



Une journée

**LINEAIRES**  
LA REVUE DE LA RECONSTRUCTION AUTOMOBILE

éditions  
**DAUVERS**

2<sup>e</sup> édition

# Les Ateliers du Drive

**Mardi 1<sup>er</sup> octobre 2013  
à Paris**

Novotel Vaugirard Montparnasse

Avec les témoignages  
confirmés de :

**Auchan, Intermarché,  
Système U et Migros**



**Tarif : 690 €HT la journée**

580 €HT la 2<sup>nd</sup>e place (même société)

En partenariat avec :

**Texabri**



n°2 - Septembre 2013

Le plein d'infos 100 % drive

## Les Ateliers du Drive

### PROGRAMME

- **Le drive rentable ?  
C'est possible !**
- **Drive et promotions :  
Qui fait quoi ?**
- **Cannibalisation  
drive/magasin :  
la vérité des chiffres**
- **Les derniers tests  
des enseignes**
- **Automatisation :  
quelles solutions  
pour quel bénéfice ?**
- **Fallait-il légiférer  
sur le drive ?**
- **Clients : les clés de  
la préférence en drive**

**L'actu  
drive**

p. 2

**La ville**

Castres (81)

p. 5

**L'enseigne**

Leclerc Drive



p. 11



**La catégorie**

Bières

p.19



**Le shopper**

drive par **nielsen**

p. 25

**Les tranches de  
vie commerciale**

p. 27

Une publication

éditions  
**DAUVERS**

d'après des données



**Programme détaillé  
et inscription sur  
www.lineaires.com**



par internet  
[www.texabri.com](http://www.texabri.com)



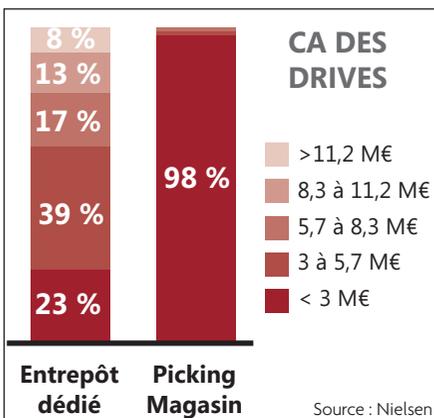
par téléphone  
04 74 78 03 87



# L'actu drive

## > LE CHIFFRE

**3 M€** tel est, selon Nielsen, le seuil de chiffre d'affaires annuel en deçà duquel sont cantonnés 98 % des drives pratiquant le picking en magasin. Dans le cas des drives-entrepôts, seuls 23 % d'entre eux enregistrent un CA inférieur à 3 millions d'euros. Les plus nombreux (39 %) ont un CA compris entre 3 et 5,7 M€. Ils sont 17 % entre 5,7 et 8,3 M€, 13 % entre 8,3 et 11,2 M€ et enfin 8 % au-delà de 11,2 M€.



## > INSOLITE

**Autant prévenir les éventuels amateurs, l'adresse internet [www.le-drive.fr](http://www.le-drive.fr) est déjà prise.** Qui a acheté cette url on-ne-peut plus générique ? La société Anchois Roque spécialisée, comme son nom l'indique, dans l'anchois ! L'entreprise a vu dans le drive un moyen de satisfaire une part de sa clientèle estivale en lui évitant le désagrément de chercher une place de parking lors du pic d'affluence à Collioure. Les clients sont même incités à passer commande en ligne avec une remise de 5 % en été.

## > HOLIDAY'S DRIVE



Comme les magasins "en dur", notamment Lidl avec l'affichage récurrent d'une carte de ses implantations balnéaires, les drives entendent fidéliser leurs clients même en vacances. Tel était le but de ce mailing promotionnel envoyé par Casino Drive le 11 juillet dernier. **L'argumentation est simple et efficace : faites votre commande avant de partir et vos courses vous attendent en arrivant.**

## > TABLEAU DE BORD

### ● LE PARC DRIVE

**2392** sites

+ 35 en 1 mois

### ● L'OFFRE MOYENNE

**10409** réf.

- 59 réf. en 1 mois

### ● POIDS DES MDD

**32,1** % de l'offre

Source : **DRIVE Insights**

Août 2013



DECouvrez  
NOS REALISATIONS



par internet  
[www.texabri.com](http://www.texabri.com)

# a3distrib

L'image de vous-même !



