

**LA PREPARATION**

**Les questions clés & Objectifs fixés:**

**Les catégories de produit qui m'intéressent :**

- ingrédients /additifs
- produits laitiers/œufs
- viandes /triperies  
fraiches
- Charcuterie /Salaisons
- volaille et gibier frais
- produits de lamer
- Produits traiteurs
- Produits  
appertisés/Conserves
- Produits surgelés
- Produits biologiques
- Produits diététiques et  
infantiles
- fruits et légumes frais  
/secs
- horticulture
- produits sucrés  
/biscuiterie /panification  
fine
- Epicerie
- Boissons alcoolisées  
/sans alcool
- Produits pour RHD
- Alimentation animale
- Services

La bonne idée associée à ces produits

-----

**Les Personnes à rencontrer**

**Les Conférences, ateliers,  
présentations**

**L'information à faire circuler**

**Stands à visiter**

**Les pays**

Europe de l'est  
Europe du Nord  
Europe du Sud  
Amérique du Nord  
Amérique du Sud  
Pays méditerranéens & MO  
Asie et Indonésie  
Océanie  
Afrique

La bonne idée qui vient d'ailleurs

**LA TECHNOLOGIE**

**Les 3 faits marquants**

**Les nouveaux fournisseurs**

**LES RECETTES**

**Les 3 faits marquants**

**Les nouvelles recettes**

**Les nouveaux équipements vus :**

**Les nouveaux process de fabrication découverts, nouvelles technologies mises en œuvre, nouveaux savoir-faire :**

CLES =( stratégiquement intéressants et peu diffusés chez les concurrents)

**Les nouveaux process, nouvelles technologies**

EMERGENTS = ( nouveaux, à la pointe, mais avec du développement à mettre en œuvre)

**Les process et technologies DE BASE** = ( qui se diffusent de plus en plus largement auprès de concurrents .  
Sous traitance possible)

**Les ingrédients atypiques :**

**Les nouveaux ingrédients ou additifs**

La bonne idée associée

-----

## Comment exploiter l'information du SIAL 2006

### LE MARKETING

#### Les 3 faits marquants

#### Les nouveaux modes de distribution

#### Les informations marchés :

#### Les situations d'utilisation ou de consommation

#### Les nouveaux services

#### Les nouveaux marchés ou segments marketing à cibler

- 1 -nouveau
- 2- nouveau pour mon secteur
- 3- Déjà exploité par 1 concurrent

-----  
La bonne idée  
-----

#### GP public

Le halal  
Le casher  
Les seniors  
Les enfants  
Les célibataires  
Les internautes  
Les vacanciers  
Les femmes actives  
Les hommes  
Les comités d'entreprise  
Les adolescents  
Autres :

#### Bto B

RHD  
Distribution automatique  
Distribution alternative (gares, stations essences ...)  
Autres :

#### Les nouveaux comportements de consommateur

#### Les nouvelles tendances marketing

- 1 -nouvelle pour toutes les filieres
- 2- nouvelle pour mon secteur
- 3- Déjà exploitée

-----  
La bonne idée que cela inspire

- miniaturisation / gigantisme
- Simplicité /sophistication
- + actif, + intelligent
- Virtualisation /humanisation
- On line /interactif
- nomadisme, praticite, snacking
- confort / securité
- Santé – Bien être

- Naturalité /écologie/bio
- Pureté /Transparence
- Terroir /Tradition
- Emotionnel /Nostalgie
- Plaisir /Sensoriel
- Surprise /Ludique
- Découverte /Evasion/Métissage /exotique
- Petit luxe /Festif
- Tribu /Convivialité
- Quete de sens /Ethique
- Magie

-Autres :

**LA CONCURRENCE**

Les 3 faits marquants

Ceux qui ont innové

Liste des concurrents à voir

Vu

La bonne idée

Les principaux changements

Les concurrents qui ont renforcé leur présence sur le salon

Ceux qui ont amélioré leur performance ou sont devenus plus compétitifs

Les nouveaux concurrents

Ceux qui sont exemplaires (bonnes pratiques)

Ceux qui nous ont imité

Ceux qui ont évolué / connu un changement important

**L INNOVATION PACKAGING**

Les 3 faits marquants

Les nouvelles fonctionnalités :

Les nouveaux fournisseurs d'emballage

Les nouveaux types  
 de packagings  
 présentés

- 1- moins couteux
- 2- plus performant
- 3- autre critere :

La bonne idée  
 -----

**L'INNOVATION PRODUIT**

Les 3 faits marquants

Les nouveaux  
 Produits  
 marquants

- 1--c'est une variation
- 2—c'est une amelioration
- 3—une nouvelle recette
- 4- des ingrédients atypiques
- 5- un changement de matiere premiere
- 6- un changement technologique central
- 7- une rupture du comportement du client
- 8- un nouveau concept
- 9 –un nouveau pacakaging
- 10- de nouvelles fonctionnalités
- 11- une nouvelle architecture
- 12 le croisement de deux familles de produits

-----  
 La bonne idée que cela donne

**LE COMMERCIAL CLIENTS**

**FOURNISSEURS**

Les 3 faits marquants

Les 3 faits marquants

Les clients potentiels

Les Fournisseurs

Plus compétitifs

Les Contacts  
Distributeurs

Les fournisseurs

Plus innovants

Autres marchés à  
développer

Les fournisseurs

De la concurrence

**MENACES**

**OPPORTUNITES**

--	--	--

**L'ANALYSE**

**Ce qui confirme ma vision des choses**

**Ce qui me surprend**

**De nouvelles sources d'information**

**Les bonnes idées que cela me donne**

**Les contacts clés pris**

**Les questions que je me pose**

**Les contacts à prendre**

**LE PLAN D' ACTIONS**

**La stratégie à adopter :**

Comment :

**Un plan d'action à mener :**

**Un nouveau marché ou cible Mkg**

**De nouveaux clients ou distributeurs à contacter**

**Un nouveau process ou investissement à faire :**

**De nouveaux fournisseurs à contacter**

**Une nouvelle tendance à exploiter :**

Comment ?

**Des Bonnes idées venant d'autres pays :**

**Des actions R&D à lancer :**

Comment ?

**Des licences de brevets à acquérir ou à rechercher:**

**Une nouvelle politique de communication à mettre en œuvre**

Comment ?

**Des recherches d'information complémentaires à faire sur :**

**Un nouveau produit qui manque à la gamme**

**Un nouveau produit en rupture de ce qui existe**

**Des partenariats à nouer :**