

Tribune GRANDE CONSO

réagissez sur www.olivier-dauvers.a3w.fr

VOUS ÊTES **5861**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

Numéro 21
JANVIER 2006

EN AVANT-PREMIÈRE QUELQUES TRANCHES DE VIE COMMERCIALE...

Le bêtisier de l'année 2005

La vie commerciale recèle parfois quelques perles. 2005 a généré son lot d'images insolites, de concours de circonstances improbables, d'énormités, bref de pépites ! En guise de "bêtisier de l'année", quelques images extraites de la nouvelle édition de l'ouvrage "Tranches de vie commerciale" d'Olivier Dauvers.



La foire aux queues de promo

Même le client le mieux disposé aura du mal à s'y retrouver dans ce rayon café, véritable barnum de la promo. Sur six facings de bipacks de Nectar, le chaland choisira entre trois mécaniques promo avec des prix évidemment très différents... Premier choix : le bipack comprenant 25 % de produit gratuit, soit un prix "net de promo" à 3,33 €. Deuxième choix, nettement moins intéressant : le bipack incluant 20 % de produit gratuit mais dont le prix reste scotché à 4,45 €, soit manifestement le tarif de fond de rayon. Pour 4,45 €, le chaland préférera donc l'option trois. Le prix du bipack

est le même, mais il s'accompagne d'un bon de réduction de 1 € sur le prochain achat.



Trop de promo tue la promo. Mais trop de promo peut également fortement pénaliser le fond de rayon. Car le problème qui se pose alors est quasi insoluble : écouler les queues de promo sans décrédibiliser l'offre permanente. Paté.



Alerte (prix) à Malibu

C'est bien connu, tricher est un vilain défaut. Plus grave est la naïveté du chef de rayon liquides du Carrefour de Château-Thierry. D'un côté, donc, une bouteille de Malibu on ne peut plus classique, affichée 9,44 euros. De l'autre, la même bouteille mais accompagnée d'un bracelet "surfer" offert. Offert, oui ! Gratuit ! En fait, pas vraiment... La bouteille est pour l'occasion

affichée à 9,74 euros, soit 30 centimes supplémentaires. Naturellement, à ce prix, le bracelet est largement autopayé (une usine chinoise digne de ce nom doit pouvoir l'expédier pour 5 centimes). Mais, surtout, le consommateur est pris pour un gogo. Pas sûr qu'il apprécie le cadeau...



Le parcours du combattant

Traverser ce supermarché un vendredi matin sur le coup des 10 heures est un vrai parcours du combattant. Pas de doute : les clients ont du mérite à s'aventurer dans l'allée centrale. Comme si les employés de ce magasin s'étaient donné le mot. Tout semble bon pour obstruer l'allée et limiter l'impact des TG : "tire-pal", palette au sol, roll et chariot. Stop ! N'en jetez plus.



Comme souvent, les TG avaient déjà perdu de leur raison d'être avant que les employés n'en rajoutent par leur négligence. Avec sept produits différents sur une même TG, la massification (et donc l'efficacité) n'est qu'un lointain souvenir.



22, v'la les paysans

Hold-up ou prise d'otages au Carrefour de Nîmes ? Ni l'un ni l'autre. Rien de bien tragique en fait. En cette après-midi printanière, un escadron de CRS protège l'hypermarché du numéro 2 mondial de la distribution (tout de même) contre l'assaut supposé d'une horde de viticulteurs qui, exaspérés par la mévente de leur production, manifestent dans la cité gardoise. Et, pas naïf, le préfet a rapidement identifié les lieux symboliques que les paysans, à la recher-

che d'images-chocs, pourraient s'imaginer mettre à sac. En tête de liste, évidemment, les hypermarchés et supermarchés de l'agglomération. D'où, d'ailleurs, la "chaude" incitation du Préfet à baisser le rideau pour "éviter toute provocation". Même Les Mousquetaires, pourtant sémantiquement armés pour la bataille, ont préféré battre en retraite. Preuve qu'entre distributeurs et paysans, le pouvoir supposé des uns passe, parfois, dans les mains des autres !



