'agroalimentaire, 1er secteur industriel en Dordogne**

■ **Une filière innovante, diversifiée et structurée**

■ **Des infrastructures spécifiques d'accompagnement**

- L'INSTITUT DU GOUT DU PERIGORD ET LE LABORATOIRE D'ANALYSE SENSORIELLE
- LES LABORATOIRES DE RECHERCHE ET LES PLATES-FORMES TECHNOLOGIQUES

FODALI : L'unique rendez-vous professionnel en France sur les modes de distribution alimentaire innovants..... p. 11

■ **Anticiper la distribution alimentaire de demain !**

■ **La thématique 2013**

■ **4 Parcours thématiques**

■ **Temps forts**

- UNE PROGRAMMATION DENSE SUR 2 JOURS
- 2 EVENEMENTS EN OUVERTURE ET EN CLOTURE DU FORUM !
- DES OPPORTUNITES DE RENCONTRES ET D'ECHANGES

■ **Programme**

■ **Intervenants et sujets des plénières, tables rondes et ateliers**

- PARCOURS APPROVISIONNEMENT
- PARCOURS VENTE
- PARCOURS MARQUE DE TERRITOIRE
- PARCOURS NUMERIQUE

Appel à projets national

« Service numérique innovant dans la distribution alimentaire » p. 23

■ **Faire connaître son service numérique innovant en distribution alimentaire !**

- POUR SA 1ERE EDITION, FODALI MET LA LUMIERE SUR LE NUMERIQUE A TRAVERS UN APPEL A PROJETS NATIONAL
- DES PROJETS ISSUS DES 4 COINS DE LA FRANCE
- DES PROJETS ALLIANT INNOVATION NUMERIQUE ET PROXIMITE

■ **FODALI réunit les services numériques les plus innovants actuellement sur le marché**

- DECOUVRIR LES NOMINES (TOUTES CATEGORIES CONFONDUES)

Informations pratiques et Partenaires p. 32

■ **Informations pratiques**

■ **Partenaires du FODALI**

Index des intervenants p. 34

Communiqué de presse



FODALI, L'unique rendez-vous des professionnels en France sur les évolutions de la distribution alimentaire

Les 26 et 27 juin 2013, Périgueux est au centre des réflexions de la distribution alimentaire, alors même que ce secteur s'apprête à vivre ces 10 prochaines années des changements plus profonds que ce qu'il a connu ces 10 dernières années !

Près de 30 intervenants se succèdent sur FODALI, initié par la Communauté d'Agglomération Périgourdine : experts du secteur, producteurs, industriels ou encore distributeurs échangeront dans le cadre de plénières, tables rondes et ateliers, avec notamment :

- *Parcours Approvisionnement* : SOBEVAL / « Manger bio Sud-Ouest » / Arbio Aquitaine...
- *Parcours Vente* : l'ObSoCo / Carrefour Proximité / E.Leclerc / la FEEF / TNS Sofres / la CGAD / la SEMA (Source des Abatilles)...
- *Parcours Marque de territoire* : Coop de France Aquitaine / Produit en Bretagne / le CIVRB / Producta Vignobles / l'Observatoire de l'Image des Territoires...
- *Parcours Numérique* : le groupe Dia-Mart / GS1 France / DIGITAS (pour le prototype de « Connected Glasses ») / La ruche qui dit oui ! / paysans.fr / Drive Fermier® 33 / Ecomiam / Vinoreco...

Deux temps forts ponctuent FODALI :

- **26 juin 2013 à 12H30** : Remise des prix aux 3 lauréats de l'appel à projets national « Service numérique innovant pour la distribution alimentaire ».
- **27 juin 2013 à 16H30** : Clôture du forum par Stéphane LE FOLL, ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt.

Sans oublier les **nominés de l'appel à projets national réunis au sein de l'Espace Innovations Numériques** : une façon de découvrir ce qui préfigure aujourd'hui la distribution alimentaire de demain !

En savoir plus (programme, intervenants, nominés de l'appel à projets national...) :

www.fodali.com

UNE PROGRAMMATION DENSE SUR 2 JOURS

Au cœur des débats de FODALI, une tendance de fond : **la recherche de sens des consommateurs qui se traduit par un besoin de proximité**. Face à cela, quels impacts et quelles réponses imaginer tant par les distributeurs que par les industriels ou encore les producteurs ?

2 conférences plénières et 5 tables rondes réunissant des experts nationaux, ainsi que près d'une dizaine d'ateliers sur des illustrations traitent ces questions :

- La proximité : la valeur montante de la distribution alimentaire en France ?
- S'approvisionner en local : mythe ou réalité ?
- La distribution de masse, un modèle en mutation ?
- Le locavorisme peut-il résister à la crise ?
- Le boom des marques territoriales : quels enjeux pour le territoire ?
- ...

Avec notamment :

- Philippe MOATI, professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-président de L'ObSoCo
- Christine BARTHE, déléguée générale de la FEEF
- Pascale GRELOT-GIRARD, directrice du département Consumer de TNS Sofres
- Jean-Pierre RAYNAUD, président de Coop de France Aquitaine, vice-président du conseil régional d'Aquitaine et président de l'AAPrA
- Malo BOUËSSEL DU BOURG, directeur de Produit en Bretagne
- Gilles GAUTHIER, directeur général de SOBEVAL
- Nicolas FERREOL, Responsable Développement Sud-Ouest Carrefour Proximité
- Fabrice FAURE, membre du comité stratégique Leclerc, président de la Scaso et dirigeant de magasins en Dordogne
- Marie-Jane PADOIS, responsable marketing et développement de la SEMA (Source des Abatilles)
- Didier GOURAUD, président de la CGAD (Confédération Générale de l'Alimentation en Détail) Aquitaine, président de l'UPA Aquitaine et président de la Fédération des Artisans Bouchers Aquitaine
- Guilhem CHERON, président et co-fondateur de La ruche qui dit oui !
- Yann MONDON, président de Vinoreco
- Daniel SAUVAGET, directeur général d'ecomiam
- Denis CHAUSSIER, président du Relais Agriculture & Tourisme de la Gironde - Réseau Bienvenue à la ferme, Marchés des Producteurs de Pays, Drive-fermier
- ...

UN ECLAIRAGE PARTICULIER SUR LE « digital retail »

Parce que FODALI, c'est aussi et avant tout un regard sur demain, l'édition 2013 met particulièrement en lumière le numérique :

- A travers **la programmation**, avec une table ronde, des ateliers et la plénière de clôture le **27 juin 2013 à 15H00** : « **Le numérique : vraie ou fausse révolution du commerce alimentaire de demain ?** » qui réunira :
 - Gaëlle DEROME, directrice associée de Dia-Mart
 - Vincent DRUGUET, directeur général adjoint de DIGITAS (pour le prototype de « Connected Glasses » préfigurant le « g-commerce »)
 - Pierre GEORGET, CEO de GS1 France
 - Marc SAHRAOUI, directeur du développement de paysans.fr et président de l'association des commerces de produits frais en ligne
- Un **appel à projets national** sur les services numériques innovants dans la distribution alimentaire. Clos le 31 mars 2013, il a tenu ses promesses ! Les nominés sélectionnés par un jury de professionnels sont réunis au sein de **l'Espace Innovations numériques** pendant les deux jours du forum : une véritable opportunité pour faire un tour d'horizon de ce qui préfigure aujourd'hui la distribution alimentaire de demain ! **Remise des prix aux 3 lauréats** : le **26 juin 2013 à 12H30** !

Les nominés toutes catégories confondues (*Vente/Après-vente ; Information du consommateur ; Animation de communautés*) : aboneopancier.fr, Chef Jérôme, Cookening, Drive Fermier® 33, MediasPaysans, MX-Glass, Click-eat.fr, FidMe, Le Bon Drive, Mesgouts.fr et Planicook.

La Communauté d'Agglomération Périgourdine (CAP) : une ambition et des moyens au service des entrepreneurs

Consciente de son potentiel économique, la CAP a lancé, en 2004, une véritable stratégie de développement économique de son territoire qui se traduit aujourd'hui par **des infrastructures performantes dédiées à l'initiative économique**.

La CAP : territoire d'entrepreneurs

Première agglomération en Dordogne avec ses 18 communes et plus de 70 000 habitants, la CAP est également le **premier pôle économique de la Dordogne**, avec 6 500 entreprises privées, Plus de 27 000 emplois salariés, soit 23% de l'ensemble du département.

UNE AGGLOMERATION RESOLUMENT TOURNEE VERS L'AVENIR

La CAP a compétence en matière de développement économique.

