

Les dossiers

GRANDE CONSO



NEW-YORK / ATLANTA

**8 magasins/concepts/enseignes
à découvrir**

[JANVIER 2013]

BEECHER'S

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

A l'origine, c'est un fabricant/vendeur de fromage qui s'est diversifié en proposant des produits "naturels", traditionnels et qui ont une "histoire". Bref, tout le contraire (au moins en apparence) de la consommation de masse et industrielle.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Pour avoir placé son modèle commercial dans une logique militante (reprenant en ce sens les gènes de Whole Foods). Au point d'affirmer souhaiter faire évoluer la manière dont les Américains se nourrissent. Rien de moins !

> Pour l'exécution de ce point de vente qui intègre un atelier de fabrication de fromage, destiné à nourrir le positionnement de produits traditionnels vs produits trop industriels. Bref, Beecher's affirme ET démontre, ce qui me semble être la double attitude indispensable d'un commerçant aujourd'hui. La seule affirmation ne suffit plus.

> Parce qu'il répond à la tendance (marginale certes, mais existante) d'une alter-consommation.



BEECHER'S

>>> photos pages suivantes

BEECHER'S

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Photo prise depuis l'entrée.
A gauche, vue sur l'atelier, à droite sur le magasin.

BEECHER'S

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Everything we offer at Beecher's is just pure, all-natural, full-flavored food handcrafted in traditional ways with the best of ingredients.

CHANGING THE WAY AMERICA EATS.



The Flagship Foundation and its Pure Food Kids Workshop teaches 4th and 5th grade students about the benefits of healthy eating and nutrition. To date, 85% of the students report improvement in their eating habits with

60% of students' families modifying their grocery buying habits.

More than 20,000 students in Seattle and New York have participated in the Pure Food Kids Workshop.



*Beecher's company mission is to "Change the way America eats."
To that end, we proudly contribute 1% of all sales to the FLAGSHIP FOUNDATION.
For more information, visit www.flagshipfoundation.org.*

La mission de l'enseigne : changing the way America eats !

BEECHER'S

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



BREAKFAST	
Egg & Cheese Sandwich	\$7.99
Omelette	\$5.49
French Toast	\$5.99
Waffles	\$5.99
Hot Pancakes	\$5.99
Hot Chocolate	\$2.99

GRILLED SANDWICHES	
Grilled Cheese	\$5.99
Roasted Turkey	\$5.99
Roasted Chicken	\$5.99
Roasted Pork	\$5.99
Roasted Beef	\$5.99
Roasted Lamb	\$5.99
Roasted Chicken	\$5.99
Roasted Turkey	\$5.99
Roasted Pork	\$5.99
Roasted Beef	\$5.99
Roasted Lamb	\$5.99

Open up in the cellar! 11:05 - 11:45

traditional w...
with the bes...
ingredient

To that end...

BEECHER'S

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

La partie atelier
que les clients peuvent observer
en toute transparence.



BEECHER'S

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

2013:
EAT MORE
CHEESE

 1 oz of cheese
CONTAINS 33%
OF your daily calcium

 Cheese is rich
IN vitamin B which
promotes bone health

 1 Tbs. shredded
cheese CAN
contain as little
as 25 calories

 Cheese is
great for healthy
teeth + skin



NEUVIÈME ÉDITION DES
Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers

Une année à arpenter les magasins,
décoder les stratégies
des enseignes, éplucher les prospectus. **84 p**

A LIRE

Le bêtisier complet de l'année, les nouvelles enseignes,
les bonnes et les mauvaises pratiques merchandising,
les initiatives marketing, etc. "Illustrations 100 % terrain !".

**Un vrai regard client sur le commerce
et une liberté de ton unique !**



*Personne ne re-
garde les maga-
sins
comme lui..
Et, surtout, n'ose
le raconter... !*



**100 %
décapant**
[formule enrichie]

CONVERSE

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

C'est le flagship de Converse. Un magasin entièrement dédié à la marque avec chaussures principalement mais également articles textile "esprit Converse".

En vedette dans ce point de vente : la customisation des chaussures Converse pour proposer au client "SA" Converse.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce qu'il illustre à merveille (comme d'autres il faut le reconnaître) la tendance à la customisation de l'offre. Objectif : proposer un produit unique au consommateur mais sans les coûts que génère la logique du sur-mesure.