Rendez-vous prochainement sur [www.grandeconso.com](http://www.grandeconso.com)

## L'actu drive



Septembre 2013

# 3

### > LA PHOTO



▼ **En apparence, c'est une hérésie : rapprocher les couches culottes des packs de bière. Mais le drive-entrepôt n'est pas un magasin comme les autres !** Le client n'y pénètre jamais. Et le merchandising n'y a donc pas sa place. Seule compte la productivité des préparateurs de commande. En ce sens, les produits sont organisés par niveau de rotation et non par catégorie. Rien d'anormal, dès lors, que les couches avoisinent les packs de bière !

### > DU CASH & CARRY AU CLICK & COLLECT



◀ Parallèlement à la grande distribution, les enseignes de cash & carry ont elles aussi succombé aux charmes du drive. **Fort de 139 magasins-entrepôts, Promocash revendique 13 drives et Metro, avec un parc de 93 points de vente, en compte 12.** Chez Metro, nombre de ces drives cash & carry sont des entrepôts déportés approvisionnés par un magasin. Objectif : capter la nouvelle clientèle de zones de chalandise jusque-là non desservies. Le Metro drive de Rodez dépend ainsi du Metro Toulouse. A l'inauguration de ses premiers drives en 2010, la direction de Metro avait annoncé l'objectif ambitieux d'ouvrir 55 Metro Drive. Une chose est sûre, l'enseigne a récemment fermé deux de ses unités trop éloignées de la clientèle, préférant mettre en place un système de livraison...

### > MADE IN ENGLAND



**Après avoir porté leurs efforts "on-line" sur la livraison à domicile, les distributeurs britanniques parient désormais sur le "click & collect" alimentaire.**

Tesco a ouvert le bal dès 2011. Désormais, 180 Tesco et Tesco Extra proposent un principe équivalent à celui de nos drives. Facturé jusque-là 2 livres, ce service est gratuit depuis le mois d'août. Asda, de son côté, envisage d'ouvrir cette année 100 points "click & collect" alimentaires dans ses magasins, après en avoir testé 6 l'an dernier. L'enseigne du groupe Walmart n'est pas arrêtée sur un modèle économique précis et multiplie les expériences (point de collecte autonome en zone de bureau, dans des stations services...). Comme Tesco, Asda vient de rendre le service gratuit après l'avoir facturé 1,5 livre. Enfin, Waitrose ne cache pas non plus son intérêt pour le concept. Divers tests sont en cours.



# Drive

## a3distrib

Leader de la pige prospectus depuis plus de 15 ans, **a3distrib** est aujourd'hui le référent de la presse spécialisée sur les évolutions du Drive. Depuis plus d'un an, nous analysons, à la demande de nos clients, l'ensemble des enseignes drive et leur spécificité. Nous suivons l'ensemble des catégories de produits et nous **possédons plus de 100 000 codes EAN.**

Nos relevés on pour intérêt de répondre à toutes vos interrogations :

#### ▶ Vous souhaitez connaître :

- Votre assortiment en drive (assortiment moyen, part d'offre)
- Votre DN
- Votre taux promo
- Votre assortiment obligatoire et/ou optionnel, selon les enseignes
- Vos prix et vos écarts de prix

▶ Vous souhaitez que votre force de vente soit informée en temps réel sur leur zone et leur produits

▶ Vous souhaitez suivre l'ensemble de vos EAN

Contactez-nous pour un test gratuit : [virginie.brunet@distrib.tm.fr](mailto:virginie.brunet@distrib.tm.fr)