« Depuis 1996, nous avons en charge de mener la politique du développement économique global sur l'ensemble des communes de la CAP. Pour cela, nous avons lancé en 2004 une politique cohérente et ambitieuse, après une réflexion stratégique concertée. Notre objectif est simple : **faire du développement économique durable ! Parce que notre territoire est à taille humaine, nous avons joué la carte de la proximité en associant infrastructures modernes et prestations innovantes dédiées aux entrepreneurs** » affirme Claude BERIT-DEBAT, Président de la CAP et sénateur de la Dordogne.

En 2012, 13% des dépenses d'investissement ont été consacrées au développement économique.

Des infrastructures multiples pour piloter des projets de toutes tailles

Pour assumer ses ambitions, la CAP s'est donné les moyens en investissant massivement dans des infrastructures destinées à développer l'initiative économique des chefs d'entreprise : un réseau « très haut débit » (C@p-Connexion) inédit pour une agglomération de cette taille en France, pas moins de 6 parcs d'activités (et notamment le site de Cré@Vallée), une pépinière d'entreprises (cap@cités) et une offre de formations complète proposant une main d'œuvre locale de qualité...

UN RESEAU TRES HAUT DEBIT : C@p-Connexion

> La CAP est la première agglomération de sa catégorie à proposer aux entreprises, la technologie la plus performante en matière de télécommunication.

« Se doter d'un tel outil constituait pour nous un élément indissociable de la stratégie de développement économique de notre agglomération. Je dirai même que c'était une condition essentielle. Ce fut en quelque sorte la première pierre ! » rappelle Jean-François LARENAUDIE, Vice-Président en charge du Développement économique et des Nouvelles technologies de la CAP.

> Grâce à cette infrastructure « high tech » développée sur un réseau de près de 60 kilomètres, les entreprises résidentes sur les parcs d'activités peuvent échanger des informations en grande quantité, à très grande vitesse et ce, dans un même tuyau (débit maximum : 100 Mega et plus). **Résultat : les entreprises de l'agglomération peuvent donc bénéficier des mêmes offres techniques et tarifaires que celles proposées aux sociétés situées à La Défense !**

PLUS DE 200 HA DE PARCS D'ACTIVITES

Sur une surface totale de 230 hectares, la CAP propose pas moins de six parcs d'activités¹, industriels, commerciaux et tertiaires. Parmi eux, **Cré@Vallée**, dernier né des parcs d'activités de l'agglomération (57 ha), jouit d'une **position unique** : installé sur deux sites (Nord et Sud) en bordure de l'A89 (Bordeaux – Lyon – Genève) et du principal nœud routier de la Dordogne (A89/N21).

Sa vocation : accueillir toute activité en agroalimentaires et dans les TIC. **76 entreprises sont d'ores et déjà implantées sur le site, générant près de 820 emplois. La CAP vise l'installation d'une centaine d'entreprises d'ici à 2015, soit près de 1 200 emplois.**

UNE PEPINIERE D'ENTREPRISES, cap@cités

> Mise en service en mars 2009, la pépinière d'entreprises est située **au cœur du site Cré@Vallée**, c'est-à-dire au plus proche des entreprises et des prestations proposées par le pôle interconsulaire, qui regroupe les 3 chambres consulaires de la Dordogne.

Objectif : soutenir les créateurs et les entreprises de moins de 3 ans. Les études le montrent : 90% des entreprises en pépinière sont toujours en activité au bout de 3 ans, contre 67% en milieu « ordinaire ». Forte d'une **capacité d'accueil d'une douzaine d'entreprises**, cap@cités accueille 11 entreprises. Les secteurs visés : **l'agroalimentaire, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, ainsi que tout projet innovant quelle que soit l'activité.**

> cap@cités propose aux « jeunes pousses » **un accompagnement personnalisé de l'entrée en pépinière jusqu'au départ** : conseil en développement, aide à la recherche de financement, appui au recrutement, mise en relation avec un réseau d'experts (juristes, comptables, fiscalistes...). L'équipe de cap@cités facilite également l'intégration de jeunes entrepreneurs au tissu

¹ PERI OUEST (Chancelade / Marsac-sur-l'Isle) ; BRANDEAUX (Coursac) ; CRE@VALLE SUD (Notre-Dame-de-Sanilhac) ; CRE@VALLE NORD (Coulounieix-Chamiers) ; LA RAMPINSOLLE (Coulounieix-Chamiers) ; JARIJOUX (Champcevinel) ; BORIE-PORTE (Trélissac).

économique local (club de dirigeants, cercles de réflexion...) et leur mise en relation avec des partenaires potentiels (fournisseurs, investisseurs...).

Outre ce panel de prestations, cap@cités offre, sur plus de 1000 m², **des conditions matérielles préférentielles** : bureaux/ateliers à loyer modéré, **accès très haut débit**, espaces et logistique communs (accueil, salle de réunion, salle de visio-conférence, espace détente, postes informatiques, matériel de reprographie...).

DES COMPETENCES MULTIPLES

- > L'agglomération dispose d'un **pôle universitaire, détaché de l'Université de Bordeaux IV**. Regroupant 2 500 étudiants, il dispense des diplômes jusqu'au Bac+5 dans de nombreuses disciplines. Deux d'entre eux dans les secteurs attractifs de la région sont uniques en France : le DUT Développement touristique et la Licence professionnelle Création, reprise, encadrement des TPE-PME agroalimentaire.
- > En outre, **trois écoles de formation supérieure** ciblent les besoins locaux : le lycée agricole La Peyrouse ; l'école supérieure de Savignac pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les structures de loisirs ; l'ESAAL – Ecole Supérieures d'Achats, Approvisionnements et Logistique.
- > Par ailleurs, côté formation professionnelle, l'Ecole hôtelière, le Lycée agricole, la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, le Centre Départemental de Formation des Apprentis Agricoles, les Compagnons du Devoir préparent les jeunes aux métiers de l'agroalimentaire, de l'hôtellerie-restauration, aux métiers de bouche, de l'automobile, du bois, des soins à la personne, du bâtiment... Leur formation et leur expérience du terrain les rendent immédiatement opérationnels en entreprise.
- > Enfin, la CAP dispose sur son territoire de **laboratoires de recherche** qui travaillent en étroite collaboration avec les entreprises de tous secteurs (agroalimentaire, chimie, plastique...). Pour la filière agroalimentaire en particulier, des **plates-formes technologiques** accompagnent les entreprises pour la création et le développement de leurs produits (prototypage, tests, préséries, pré-industrialisation...).

La Dordogne : un secteur de l'agroalimentaire en constante innovation

L'agroalimentaire, 1^{er} secteur industriel en Dordogne

> La Dordogne est une terre rurale dans laquelle l'**agriculture** a toujours joué un rôle déterminant. Très diversifiée, on y trouve l'essentiel de ce que peut produire l'agriculture. **Le Périgord compte deux fois plus d'entreprises dans ce secteur (18%) que la moyenne nationale (8%).**

A noter, la Dordogne occupe les premiers rangs nationaux dans la production de foie gras d'oies, de fraise, de tabac blond, de noix, de châtaigne, de prune et de veaux de boucheries.

> L'agroalimentaire, premier secteur industriel en Aquitaine (5^{ème} rang national), occupe également le même rang en Dordogne, mais aussi dans l'agglomération de Périgueux. Filière très diversifiée, elle représente **185 entreprises de plus de 5 salariés et emploie près de 25% des salariés de l'industrie dans le département.**

L'agglomération de Périgueux en particulier dénombre **plus de 200 entreprises agroalimentaires**. Parmi elles, la Dordogne compte de véritables « fleurons » : *Fromarsac* (fromage à pâte fraîche), *Sobeval* (transformation du veau) ou encore *Martine Spécialités* (pâtisserie industrielle).

Une filière innovante, diversifiée et structurée

Du producteur de matières premières au produit fini en passant par les prestataires et sous-traitants spécialisés (emballages, logistique, services industriels, conseil en développement, informatique...), la filière agroalimentaire en Dordogne réunit l'ensemble de la chaîne, et donc l'ensemble des partenaires nécessaires pour les entreprises du secteur.

Au-delà d'être diversifiée, la filière agroalimentaire est aussi structurée, **de l'artisanat à l'industrie de transformation**. Sa force réside en **un tissu d'entreprises de petite taille** qui privilégient la technicité et les procédés de qualité, qui sont situées près de leurs sources d'approvisionnement et qui bénéficient d'un savoir-faire pérenne et reconnu.

Forte d'un savoir-faire ancestral, la filière est résolument engagée dans **une démarche de qualité et haut de gamme**. Nombreuses entreprises sont en effet certifiées ISO 9000 ou 14001, et engagées dans la démarche HACCP. Toutes bénéficient d'une **image Périgord forte**, territoire nourri de traditions culinaires. Sont dénombrés pas moins de 18 AOC, 6 IGP et 4 Labels Rouges, ainsi que de nombreux produits certifiés agriculture biologique et une marque départementale.