> Il s'agit ici d'un intermédiaire entre prêt-à-porter (l'universalité de l'offre) et le sur-mesure (le spécifique). Les chaussures existent en base blanche et le client choisit son motif imprimé parmi des centaines de choix possible. Il peut également "écrire" sur les chaussures pour davantage de personnalisation encore.



CONVERSE

>>> photos pages suivantes

CONVERSE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Customize
your own
sneakers — it's true
inspired by
The GRINCH
Created by You!
LIMITED TIME ONLY

La partie du magasin où le client "élabore" sa Converse



CONVERSE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Consultation des motifs
disponibles sur des
iPad en LS.



PICK UP
Sho

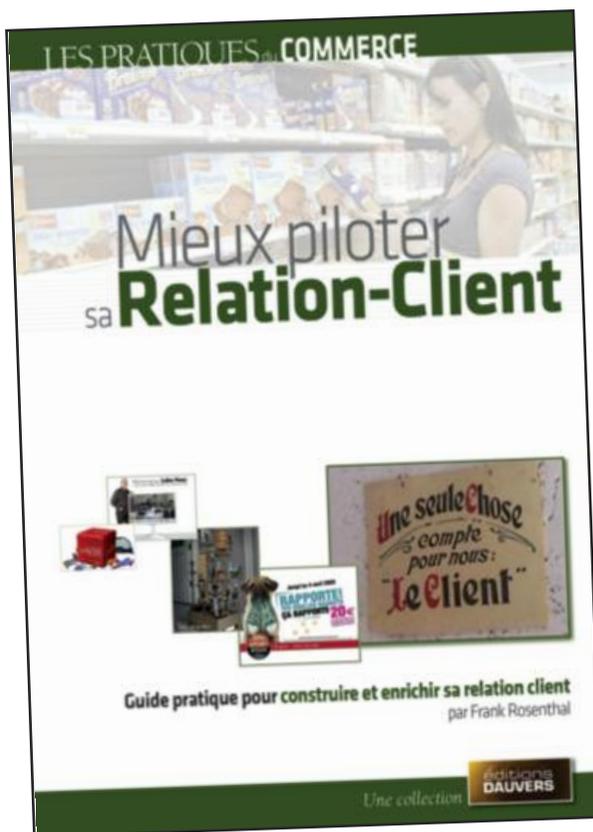
CONVERSE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Une possibilité de customisation plus simple (et moins coûteuse) que la conception ad hoc de chaussures : une large offre de lacets.



COLLECTION «LES PRATIQUES DU COMMERCE»
Tome 2 : Mieux Piloter sa Relation-Client

Un livre pratique pour
mieux piloter sa Relation-Client

Une enquête au pays de la relation client

Près de 150 exemples décortiqués, des dizaines de rencontres avec des professionnels et praticiens de la relation client, des centaines d'articles consultés et analysés et bien davantage encore de visites en magasins dans pas moins de 15 pays depuis 2006. Au final, « *Mieux piloter sa relation client* » est sans doute une enquête aussi vaste... que le champ de la relation client !

200 pages, 27 euros

Achat en ligne sur www.olivierdauvers.fr

ou en commandant à olivier@olivierdauvers.fr

EVOLUTION

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

Un magasin qui mélange science, arts et décoration. Avec, vous allez le découvrir, des produits très surprenants, voire "perturbants" : squelette, crâne, animaux cryogénisés, etc. Des produits qui sont garantis... authentiques !

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce qu'il illustre la créativité commerciale américaine, quasiment sans limite.



EVOLUTION

>>> photos pages suivantes

EVOLUTION

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



EVOLUTION

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



EVOLUTION

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



EVOLUTION

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



Parce que

VOTRE TEMPS est PRÉCIEUX



Une fois par mois

20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco

SIGNAUX CONSO

Achats des ménages - Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.



Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS

WARBY PARKER

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

Un magasin d'optique qui n'a pas pignon sur rue. Et pour cause... Il a été implanté dans les bureaux de la marque au 5^e étage de cet immeuble.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce qu'il illustre qu'avoir pignon sur rue n'est pas indispensable au commerce si la proposition commerciale a, par ailleurs, d'autres arguments à faire valoir.

> Ici, l'argument numéro 1 est la simplicité de l'offre. Les montures sont proposées à prix uniques : 95 € pour une gamme, 145 € pour l'autre.

> Autre argument : une expérience d'achat réellement différente grâce à un merchandising original. A découvrir en images...