Piège à gogo

D'un côté, une boîte de cassoulet William Saurin à 2,27 € (qui, en dépit de son "prix choc", est ni plus ni moins qu'au SRP). De l'autre, deux boîtes du même cassoulet à 7,34 €. La différence : une entrée... gratuite dans "un parc de loisirs". A l'évidence, la gratuité est toute relative ! Une nuance qui n'a visiblement pas échappé au chaland. La preuve ? En cette fin de journée, le facing de la promo est encore intact. C'est dire si le piège à gogo n'a pas vraiment fonctionné. D'autant que, vérification faite, l'offre est tout sauf alléchante. Et pour cause... Pour bénéficier d'une gratuité, le client devra auparavant s'acquitter d'une première entrée, au plein tarif naturellement !

Autodérision

Casino a-t-il un tel sens de l'autodérision pour baptiser son prospectus de rentrée "Suivez le guide" ? Sans doute. En tout cas, voilà un titre fort à propos... Car la double-page d'ouverture suffit à justifier la présence d'un "guide" pour se dépatouiller dans les promos "que Géant a imaginées pour vous faciliter la rentrée" (si, si, c'est du Casino dans le texte !). Qu'on en juge sur les "Bons Rentrée"... "Du 17 août au 17 septembre, avec votre carte Géant, à chaque visite et pour 50 euros d'achat minimum, recevez un Bon Rentrée. A partir du 12 septembre, additionnez vos Bons Rentrée et échangez les contre des

bons d'achat. Un bon d'achat de 15 euros pour 5 Bons Rentrée. Un bon d'achat de 10 euros pour 4 Bons Rentrée."



Stop, n'en jetez plus ! Impossible à ce stade de juger de la pertinence de l'offre. Qui peut en effet, instantanément, apprécier le geste de Casino. Nul doute que l'énarque-patron de Casino, inspecteur des Finances et diplômé de Harvard de surcroît, donc habitué à jongler avec les chiffres, a immédiatement calculé le "retour" (6 % dans le meilleur des cas). Mais la jeune mère de famille que je croise dans les allées de l'hyper de la Picamarie cherche encore.

LA RENTRÉE DES ÉCONOMIES

suivez le guide

Du 17 au 27 août. Géant vous accompagne pour vous offrir la plus cool des rentrées : choix, prix, facilité de paiement. Que ce soit pour vous vos enfants et profiter vite de tous les avantages que Géant a imaginés pour vous faciliter la rentrée.

Plus vous venez plus vous économisez !

5 Bons Rentrée = 15€ en bon d'achat
4 Bons Rentrée = 10€ en bon d'achat

-15% de réduction en bon d'achat sur Papeterie, Fournitures de bureau, Maroquinerie scolaire

Payer en 10X sans frais

3€ en bon d'achat dès 15€ d'achat sur La confection 2 ou 16 ans Offerts Les chaussures enfants

Géant



Les mailles du filet

Succès du régime crétois oblige, la "saveur méditerranée" a le vent dans le dos. Qu'importe d'ailleurs pour le quidam la véritable nature de ladite saveur : piquante, tomate, à l'olive, au thon, etc. Qu'importe aussi les produits "aromatisés à la Méditerranée" : quiche, jambon, sandwich ou, dans le cas présent, snacks apéritif. L'important n'est pas tant le goût que l'imaginaire véhiculé. Logique. Les spécialistes appellent ça du marketing. Les puristes de la foutaise. Et les linguistes n'en reviennent toujours pas que la "Méditerranée" passe entre les mailles du filet.

LE FORUM **Tribune GRANDE CONSO**

Comment relancer la grande conso ?

Fidèle à sa vocation de brasseur d'idées, Tribune Grande Conso ouvre ses colonnes aux contributions extérieures. **La question posée : "Comment relancer la grande conso ?"** Concepts, assortiments, merchandising, marketing, fidélisation, etc. : quels leviers les marques et les enseignes doivent-elles actionner pour retrouver le chemin vertueux de la croissance ? Votre expertise et votre point de vue intéressent forcément les 5 800 lecteurs de Tribune Grande Conso !
Contact : Olivier Dauvers, odaivers@wanadoo.fr

Vient de paraître

LIBRE ET CAUSTIQUE
BEST-SELLER 2005



Tranches de vie commerciale

Nouvelle édition **2006**

par Olivier Dauvers, 84 p.

Une année à arpenter les magasins, décoder les stratégies des enseignes, éplucher les prospectus. **21€**

(commande/dégressifs sur www.olivier-dauvers.a3w.fr ou odaivers@wanadoo.fr)

2005 L'ANNÉE DE LA PUB
600 visuels de PGC et d'enseignes



OFFERT
pour toute commande