Des infrastructures spécifiques d'accompagnement

Riche d'un territoire nourri de traditions et de savoir-faire liés à la gastronomie, **la CAP favorise le développement de la filière agroalimentaire**. Pour cela, elle met à la disposition des entreprises un ensemble complet d'infrastructures destinées à tester, créer ou développer des produits alimentaires de qualité : **l'Institut du Goût du Périgord** et le Laboratoire d'analyse sensorielle, ainsi que les laboratoires de recherche et plates-formes technologiques.

L'INSTITUT DU GOUT DU PERIGORD ET LE LABORATOIRE D'ANALYSE SENSORIELLE

L'Institut du Goût du Périgord, inauguré en 2007, est le **premier centre d'appui à l'innovation agroalimentaire de qualité**. Son rôle est d'aider et d'accompagner les entreprises dans la recherche de la qualité pour de nouveaux produits alimentaires ou des produits existants.

Sa force réside dans sa spécificité : son statut, celui d'une association née de la volonté et du besoin de l'ensemble des acteurs de la filière agroalimentaire du territoire : entreprises ; organismes de formation & de recherche ; institutionnels & collectivités. Aujourd'hui, cette structure mixte privé/public, créée sous l'impulsion de la CAP, compte une **cinquantaine d'adhérents, dont une quarantaine d'entreprises**, constituant ainsi un véritable réseau de partenaires.

Autre spécificité, celle de **regrouper au sein d'une même structure une double compétence : l'analyse sensorielle** à travers son laboratoire accrédité Cofrac, mais aussi la **capacité à mettre au point un produit** à travers son pôle de recherche et innovation.

> Avec le **laboratoire d'analyse sensorielle**, l'Institut du Goût du Périgord propose de tester et d'évaluer des produits agroalimentaires, voire cosmétiques ou textiles selon le goût, l'odorat, le toucher, la vue ou encore l'ouïe. Pour cela, il dispose d'**une base consommateurs Nationale de 7 550 personnes**, dont 2 500 hommes, 3 050 femmes et 2 000 enfants. Les tests se déroulent « in situ » ou depuis son lieu de résidence en s'inscrivant sur une plateforme (www.teste-et-approuve.com).

Son **rayon d'action est national**, le laboratoire d'analyse sensorielle intervenant auprès des plus grands groupes agroalimentaires et de distribution français, ainsi qu'auprès des filières de production dans le cadre de l'obtention des signes officiels de qualité (AOC, IGP, label rouge). En témoigne **son activité qui ne cesse de progresser d'année en année : 900 produits ont été testés en 2012**.

> Autre service : **le pôle de recherche et d'innovation**. Cette structure offre un accompagnement méthodologique des entreprises dans leurs projets d'innovation produits, **de l'idée à la mise sur le marché** : mise en réseau des compétences scientifiques, technologiques et marketing existantes ; impulsion de partenariats d'entreprises ; recherche de fournisseurs, de prestataires spécialisés... L'Institut du Goût intervient alors comme **un véritable service de R&D et de marketing décentralisé** pour une entreprise.

LES LABORATOIRES DE RECHERCHE ET LES PLATES-FORMES TECHNOLOGIQUES

> Des laboratoires de recherche ouverts au partenariat avec les entreprises :

- Le *Laboratoire Départemental d'Analyse et de Recherche - LDAR* (alimentation, environnement, biologie vétérinaire) : prestations d'analyses et de contrôles.
- L'*Equipe de Recherche Agroalimentaire Périgourdine - ERAP* (biochimie, microbiologie, génie des procédés, chimie alimentaire) : procédés nouveaux de conservation, décontamination des produits alimentaires par haute pression, compatibilité des emballages, phénomènes de transfert de chaleur et de matière...
- L'*Equipe Périgourdine de Chimie Appliquée - EPCA* (chimie analytique et qualité des aliments) : caractérisation des arômes alimentaires, contamination organique...

> Des plates-formes technologiques mises à disposition des entreprises pour la création et le développement des produits (prototypage, tests, préséries, pré-industrialisation...)

- La *halle de technologie*, installée sur le campus universitaire, couvre toutes les facettes du Génie Industriel Alimentaire (génie industriel alimentaire, techniques de transformation et de conservation des produits alimentaires).
- La *plate-forme technologique ABC Périgord de génie des procédés* est spécialisée en génie agroalimentaire, génie biologique, chimique et industriel.
- L'*atelier agroalimentaire* du Lycée agricole est une unité de fabrication de produits à base de viande (foie gras, porc et veau).

FODALI

L'unique rendez-vous professionnel en France sur les modes de distribution alimentaire innovants

Anticiper la distribution alimentaire de demain !

A l'heure où le monde de la distribution alimentaire vit une profonde mutation, **FODALI**, le **Forum des modes de Distribution ALimentaire INnovants**, est l'unique rendez-vous professionnel en France pour décrypter et débattre des enjeux, des tendances, des innovations et des expériences réussies.

Initié par la Communauté d'Agglomération Périgourdine, FODALI, c'est :

- Le forum sur les évolutions de la distribution alimentaire au regard des nouveaux comportements d'achat,
- Le forum où l'on s'interroge, où l'on débat et où l'on partage ses expériences,
- Un forum entre professionnels : producteurs, industriels, distributeurs, restaurateurs, logisticiens, prestataires de services et institutionnels.

Au cœur des débats de l'édition 2013, une tendance de fond : la recherche de sens des consommateurs qui se traduit par un besoin de proximité.

> Quelles solutions apporter pour répondre à ces nouveaux comportements ?

- Développer les circuits courts ?
- Imaginer de nouveaux formats de commerce de proximité ?
- Réorienter ses approvisionnements en intégrant davantage d'achats locaux et le faire savoir ?
- Créer une marque collective régionale fédérant les PME locales ?
- Intégrer à son marketing produit une dimension locale ou régionale ?
- Imaginer des stratégies multicanal intégrant les nouveaux usages numériques ? ...

Conférences, tables rondes et ateliers aborderont ces questions s'appuyant sur des témoignages d'experts nationaux et sur des illustrations d'ici et d'ailleurs exposées par les professionnels du secteur.



Une occasion unique pour mieux comprendre ces mutations et les anticiper !

La thématique 2013

Crise économique, mondialisation des circuits d’approvisionnement, nouvelles technologies et nouveaux usages numériques, prise de conscience environnementale voire citoyenne... sont autant de facteurs qui conduisent **le secteur de la distribution alimentaire à vivre une mutation profonde**. Nouvelles stratégies, nouveaux acteurs, quelle redistribution des cartes dans les années à venir de l’amont de la filière à la transformation des produits en passant par les nouvelles formes de commerce ?



Une tendance émerge : le consommateur veut que son achat ait du sens.

Envie de bien manger, d’être rassuré sur l’origine et la fraîcheur des produits, besoin de lien social, soucis des impacts environnementaux, recherche du meilleur prix, soutien de l’activité économique locale... autant d’éléments qui caractérisent désormais l’acte d’achat.

> Conséquences : **producteurs, industriels, distributeurs, restaurateurs, logisticiens, prestataires de services et institutionnels**, chacun rivalise d’initiatives pour capter de nouveaux clients et répondre à ces nouveaux comportements :

- développement des circuits courts,
- approvisionnements locaux,
- intégration de produits locaux dans les rayons,
- multiplication de nouveaux concepts commerciaux axés sur la proximité,
- marketing produit intégrant une dimension locale/régionale,
- utilisation de nouvelles solutions numériques...

4 Parcours thématiques

Sur chacun de ces thèmes, FODALI permet d'**appréhender les enjeux**, de **débattre** et de **décrypter les tendances**, mais aussi de **partager ses expériences**.

Parcours Approvisionnement

Alors que le terreau consumériste devient favorable au locavorisme, les grandes surfaces multiplient des approches pour développer et rendre visible leur offre locale. De nombreux industriels misent également sur les circuits-courts et le font savoir dans leur marketing produit. Sans oublier les coopératives, qui placées entre l'amont agricole et le commerce de détail, bénéficient d'une position stratégique. La restauration est également concernée, et notamment collective via la création de plateformes logistiques en circuits courts.

Parcours Marque de territoire

De plus en plus de collectivités soutiennent la création de leur propre « marque territoriale » pour promouvoir leurs produits locaux, et donc les PME de leur région. De son côté, la grande distribution n'est pas en reste : depuis plusieurs années, des enseignes ont développés des produits du terroir sous leur marque. Le tout cohabite avec les signes officiels de qualité ou d'origine, les signes distinctifs ou encore les mentions européennes (AOP, IGP...). Quid du consommateur... Quid des stratégies des TPE/PME ?