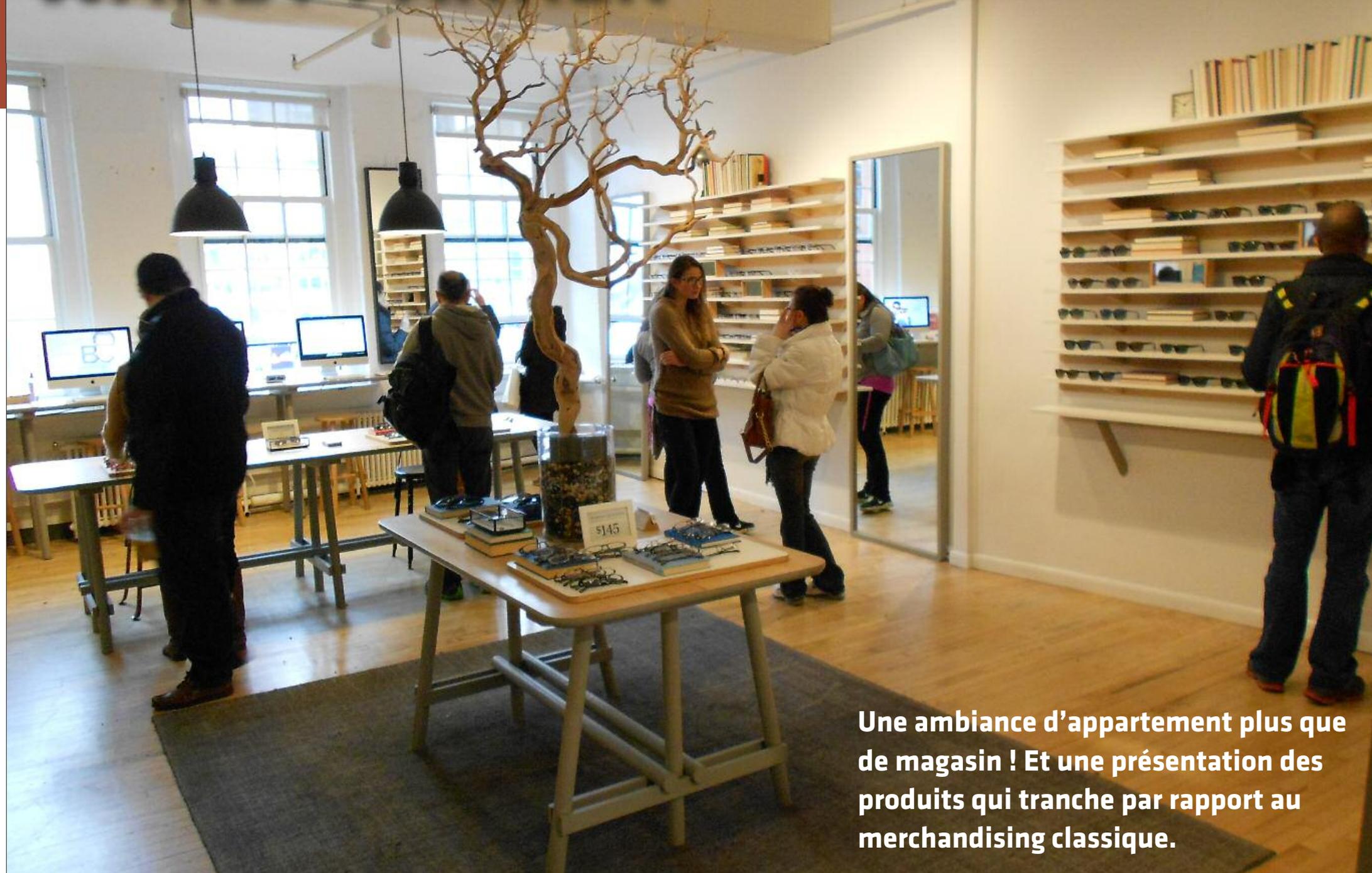
WARBY PARKER

>>> photos pages suivantes

WARBY PARKER

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

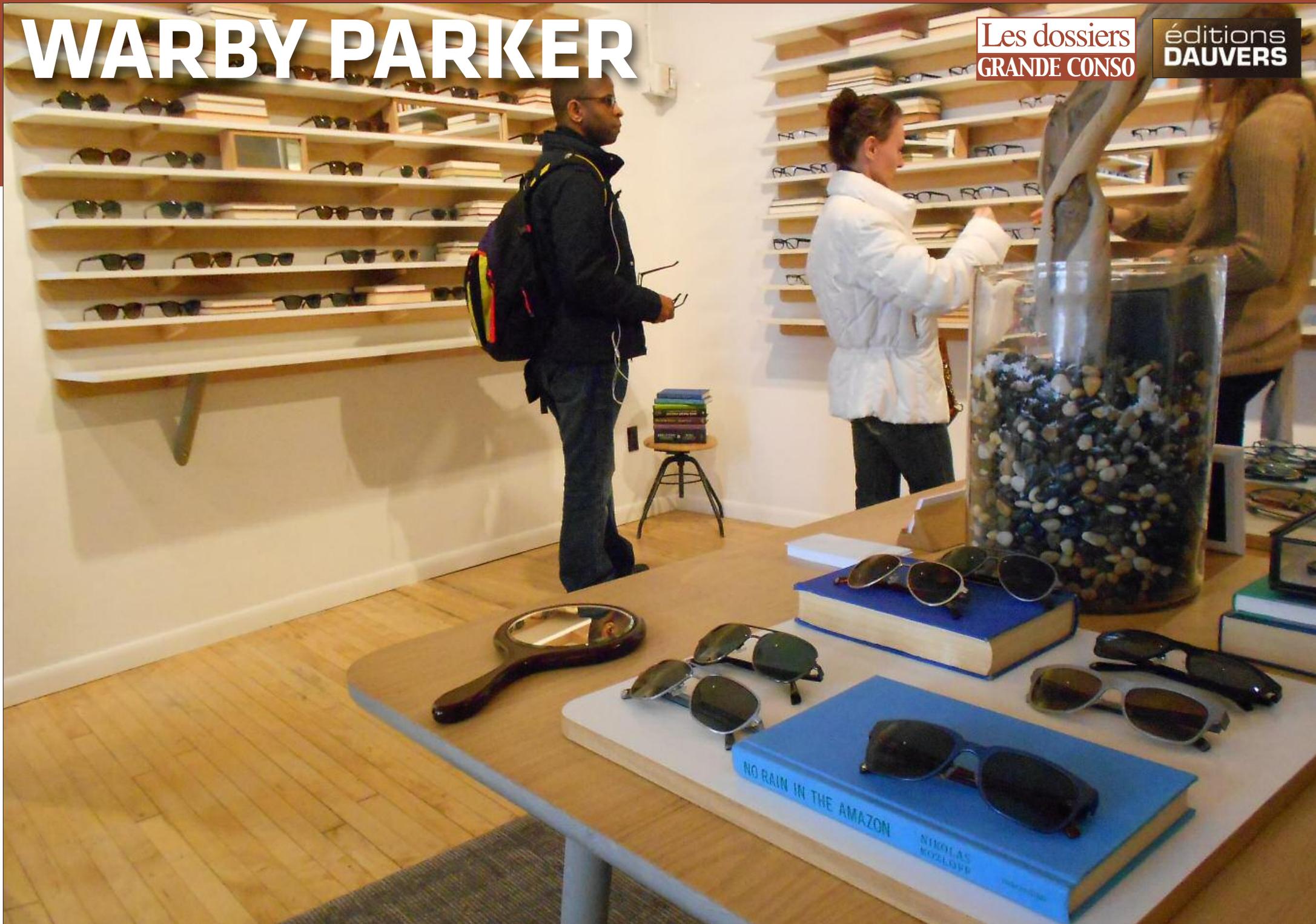


Une ambiance d'appartement plus que de magasin ! Et une présentation des produits qui tranche par rapport au merchandising classique.

WARBY PARKER

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



WARBY PARKER

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



NEUVIÈME ÉDITION DES
Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers



Une année à arpenter les magasins,
décoder les stratégies
des enseignes, éplucher les prospectus. 84 p

A LIRE

Le bêtisier complet de l'année, les nouvelles enseignes,
les bonnes et les mauvaises pratiques merchandising,
les initiatives marketing, etc. "Illustrations 100 % terrain !".

**Un vrai regard client sur le commerce
et une liberté de ton unique !**



*« Personne ne re-
garde les maga-
sins
comme lui..
Et, surtout, n'ose
le raconter... !*

**100 %
décapant**
[formule enrichie]

MOODS OF NORWAY

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

C'est le premier magasin new-yorkais de la marque norvégienne Moods of Norway. Une marque textile qui s'est fait une spécialité de produits décalés, notamment des costumes. Et le décalage va jusqu'à avoir choisi un tracteur comme emblème.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce que le concept du point de vente est 100 % raccord avec le positionnement original et décalé de la marque.