Parcours Vente

Manger local, demande de proximité... tous les observateurs le constatent : le comportement des consommateurs est en pleine mutation. Les motivations sont variées : sociologiques, écologiques, sociales, économiques voire citoyennes. Conséquences : de plus en plus de producteurs misent sur les circuits courts sous divers formats, les enseignes de la grande distribution développent des concepts de proximité, les industriels « marketent local » leurs produits, tandis que les restaurateurs recherchent des formats de vente adéquats...

Parcours Numérique

Les technologies numériques viennent bouleverser les rapports entre producteurs, distributeurs, restaurateurs et consommateurs. Explosion du drive du côté de la grande distribution, multiplicité des sites ou applications mobiles, généralisation des réseaux sociaux, développement de stratégies multicanal... autant d'éléments qui font émerger de nouveaux usages et comportements chez les consommateurs dans leur acte d'achat...

UNE PROGRAMMATION DENSE SUR 2 JOURS

- > 2 conférences plénières en ouverture et en clôture.
- > 5 tables rondes réunissant des experts sur des thématiques précises.
- > Une dizaine d'ateliers sur des sujets techniques ou des illustrations.

2 EVENEMENTS EN OUVERTURE ET EN CLOTURE DU FORUM !

- > **En ouverture** : la **remise des prix aux 3 lauréats de l'appel à projets national** sur les services numériques innovants dans la distribution alimentaire : **26 juin 2013 à 12H30 !**
- > **En clôture** : FODALI accueille **Stéphane LE FOLL**, ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt !



DES OPPORTUNITES DE RENCONTRES ET D'ECHANGES

- > **L'Espace Innovations Numériques** pour découvrir **les 10 nominés** de l'appel à projets national (cf. page 25).
- > **L'Espace Partenaires** pour échanger avec l'ensemble des partenaires qui soutiennent FODALI (cf. page 33).

Programme

J1 > mercredi 26 juin*

10H45 11H00	MOT D'OUVERTURE		
11H00 12H30	PLÉNIÈRE OUVERTURE La proximité : valeur montante de la distribution alimentaire en France ?		
12H30 13H00	APPEL A PROJETS NATIONAL : REMISE DES PRIX		
14H30 16H00	TABLE RONDE VENTE La distribution de masse, un modèle en mutation ?	ATELIER VENTE Les producteurs et les circuits courts : illustration.	ATELIER NUMÉRIQUE Les TIC, une aubaine pour doper les ventes de produits locaux ?
17H00 18H30	TABLE RONDE APPROVISIONNEMENT S'approvisionner en local : mythe ou réalité ?	ATELIER APPROVISIONNEMENT L'approvisionnement local en restauration collective : comment ça marche ?	ATELIER MARQUE DE TERRITOIRE La percée des MDD terroir dans le rayon vin : quelles opportunités pour le territoire ?

J2 > jeudi 27 juin*

9H00 10H15	TABLE RONDE MARQUE DE TERRITOIRE Le boom des marques territoriales : quels enjeux pour le territoire ?	ATELIER VENTE Le local est-il devenu un réel atout vente pour les industriels de l'agroalimentaire ?	ATELIER NUMÉRIQUE Le numérique : la nouvelle guerre de l'information ?
10H45 12H00	TABLE RONDE NUMÉRIQUE Cybermarché, drive, magasin : quelle cohabitation et quelle stratégie pour demain ?		ATELIER MARQUE DE TERRITOIRE Success story de marque territoriale.
13H30 15H00	TABLE RONDE VENTE Le locavorisme peut-il résister à la crise ?	ATELIER NUMÉRIQUE Entre producteur geek et blogueur vin : qui « nourrit » l'autre ?	
15H00 16H30	PLÉNIÈRE CLÔTURE Le numérique : vraie ou fausse révolution du commerce alimentaire de demain ?		
16H30 16H45	MOT DE CLÔTURE		

* Programme arrêté au 17/06/2013. Susceptible de modifications jusqu'au jour de l'événement.

Intervenants et sujets des plénières, tables rondes et ateliers

► Plénière d'ouverture

La proximité : valeur montante de la distribution alimentaire en France ?

La distribution alimentaire connaît une mutation profonde, véritable miroir de notre société. Envie de bien manger, d'être rassuré sur l'origine des produits, besoin de lien social, souci des impacts environnementaux, recherche du meilleur prix, soutien de l'activité économique locale... Le consommateur devient acteur et souhaite donner du sens à son acte d'achat. Quelles opportunités pour l'amont agricole ? Quelles réponses des industriels de l'agroalimentaire ? Quels impacts sur les modèles économiques des distributeurs ?

INTERVENANTS :

- Christine BARTHE, déléguée générale de la FEEF (Fédération des Entreprises et des Entrepreneurs de France)
- Nicolas FERREOL, responsable Développement Sud-Ouest Carrefour Proximité
- Gilles GAUTHIER, président de la Commission Veau et du Conseil des Inter-régions de la FNICGV (Fédération Nationale de l'Industrie et du Commerce en Gros des Viandes) et directeur général de SOBEVAL
- Philippe MOATI, professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-président de L'ObSoCo (L'Observatoire Société et Consommation)



Carrefour Proximité
La réussite nous rapproche



Animation : Benoit JULLIEN, Journaliste-consultant, ICAAL (Information et communication agroalimentaires)

► Plénière de clôture

Le numérique : vraie ou fausse révolution du commerce alimentaire de demain ?

La distribution alimentaire vit une mutation de rupture digne des 30 glorieuses sous l'impulsion des supports numériques dont les usages se multiplient à « vitesse grand V ». Les consommateurs semblent de plus en plus friands de consommation digitale qui apparaît comme un relais de croissance potentiel dans un contexte économique difficile. Quels défis à venir vont devoir relever les acteurs de la distribution ? Quel modèle imaginer pour demain ?

INTERVENANTS :

- Gaëlle DEROME, directrice associée de Dia-Mart
- Vincent DRUGUET, directeur général adjoint de DIGITAS (prototype de « Connected Glasses » avec Intermarché)
- Pierre GEORGET, CEO de GS1 France
- Marc SAHRAOUI, directeur du développement de paysans.fr et président de l'association des commerces de produits frais en ligne



DIGITAS



Animation : Benoit JULLIEN, Journaliste-consultant, ICAAL (Information et communication agroalimentaires)

PARCOURS APPROVISIONNEMENT

► Table ronde

S'approvisionner en local : mythe ou réalité ?

Face à la demande des consommateurs, les distributeurs et les industriels intègrent de plus en plus une dimension locale dans leurs achats alimentaires. Pour quel prix, dans quel but, pour quel type de produits et pour répondre à quelles attentes ? Quelles difficultés rencontrées ? Quels impacts organisationnels ? Quels bénéfices ?

INTERVENANTS :

- Guilhem CHERON, président et co-fondateur de La ruche qui dit oui !
- Diego THUET, directeur développement de SOBEVAL



Animation : Benoit JULLIEN, Journaliste-consultant, ICAAL (Information et communication agroalimentaires)

► Atelier

L'approvisionnement local en restauration collective : comment ça marche ?

Avec 3 milliards de repas servis chaque année, 7300 restaurants et 17 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisés en France, la restauration collective est devenue un enjeu alimentaire national. L'un des objectifs du Programme national pour l'alimentation est de faciliter l'accès des consommateurs de la restauration collective publique aux productions issues de circuits courts. De plus, la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP) a ajouté l'objectif d'introduire dans les repas des produits de saison, des produits à faible impact environnemental ou sous signes de qualité et d'origine. Aussi, de plus en plus de plateformes collectives de distribution en produits locaux voient le jour dans les régions. Comment ça marche ? Quelles difficultés rencontrées pour monter un tel projet ? Quelles bonnes pratiques diffuser ? Illustration.

INTERVENANTS :

- Magali GAYERIE, présidente de la SCIC « Mangeons 24 »
- Antoine VERGIER, chargé de mission restauration collective chez ARBIO Aquitaine
- Audrey VILLAIN, responsable commerciale de « Manger bio Sud-Ouest »



PARCOURS VENTE

► Table ronde

La distribution de masse, un modèle en mutation ?

Le commerce s'apprête sans doute à vivre ces 10 prochaines années des changements plus profonds que ce qu'il a connu ces 10 dernières années. Le règne de la consommation de masse semble être remis en question avec la diffusion des nouvelles technologies, la transformation de l'économie et l'évolution des comportements d'achat. Résultat : les distributeurs doivent faire face à un consommateur mieux informé, plus mobile et zappeur, tout en restant attentif au prix. Autant dire que c'est un véritable défi pour l'ensemble des enseignes de la distribution alimentaire. La distribution de masse a-t-elle encore de beaux jours à vivre ou bien ses jours sont-ils désormais comptés ?

INTERVENANTS :

- Fabrice FAURE, membre du comité stratégique Leclerc, président de la Scaso (le centre régional de Leclerc en Gironde) et dirigeants de magasins en Dordogne
- Didier GOURAUD, président de la CGAD (Confédération Générale de l'Alimentation en Détail) Aquitaine, président de l'UPA Aquitaine et président de la Fédération des Artisans Bouchers Aquitaine
- Philippe MOATI, professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-président de L'ObSoCo (L'Observatoire Société et Consommation)



Animation : Benoit JULLIEN, Journaliste-consultant, ICAAL (Information et communication agroalimentaires)

► Table ronde

Le locavorisme peut-il résister à la crise ?

Le locavorisme, néologisme du terme local et du suffixe vore, semble avoir la faveur des Français selon les études. Ses avantages ? Préservation du goût des produits, création d'emplois dans la région d'appartenance, sécurité alimentaire et sauvegarde du territoire. Petit bémol : des produits pas forcément compétitifs en termes de prix. Alors, cette tendance peut-elle s'inscrire dans la durée ?

INTERVENANTS :

- Pascale GRELOT-GIRARD, directrice du département Consumer de TNS Sofres
- Marie KEROUÉDAN, anthropologue, auteur de « Plaisir et conscience alimentaires » (éditions Sang de la terre – 2012) et formatrice
- Stéphane LINOÛ, 1er locavore français avec son expérience 100% local de 2008 à 2009, fondateur de la 1ère AMAP dans l'Aude et conseiller général de Castelnaudary-Nord



Animation : Joël AUBERT, rédacteur en chef Aqui.fr

► Atelier

Les producteurs et les circuits courts : illustration

Les producteurs se montrent de plus en plus inventifs et développent des concepts les plus divers pour répondre aux demandes des consommateurs. Illustration.

INTERVENANT :

- Antoine SAUVAGET, directeur général d'ecomiam



► Atelier

Le local est-il devenu un réel atout de vente pour les industriels de l'agroalimentaire ?

De plus en plus d'industriels communiquent sur leurs produits auprès des consommateurs en mettant en avant l'implantation de leurs usines ou le choix local de leurs matières premières ou bien encore de leurs fournisseurs... ou comment le « produire local » semble être devenu un argument de vente à part entière ! Illustration.

INTERVENANT :

- Marie-Jane PADOIS, responsable marketing et développement de la SEMA (Source des Abatilles)



PARCOURS MARQUE DE TERRITOIRE

► Table ronde

Le boom des marques territoriales : quels enjeux pour le territoire ?

Les créations de marques territoriales se multiplient, le plus souvent soutenues par les collectivités. A la clé : de nombreux avantages, mais également beaucoup de questions : quelle est la bonne échelle de territoire ? Comment faire cohabiter ces marques collectives avec les signes de qualité ? Comment ne pas « perdre » le consommateur ? ...

INTERVENANTS :

- Audrey AUBARD, consultante chez Aubard Consulting spécialisée dans les stratégies de valorisation des produits et sur les questions d'étiquetage et de propriété intellectuelle
- Camille CHAMARD, enseignant-chercheur, fondateur de l'Observatoire de l'Image des Territoires (O.D.I.T) et directeur de l'Institut d'Administration des Entreprises Pau-Bayonne
- Jean-Pierre RAYNAUD, président de Coop de France Aquitaine, vice-président du conseil régional d'Aquitaine et président de l'AAPrA
- Paul RICHARD, dirigeant de PECHALOU

ODIT



Animation : Joël AUBERT, rédacteur en chef Aqvi.fr

► Atelier

Success story de marque territoriale

De plus en plus de collectifs d'entreprises ou de collectivités soutiennent la création de leur propre « marque territoriale » pour faire la promotion de leurs produits locaux, surfer sur le marketing terroir, développer les ventes ou créer une dynamique d'emplois. Diverses approches existent. Illustration

INTERVENANT :

- Malo BOUËSSEL DU BOURG, directeur de Produit en Bretagne



► Atelier

La percée des MDD terroir dans le rayon vin : quelles opportunités pour le territoire ?

Depuis une dizaine d'années, les distributeurs ont lancé leurs MDD terroir. Le vin n'y « échappe » pas et apparaît d'ailleurs comme l'un des secteurs où les marques de distributeurs sont les plus présentes. Face à un choix qui s'avère souvent complexe pour les consommateurs, le marquage MDD apparaît comme un élément de réassurance dans son achat. Quels bénéfices pour le producteur ? Quelles opportunités pour le territoire ? Illustration.

INTERVENANTS :

- Michel DELPON, Directeur de Producta Vignobles



- Gilles BARTOSZEK, Directeur de la Cave de Monbazillac



PARCOURS NUMERIQUE

► Table ronde

Cybermarché, drive, magasin : quelle cohabitation et quelle stratégie pour demain ?

L'arrivée du numérique transforme le commerce traditionnel, celui du client effectuant ses achats en magasin. Désormais, une bonne part de la croissance des grandes enseignes alimentaires repose sur leurs drives. Le développement de la mobilité chez les consommateurs, initié par l'essor des smartphones et des tablettes, conduit à de nouveaux modes de « shopping ». De leurs côtés, les distributeurs proposent de nouvelles solutions : optimisation de sites web, développement d'applications, tests de magasins virtuels et de « digital walls »... Dès lors, des stratégies multicanal, cross-canal ou encore omnicanal émergent...

INTERVENANTS :

- Jérôme DARSOUZE, vice-président eCom33 (association des e-commerçants girondins)
- Gaëlle DEROME, directrice associée de Dia-Mart
- Denis CHAUSSIE, élu de la Chambre d'Agriculture de la Gironde ;
Président du Relais Agriculture & Tourisme de la Gironde - Réseau Bienvenue à la ferme, Marchés des Producteurs de Pays, Drive-fermier ;
Président du Comité d'Orientation Circuits de Proximité et Agritourisme



Animation : Benoit JULLIEN, Journaliste-consultant, ICAAL (Information et communication agroalimentaires)

► Atelier

Les TIC, une aubaine pour doper les ventes de produits locaux ?

Les TIC apparaissent comme des leviers de proximité entre le producteur ou l'industriel et le consommateur. Site de e-commerce, plateforme web de mise en relation ou même encore drive fermier... les concepts se multiplient. Leur point commun : s'appuyer sur les nouveaux usages numériques des consommateurs pour développer les circuits courts. Une alternative d'avenir ? Illustration.

INTERVENANT :

- Guilhem CHERON, président et co-fondateur de La ruche qui dit oui !



► Atelier

Le numérique : la nouvelle guerre de l'information ?

Quel que soit le moyen, sites web, bornes ou encore smartphones, les consommateurs ont désormais à leur disposition moult sources d'informations pour les accompagner dans leur acte d'achat. Et les fonctionnalités sont aussi diverses que variées : composition des produits, localisation, comparaison de prix, idée de recettes... Illustration.

INTERVENANT :

- Yann MONDON, Président de Vinoreco



► Atelier

Entre producteur geek et blogueur vin : qui « nourrit » l'autre ?

Internet redimensionne les zones d'influence : chacun peut désormais donner son avis sur tel ou tel produit, voire le diffuser et le partager avec « sa communauté ». Des blogueurs producteurs ou industriels aux blogueurs influenceurs – simples passionnés le plus souvent, en passant par les blogueurs journalistes, qui dit quoi ? Qui influence qui ? Et le consommateur dans tout ça ? Illustration dans le secteur du vin.

INTERVENANTS :

- Silvana GARCIA-FAKIH, auteur d'une étude sur les blogs du vin en France et la prescription
- Mathias MARQUET, vigneron-blogueur Domaine de Lestignac (<http://bloglestignac.blogspot.fr/>)

Appel à projets national « Service numérique innovant dans la distribution alimentaire »

Faire connaître son service numérique innovant
en distribution alimentaire !

POUR SA PREMIERE EDITION, FODALI MET LA LUMIERE
SUR LE NUMERIQUE A TRAVERS UN APPEL A PROJETS NATIONAL

Clos le 31 mars 2013, l'appel à projets national a tenu ses promesses !

- 7 régions représentées,
- deux tiers des dossiers sur des solutions numériques déjà mises sur le marché,
- des fonctionnalités aussi diverses que variées,

... et en tout état de cause des solutions numériques destinées à faciliter le quotidien de tous !