> Parce que le client va de surprises en surprises dans l'expérience d'achat. Ce qui, *in fine*, nourrit le crédit affectif de la marque.



MOODS OF NORWAY

>>> photos pages suivantes

MOODS OF NORWAY

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



MOODS OF NORWAY

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



MOODS OF NORWAY

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

MADE WITH LOVE

BY

REALLY REALLY PRETTY
BLONDE GIRLS

www.moodsofnorway.com

50



MOODS OF NORWAY

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



HAPPY CLOTHES
FOR
HAPPY PEOPLE



MOODS OF NORWAY

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

**NOT TOO
EXPENSIVE,
YOU CAN
FJORD IT!**



Parce que

VOTRE TEMPS est PRÉCIEUX



Une fois par mois

20'
POUR SAVOIR
et comprendre

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRENCE

SIGNAUX ECO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco

SIGNAUX CONSO

Achats des ménages - Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes
européennes et mondiales.



Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr

éditions
DAUVERS

JACK'S STORES

New-York

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

Un grand bazar sur 3 niveaux et (à vue de nez) 10 000 m². Jack vend de tout : de l'alimentaire (un peu), de la décoration, du textile, de l'équipement de la maison, etc.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce qu'il est le meilleur exemple que je n'ai jamais vu de grand magasin encore dans "le jus d'origine". S'il avait évolué comme les autres, Jack serait devenu l'équivalent des Macy's, JC Penney ou nos Galeries Lafayette. Mais il a visiblement résisté à l'embourgeoisement !

> En quelques photos, vous pourrez revivre ce qu'étaient les grands magasins autrefois : de grands bazars.



JACK'S STORES

>>> photos pages suivantes

JACK'S STORE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



JACK'S STORE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



JACK'S STORE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



JACK'S STORE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



JACK'S STORE

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS





COLLECTION «LES PRATIQUES DU COMMERCE»
Tome 2 : Mieux Piloter sa Relation-Client

Un livre pratique pour
mieux piloter sa Relation-Client

Une enquête au pays de la relation client

Près de 150 exemples décortiqués, des dizaines de rencontres avec des professionnels et praticiens de la relation client, des centaines d'articles consultés et analysés et bien davantage encore de visites en magasins dans pas moins de 15 pays depuis 2006. Au final, « *Mieux piloter sa relation client* » est sans doute une enquête aussi vaste... que le champ de la relation client !

200 pages, 27 euros

Achat en ligne sur www.olivierdauvers.fr

ou en commandant à olivier@olivierdauvers.fr

COST PLUS WORLD MARKET

Atlanta

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

En premier abord, un magasin qui ressemble à Pier Import ou Maisons du Monde. Bref, très orienté décoration avec des produits naturels, authentiques, "racontant" une histoire, etc. En fait, un concept plus subtil, orienté "art de vivre" et qui va donc plus loin que la simple décoration.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Parce que Cost Plus World Market mélange les genres avec une certaine habileté. Il y a certes le non-al de déco mais également deux rayons alimentaires : épicerie fine et une cave à vins dont le merchandising mérite le coup d'œil.

> Parce que cet étonnant mélange fonctionne très bien.



COST PLUS WORLD MARKET

>>> photos pages suivantes

COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

rejuvenate)
gentle skin

Personal
CARE
COLLECTION

Turkish
TOWELS

bath storage

SALE
20%

BATH

29%



COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

WINE & BEER
CELLAR

restrooms

water & soda



SALE
Save over 20%
Verona Dining Collection
a pair of new tables
\$999.99

WORLD MARKET EXPLORER
MEMBERS
SAVE MORE!
SALE
\$149.99

SALE

Ad Disclaimert

SALE
\$14.99

COST PLUS WORLD MARKET

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS



NEUVIÈME ÉDITION DES
Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers



Une année à arpenter les magasins,
décoder les stratégies
des enseignes, éplucher les prospectus. 84 p

A LIRE

Le bêtisier complet de l'année, les nouvelles enseignes,
les bonnes et les mauvaises pratiques merchandising,
les initiatives marketing, etc. "Illustrations 100 % terrain !".