Les résultats des 3 lauréats (un par catégorie : Information du consommateur ; Vente / Après-vente ; Animation de communautés) **seront proclamés en ouverture du forum, le 26 juin 2013 à 12H30.**



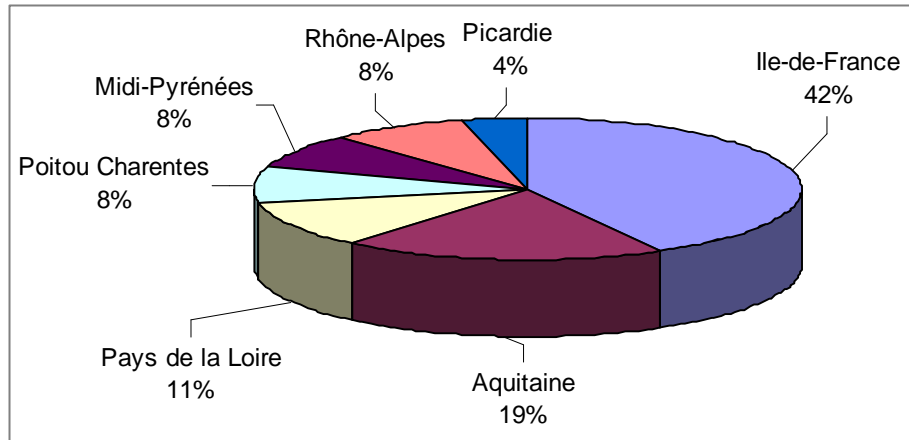
Le suspens ne fait que commencer...



DES PROJETS ISSUS DES 4 COINS DE FRANCE

Du Nord (avec la Picardie) au Sud (Midi-Pyrénées), de l'Ouest (Pays de Loire, Poitou-Charentes et Aquitaine) à l'Est (Rhône-Alpes) en passant par l'Île-de-France (40% des dossiers déposés)... la provenance des projets montre bien la

dynamique entrepreneuriale actuelle autour du numérique et de l'alimentaire !

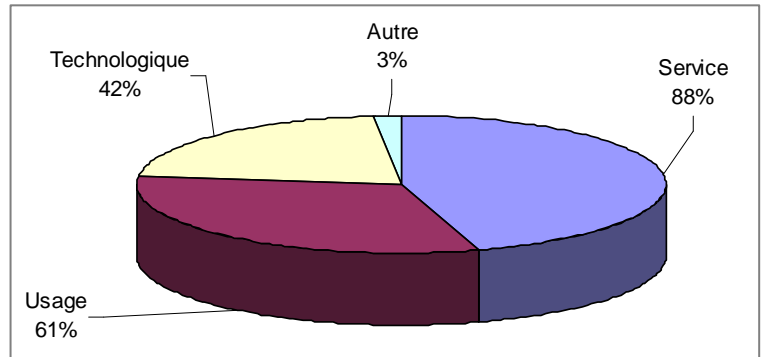


DES PROJETS ALLIANT INNOVATION NUMERIQUE ET PROXIMITE

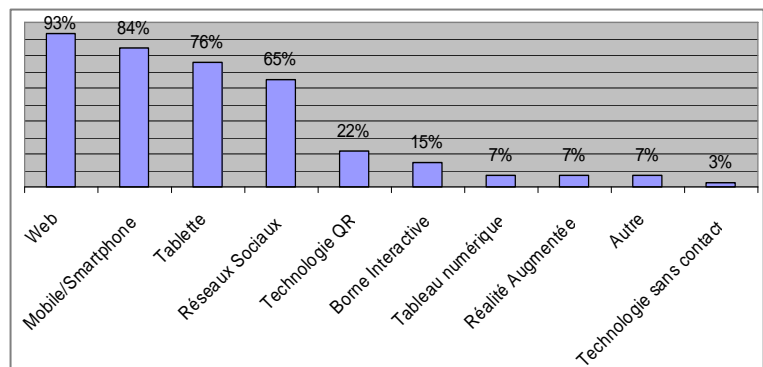
Autre constat : la richesse des fonctionnalités proposées (information, vente ou mise en relation), qui pour la plupart d'entre elles, intègrent une dimension de proximité (produits, fournisseurs, distributeurs, conception du projet...). Comme quoi, **le numérique pourrait être une**

solution facilitatrice dans la recherche de proximité des consommateurs dont la confiance dans le contenu de leur assiette est régulièrement mise à mal.

Les innovations proposées sont autant technologiques que dans les usages ou les services.



La diversité des applications est aussi frappante utilisant la palette la plus large : web, mobile, tablette, borne interactive, réseaux sociaux, tableau numérique, réalité augmentée, technologie QR, technologie sans contact (RFID, NFC)...



Conditions de participation à l'appel à projets (*rappel*)

Tout porteur (entreprise – ou futur créateur d'entreprise, organisme, association) proposant un service numérique innovant destiné aux consommateurs dans le domaine de la distribution alimentaire.

Ce service numérique innovant peut être un projet en cours de finalisation ou abouti, c'est-à-dire commercialisé depuis moins d'un an.

Le support de ce service numérique innovant peut être le web, les smartphones, les tablettes, les réseaux sociaux, les bornes, la géolocalisation, les lecteurs de QR codes, les technologies sans contact, la réalité augmentée...

L'innovation doit couvrir l'une de ces trois catégories :

■ **Information du consommateur**

Exemple : une application sur mobile permettant à un usager de comparer les prix des produits alimentaires dans des magasins qui se trouvent à proximité d'où il se trouve...

■ **Vente / Après-vente**

Exemple : un site web marchand regroupant les commerces de proximité d'un quartier...

■ **Animation de communautés**

Exemple : un réseau social culinaire permettant de poster et de partager des photos de ce que l'on mange, d'échanger avec les membres de la communauté, et de géolocaliser les restaurateurs...

FODALI réunit les services numériques les plus innovants actuellement sur le marché

Les nominés sélectionnés proposent des innovations portant autant sur la technologie, l'usage ou le service. **80% des projets sont déjà mis sur le marché depuis quelques mois**, voire en cours de lancement. Enfin, la plupart intègre la dimension de proximité recherchée actuellement par les consommateurs.

Alors que la distribution alimentaire s'apprête à vivre ces 10 prochaines années des changements plus profonds que ce qu'elle a connu ces 10 dernières années, **cet appel à projets national révèle sans aucun doute les pistes de la distribution alimentaire de demain !**

> Venez à la rencontre des nominés, dont les 3 lauréats, réunis au sein de l'Espace Innovations Numériques !


Catégorie Vente/Après-vente	Catégorie Information du consommateur	Catégorie Animation de communautés
		
		
		
		
		
		


* Non présent sur FODALI


DÉCOUVRIR LES NOMINÉS

(toutes catégories confondues)

	aboneopancier.fr Créer votre boutique en ligne de vente en circuit court	Poitou-Charentes
Catégorie	Vente/après-vente	
Type d'innovation	Technologique et Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Mobile/Smartphone ; Technologie QR	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Janvier 2013	
<p>aboneopancier.fr est la première solution de e-commerce dédiée à la distribution de produits locaux pour la vente au détail ou en paniers hebdomadaires avec ou sans abonnement... Les livraisons sont possibles en point-relais, sur le lieu de travail, en groupement d'amis ou à domicile. Avec aboneopancier.fr, les producteurs ou groupements de producteurs peuvent proposer leurs produits à la vente, mais aussi disposer d'un outil de gestion unique de la supply chain (prise de commande, suivi clients, animation des ventes et livraison). Pour les consommateurs et la restauration collective, aboneopancier.fr facilite l'achat de produits locaux en circuit court respectueux des saisons depuis le site ou via leur mobile ! Ou comment revisiter la distribution traditionnelle sur les marchés !</p>		
Lien	http://www.aboneopancier.fr	
Contact	François GIRARDEAU // 05 49 62 84 94 // fgirardeau@sealog.fr	

	CHEF JEROME Mes courses, depuis n'importe quelle recette !	Île-de-France
Catégorie	Vente/Après-Vente	
Type d'innovation	Technologique ; Usage ; Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Décembre 2012	
<p>Chef Jérôme c'est un véritable « petit morceau de supermarché en ligne » intégré aux sites de recette. Cette interface d'achat interactive permet d'afficher automatiquement les produits correspondants aux ingrédients de la recette consultée, dans un supermarché en ligne (suggéré par géolocalisation ou choisi par l'utilisateur). En un clic, il peut ajouter ces produits à son panier, puis effectuer ses achats, et réaliser la recette ! « Pour la première fois, le monde du contenu peut parler au monde de l'achat ». Cette performance technologique à grande échelle est réalisée grâce à des technologies basées sur l'Intelligence Artificielle et le Traitement de langage notamment. « Maintenant, vous pouvez cuisiner. »</p>		
Lien	http://www.chefjerome.com/corporate	
Contact	Antoine DURIEUX // 07 77 70 98 32 // adurieux@chefjerome.com	