**Un vrai regard client sur le commerce
et une liberté de ton unique !**



*« Personne ne re-
garde les maga-
sins
comme lui..
Et, surtout, n'ose
le raconter... !*

**100 %
décapant**
[formule enrichie]

ALDI

Atlanta

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

Le concept...

Un Aldi comme un autre ! L'intérêt n'est pas dans le concept mais dans la communication prix que l'enseigne a déployé aux Etats-Unis.

Pourquoi je l'ai sélectionné...

> Précisément pour la manière dont l'enseigne parle de prix : sous forme d'engagements numérotés qui sont repris dans les points de vente, sur les prospectus ou sur le site web de l'enseigne. Une "mécanique" de communication qui fonctionne !

> Parce que, ce faisant, Aldi nourrit son image-prix tandis que la posture sous forme d'engagements travaille sur la confiance à l'enseigne.



ALDI

>>> photos pages suivantes

ALDI

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

ALDI truth #1:
When deciding
between
eating well and
saving money,
always
choose
both.



ALDI

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

ALDI truth #12:
We don't match
other stores'
prices because
that would
mean
raising
ours.



ALDI

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

ALDI truth #72:
Our low
prices come
in hundreds
of delicious
flavors.



ALDI

Les dossiers
GRANDE CONSO

éditions
DAUVERS

ALDI truth #3:
**Filling up
your cart
doesn't
mean
emptying
out your
wallet.**

www.aldi.us

2

ALDI

2

THE BAGGING IS
UP TO YOU. THE

ALDI truth #83: Low prices on everything beats a low price on one thing.

Wednesdays are Fresh Meat Special Buy Day.

Lunch Mate
Ham & Turkey Sub Kit
20 oz.
4.99

Southern Grove
Jumbo Trail Mix
Sweet & Nutty or Wasabi Wild.
24 oz.
3.99

Nature's Nectar
All Natural Raspberry Lemonade
59 oz.
1.99

Naked
All Natural Blue Machine Juice Smoothie
32 oz.
3.99

Fresh Boneless Skinless Chicken Breasts
5-lb. avg. weight.
1.69 PER LB.

DELI STYLE
SMOKED HAM & OPEN ROASTED TURKEY
3.99

TRAIL MIX
3.99

Choceur
Coffee to Eat Truffles
Assorted varieties, 4.23 oz.
2.99

Specialty Selected
Dark Chocolate Covered Espresso Beans
7 oz.
2.99

Download the **FREE ALDI APP**
For iPhone, Android and iPad

4" Primrose
99¢
Available Wednesday, January 23.

ALDI facebook:
fan comment:

"I think someone personally shops just for me. Then puts the merchandise at ALDI so it's always available for me. I LOVE everything at that store! And there's always something different. This time of year, you never know what little treasure you're going to find."

Nadine A.
facebook.com/aldiusa

"Like" us on
facebook.com/aldiusa

Special Buys begin Sunday, January 20

ALDI truth #186: When it comes to low prices, we never drop the ball.



Kitchen Living
5-Quart Buffet Server
• One 2.5-quart and two 1.5-quart removable stainless steel warming pans
• Cool-touch handles and non-skid feet
19.99



Kitchen Living
6-Quart Digital Programmable Slow Cooker
• Removable stoneware crock
• Easy to clean
29.99



Kitchen Living
14-Cup Deep Fryer
• Splatter-proof detachable lid with viewing window and odor filter
• Adjustable temperature control
• Immersible heating element
24.99



89¢
Boulder Football Themed Tableware
Lunchbox Napkins or Dinner Paper Plates.
18 4-count.

2.99
Mama Cozzi's Pizza Kitchen
Toasted Ravioli
Beef or Cheese, 16 oz.

1.19
Brookdale
2 Bean or Hot Habanero Chili
15 oz.

59¢
Happy Harvest
Chili Style Diced Tomatoes
14.1 oz.

8.49
Kirkwood
Chicken Wings
6 lb.

1.99
Season's Choice
Whole Onion Rings
12 oz.

2.49
Appetitos
Frozen Dips
Assorted varieties,
8 oz.

4.99
Vienna Beef
Mini Bagel Dogs
12 oz.

2.99
Grandessa
Signature Exotic Vegetable Chips
1.5 lb.

Special Buys begin Sunday, January 20

ALDI. Simply Smarter Shopping.

Les dossiers

GRANDE CONSO



NEW-YORK / ATLANTA

**8 magasins/concepts/enseignes
à découvrir**

[JANVIER 2013]