	Click-eat.fr Déjeuner autrement ! Gagnez du temps et de l'argent !	Île-de-France
Catégorie	Vente/Après-Vente	
Type d'innovation	Procédés	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Février 2013	
<p>Click-eat.fr permet d'échapper à l'inévitable file d'attente à la pause déjeuner. Comment ça marche ? Les clients précommandent sur le site dans les restaurants de vente à emporter (partenaires du site). Ils bénéficient alors d'un coupe-file au moment du retrait de leur déjeuner sur place. Gain de temps, meilleure visibilité des offres des restaurateurs et avantages fidélité (via une approche « gamification ») pour les clients. Le service est ouvert à Paris et à La Défense. Avec Click-eat.fr, la pause déjeuner redevient un plaisir !</p>		
Lien	http://click-eat.fr/	
Contact	Antoine GANTHERET // 01 81 51 15 93 // antoine@click-eat.fr	


	COOKENING * Organisez ou allez déguster de bons repas faits maison et rencontrez des gens venus du monde entier	Île-de-France
Catégorie	Animation de communautés	
Type d'innovation	Technologique ; Usage ; Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Mai 2013	
<p>Cookening met en relation des personnes venant d'horizons divers lors d'un moment de repas chez l'habitant. D'un côté, des personnes, proposant de recevoir chez eux, vont créer un profil, renseigner un certain nombre d'informations (lieu d'accueil, spécialités culinaires, format du repas proposé, contribution demandée...). De l'autre, des étrangers, touristes ou pas, vont eux aussi créer un profil et regarder les offres puis prendre contact. Cookening facilite cette rencontre, lui donne un cadre sécurisant (en gérant notamment le paiement). Cookening donne un véritable coup de jeune au concept vieux comme le monde du « chez l'habitant » !</p>		
Lien	https://www.cookening.com/	
Contact	Cédric GIORGI // 06 30 09 95 04 // cedric@coookening.com	

* Non présent sur FODALI

	Drive Fermier® 33 Les producteurs girondins près de chez vous !	Aquitaine
Catégorie	Vente/Après-Vente	
Type d'innovation	Usage ; Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Octobre 2012	
<p>Drive Fermier® 33 est une boutique en ligne proposant des produits fermiers de 29 producteurs girondins. En quelques clics, les consommateurs peuvent acheter des produits de fermes locales et être livrés directement sur des points de retrait situés, autour de la rocade Bordelaise (« drive »). Le site fonctionne grâce aux producteurs/agriculteurs qui mettent en ligne les produits en fonction de leur production. Le Drive Fermier est à la fois une vitrine pour les producteurs et un magasin collectif en ligne permettant de recréer un lien entre le monde rural et le monde urbain. C'est aussi une façon de réduire l'empreinte carbone !</p>		
Lien	http://www.drive-fermier.fr/33/	
Contacts	Denis CHAUSSIE, Président du Relais Agriculture et Tourisme // 06 80 27 42 38 Alain MONGET, Directeur du service Agritourisme Chambre Agriculture de Gironde // 06 72 27 92 91 François DELMAS SAINT HILAIRE, Chargé de mission // 06 87 60 63 41 // f.delmas@gironde.chambagri.fr	


	FidMe Toutes vos cartes de fidélité dans votre mobile !	Aquitaine
Catégorie	Animation de communautés	
Type d'innovation	Technologique ; Usage	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Technologie QR ; Mobile/Smartphone ; Technologie sans contact ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Décembre 2012	
<p>Avec FidMe, toutes vos cartes de fidélité sont rassemblées sur votre mobile. Cette application lancée depuis deux ans réunit déjà plus de 2 millions d'utilisateurs ! Depuis peu, FidMe innove encore en proposant aux commerces de proximité de dématérialiser leurs programmes de fidélité « à tampons ». Dès l'installation de cartes, l'utilisateur peut choisir de recevoir les bons plans et les coupons de ses commerces sur son mobile, mais aussi dès qu'il est à proximité du magasin (« geo-fencing) ! Impossible désormais de passer à côté d'une offre de son commerçant préféré ! Le commerçant lui, peut proposer sa carte de fidélité sur tous les mobiles de ses clients. FidMe est totalement gratuit, tant pour l'utilisateur que pour le commerçant (www.fidme.com).</p>		
Lien	http://www.snapp.fr/	
Contact	Laurent BOURGITTEAU-GUIARD // 05 47 74 52 50 // laurent@snapp.fr	

	Lebondrive.fr Vous faites vos courses. Nous comparons. Vous choisissez.	Ile-de-France
Catégorie	Information du consommateur	
Type d'innovation	Technologique ; Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Juin 2013	
<p>Alors que le drive est actuellement en plein boom en France, Lebondrive.fr assiste les consommateurs pour trouver le BON drive près de chez eux. Ce comparateur indépendant des enseignes décrypte les offres des magasins en prenant en compte les prix, les promotions, les avantages fidélité, les distances, les avis, etc... Pour cela, Lebondrive.fr analyse les dizaines de millions de prix mis à jour quotidiennement et s'appuie sur des algorithmes adaptés au milieu alimentaire pour reconstituer des paniers quasi-similaires dans tous les magasins à proximité du consommateur. Bref... un outil essentiel pour tous les assidus du drive !</p>		
Lien	http://lebondrive.fr/	
Contact	Guillaume LEYDIER // 01 60 76 69 69 // guillaume@lebondrive.fr	

	MediaPaysans L'abonnement annuel pour bien manger	Aquitaine
Catégorie	Vente/Après-Vente	
Type d'innovation	Usage ; Service ; Vente via TV	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Avril 2013 (<i>élargissement TV à partir de septembre 2013</i>)	
<p>Paysans.fr et CampagneTV se sont associés pour proposer la commercialisation à travers des émissions TV pédagogiques et la livraison à domicile partout en France de produits cultivés par plusieurs centaines de petits producteurs de nos régions. Fruits, légumes, viandes, poissons, produits laitiers, épicerie, crèmerie... autant de produits sains, goûteux, respectant la saison, et dont qualité et traçabilité sont garantis seront accessibles moyennant un abonnement mensuel, trimestriel ou annuel. Et le tout, dans le respect de la chaîne du froid : la livraison à domicile est réalisée dans un mini-frigo gonflable !</p>		
Lien	http://www.paysans.name/	
Contact	Marc SAHRAOUI // 05 53 93 43 93 // marc@paysans.fr	

	MesGoûts.fr Le moteur de recherche alimentaire personnalisé	Ile-de-France
Catégorie	Information du consommateur	
Type d'innovation	Usage ; Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Mobile/Smartphone	
Etat d'avancement	Mis sur le marché depuis Septembre 2012	
<p>mesGoûts permet de comparer les produits alimentaires et d'identifier ceux qui nous conviennent le mieux grâce à une analyse :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Complète</i> : Qualité, Nutrition, Environnement, Prix, Origine, Ethique et Social, ... un décryptage en profondeur sur déjà 15000 références - <i>Personnalisée</i> : en renseignant une fois pour toutes son profil et ses critères de choix, le consommateur obtient pour chaque produit sa note personnelle sur 10 (adéquation entre son profil personnel et le produit). Il peut ainsi choisir les produits qui lui conviennent le mieux. - <i>Objective</i> : mesGoûts est indépendant des marques et des distributeurs et totalement transparent sur le mode d'évaluation des produits. <p>Le service est accessible sur Internet (consultation produits par mots clés ou catégorie) et application iPhone/Androïd (consultation produits par scan du code-barres). Depuis son lancement fin 2012, mesGoûts.fr compte plus de 25 000 membres inscrits !</p>		
Lien	http://www.mesgouts.fr/	
Contact	Laurent PASQUIER // 06 50 11 10 64 // laurent.pasquier@mesgouts.fr	

 <p>Reconnaissance d'images et technologies digitales</p>	MX-Glass / Pixee Reconnaissance d'images de produits sur téléphone mobile et lunettes augmentées	Ile-de-France
Catégorie	Information du consommateur	
Type d'innovation	Technologique ; Usage	
Supports de diffusion numérique	Mobile/Smartphone ; Réalité augmentée ; Lunettes intelligentes	
Etat d'avancement	Projet en cours de finalisation	
<p>L'application Pixee est une application de reconnaissance de produits pour téléphone mobile. Le client peut, grâce à ce service, découvrir des informations sur le produit commercialisé (promotions, informations produit, conseils pratiques, recettes, nouveautés, orientation, achat...) en faisant une simple photo du produit.</p> <p>Milpix est en train d'adapter cette application aux lunettes intelligentes qui arrivent sur le marché en fin d'année. Equipé de ses lunettes [simplicité], l'utilisateur aura désormais les mains libres pour faire ses achats. Grâce à l'analyse de son historique de consommation, l'assistant virtuel peut par exemple anticiper son désir en ne remontant que l'information qui l'intéresse [écoute / prévenance]. Une nouvelle application dans le futur marché du « g-commerce », le commerce sur lunettes intelligentes.</p>		
Liens	https://www.milpix.com/fr/produits/pixee-pro.html https://www.milpix.com/fr/services/mx-glass.html	
Contact	Christopher BOUREZ // 01 56 60 50 36 // christopher.bourez@milpix.com	

 <p>L'agenda malin de vos repas</p>	Planicook L'agenda malin de vos repas	Midi-Pyrénées
Catégorie	Vente/Après-Vente	
Type d'innovation	Service	
Supports de diffusion numérique	Web ; Tablette ; Borne interactive ; Mobile/Smartphone ; Réseaux sociaux	
Etat d'avancement	Projet en cours de finalisation	
<p>Planicook simplifie véritablement la vie de tout un chacun : planification des menus de la semaine, constitution de listes de courses budgétisées et suggestions de recettes associées ! A noter que la dimension gaspillage est intégrée avec une gestion à l'unité des produits frais dans les listes de courses. Fort de son succès, Planicook finalise l'intégration d'une nouvelle fonctionnalité, celle d'intégrer le service actuel aux cybermarchés (le service sera développé en marque blanche et portera donc un nom différent suivant l'enseigne). Et la boucle est bouclée !</p>		
Lien	http://www.planicook.com/	
Contact	Sandrine LAVIGNE // 06 03 17 70 35 // s.lavigne@planicook.com	

Informations pratiques et Partenaires

Informations pratiques

Dates et horaires

26 juin 2013 : 10H30-18H30.

27 juin 2013 : 8H30-17H00.

Lieu

Théâtre de l'Odysée à Périgueux.

Esplanade Robert Badinter - 24000 Périgueux



Accès

Forum réservé aux professionnels.

Entrée payante :

Tarif 2 jours : 200 € HT

Tarif 1 jour : 150 € HT



L'entrée comprend l'accès :

- Aux conférences, tables rondes et ateliers
- A l'Espace Innovations Numériques et à l'Espace

Partenaires

- Au cocktail déjeunatoire

Visite de Périgueux

Balade dans le secteur sauvegardé

26 juin 2013 à 19H00

4€ / personne - payable sur place

Venez découvrir le quartier médiéval, son histoire et son patrimoine.

Après une présentation historique dans la dernière tour du rempart, vous vous baladerez dans les ruelles médiévales en compagnie de votre guide-conférencière. Accès privé à un escalier de la Renaissance.

Pour plus de renseignements, rendez-vous sur le site de [l'Office de Tourisme de Périgueux](http://www.office-tourisme-perigueux.com).



Partenaires du FODALI

Avec le soutien



Partenaires medias



Partenaires



Index des intervenants

NOM	Prénom	Fonction	Prise de parole	Parcours	Date	Horaire
AUBARD	Audrey	Consultante chez Aubard Consulting	Table Ronde	Marque de Territoire	27.06.13	9h00 – 10h15
BARTHE	Christine	Déléguée générale de la FEEF	Plénière Ouverture	-	26.06.13	11h00 – 12h30
BARTOSZEK	Gilles	Directeur de la Cave de Monbazillac	Atelier	Marque de Territoire	26.06.13	17h – 18h30
BOUËSSEL du BOURG	Malo	Directeur de « Produit en Bretagne »	Atelier	Marque de Territoire	27.06.13	10h45 – 12h00
CHAMARD	Camille	Enseignant-chercheur, fondateur de l'Observatoire de l'Image des Territoires (O.D.I.T), et directeur de l'institut d'Administration des Entreprises Pau-Bayonne	Table Ronde	Marque de Territoire	27.06.13	9h00 – 10h15
CHAUSSIE	Denis	Elu de la Chambre d'Agriculture de la Gironde, Président du Relais Agriculture & Tourisme de la Gironde – Réseau bienvenue à la ferme, Marchés des Producteurs de Pays, Drive Fermier, Président du Comité d'Orientation Circuits de proximité et Agritourisme	Table Ronde	Numérique	27.06.13	10h45 – 12h00
CHERON	Guilhem	Président et co-fondateur de « La Ruche qui dit oui ! »	Atelier	Numérique	26.06.13	14h30 – 16h00
			Table Ronde	Approvisionnement	26.06.13	17h00 – 18h30
DARSOUZE	Jérôme	Vice-président eCom33 (association des e-commerçants girondins)	Table Ronde	Numérique	27.06.13	10H45 – 12H00
DELPON	Michel	Directeur de Producta Vignobles	Atelier	Marque de Territoire	26.06.13	17h00 – 18h30
DEROME	Gaëlle	Directrice associée de Dia-Mart	Table Ronde	Numérique	27.06.13	10h45 – 12h00
			Plénière Clôture	-	27.06.13	15h00 – 16h30

DRUGUET	Vincent	Directeur général adjoint de DIGITAS	Plénière Clôture	-	27.06.13	15h00 – 16h30
FAURE	Fabrice	Membre du comité stratégique Leclerc, président de la Scaso et dirigeant de magasins en Dordogne	Table Ronde	Vente	26.06.13	14h30 – 16h00
FERREOL	Nicolas	Responsable Développement Sud-Ouest Carrefour Proximité	Plénière Ouverture	-	26.06.13	11h00 – 12h30
GARCIA-FAKIH	Silvana	Auteur d'une étude sur les blogs du vin en France et la prescription	Atelier	Numérique	27.06.13	13H30 - 15H00
GAUTHIER	Gilles	Président de la Commission Veau et du Conseil des Inter-régions de la FNICGV, et directeur général de SOBEVAL	Plénière Ouverture	-	26.06.13	11h00 – 12h30
GAYERIE	Magali	Présidente de la SCIC « Mangeons 24 »	Atelier	Approvisionnement	26.06.13	17h00 – 18h30
GEORGET	Pierre	CEO de GS1 France	Plénière Clôture	-	27.06.13	15h00 – 16h30
GOURAUD	Didier	Président de la CGAD Aquitaine, Président de l'UPA Aquitaine et président de la Fédération des Artisans Bouchers Aquitaine	Table Ronde	Vente	26.06.13	14h30 – 16h00
GRELOT-GIRARD	Pascale	Directrice du département Consumer de TNS Sofres	Table Ronde	Vente	27.06.13	13h30 - 15h00
KEROUÉDAN	Marie	Anthropologue, auteur de « Plaisir et conscience alimentaires » (éditions Sang de la terre – 2012) et formatrice	Table Ronde	Vente	27.06.13	13h30 - 15h00
LINO	Stéphane	1 ^{er} locavore français avec son expérience 100% local de 2008 à 2009, fondateur de la première AMAP dans l'Aude et conseiller général de Castelnaudary-Nord	Table Ronde	Vente	27.06.13	13h30 - 15h00
MARQUET	Mathias	Vigneron-blogueur Domaine de Lestignac	Atelier	Numérique	27.06.13	13H30 - 15H00
MOATI	Philippe	Professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-président de l'ObSoCo	Plénière Ouverture	-	26.06.13	11h00 – 12h30
			Table Ronde	Vente	26.06.13	14h30 – 16h00
MONDON	Yann	Président de Vinoreco	Atelier	Numérique	27.06.13	9h00 - 10h15
PADOIS	Marie-Jane	Responsable Marketing et Développement de la SEMA (Source des Abatilles)	Atelier	Vente	27.06.13	9h00 - 10h15

RAYNAUD	Jean-Pierre	Président de la Coop de France Aquitaine, vice-président du conseil régional d'Aquitaine et président de l'AAPRA	Table Ronde	Marque de Territoire	27.06.13	9h00 – 10h15
RICHARD	Paul	Dirigeant de PECHALOU	Table Ronde	Marque de Territoire	27.06.13	9h00 – 10h15
SAHRAOUI	Marc	Directeur du développement de Paysans.fr et président de l'association des commerces de produits frais en ligne	Plénière Clôture	-	27.06.13	15h00 – 16h30
SAUVAGET	Antoine	Directeur général d'Ecomiam	Atelier	Vente	26.06.13	14h30 – 16h00
THUET	Diego	Directeur développement de SOBEVAL	Table Ronde	Approvisionnement	26.06.13	17h00 – 18h30
VERGIER	Antoine	Chargé de mission restauration collective chez ARBIO Aquitaine	Atelier	Approvisionnement	26.06.13	17h00 – 18h30
VILLAIN	Audrey	Responsable commerciale de « Manger bio Sud-Ouest »	Atelier	Approvisionnement	26.06.13	17h00 – 18h30