Une journée

**LINEAIRES**  
Le magazine de la distribution alimentaire

éditions  
**DAUVERS**

2<sup>e</sup> édition

# Les Ateliers du Drive

**Mardi 1<sup>er</sup> octobre 2013 à Paris**

**Novotel Vaugirard Montparnasse**

- Le drive rentable ?  
C'est possible !
  - Drive et promotions :  
Qui fait quoi ?
  - Les derniers tests  
des enseignes
  - Automatisation :
- quelles solutions  
pour quel bénéfice ?
- Fallait-il légiférer  
sur le drive ?
  - Clients : les clés de  
la préférence en drive
- Cannibalisation  
drive/magasin :  
la vérité des chiffres

Avec les témoignages  
confirmés de :  
**Auchan, Intermarché,  
Système U et Migros**



En partenariat avec :

**Tarif : 690 €HT la journée**

580 €HT la 2<sup>nd</sup>e place (même société)

**Programme détaillé  
et inscription sur  
[www.lineaires.com](http://www.lineaires.com)**

En partenariat avec :

**Texabri**

**acrelec**  
DIALOGUEZ AVEC NOTRE TECHNOLOGIE

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS  
[ juillet-août couplés ]

a3distrib

éditions  
DAUVERS



Septembre 2013

# 5

# La ville

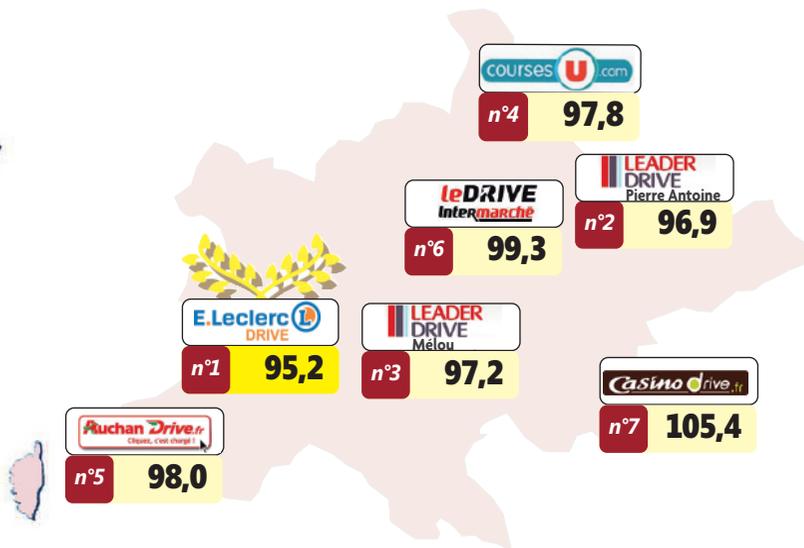
Aire urbaine d'un peu moins de 70 000 habitants, Castres est bien fournie en drives avec 7 unités en service au mois de juillet. Sur le podium des prix, deux Leader Drive (96,9 et 97,2) talonnent Leclerc Drive (95,2). Casino Drive est la lanterne rouge du classement (105,4).

Source :   
Juillet 2013

## > CASTRES VS. FRANCE



## > CLASSEMENT PRIX DES DRIVES

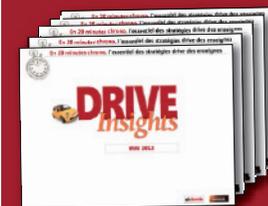


## > DENSITÉ DRIVES VS. POPULATION < 10 000 habitants/drive

La moyenne française est de  
**28 760**  
habitants/drive

# TARIF 2013

Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

# Bornes drive (Drive'in)

Concepteur et fabricant de bornes interactives depuis 1994 **Ultimedia** vous propose des solutions "Drive" personnalisées\*

\*solutions hardware et software



Les points forts de notre solution :

- Une solution matérielle certifiée par le Bureau Veritas
- Adaptation de votre cahier des charges logiciel
- connexion back-office, création des IHM\* de commande



Constructeur de technologies interactives

www.ultimedia.fr

Copyright © Ultimedia 2013

La ville Castres (81)



Septembre 2013

# 6

# Bornes drive (Drive'in)

Concepteur et fabricant de bornes interactives depuis 1994 **Ultimedia** vous propose sa gamme de bornes "Drive".



Ils nous ont fait confiance : Cora, Auchan, Locagel

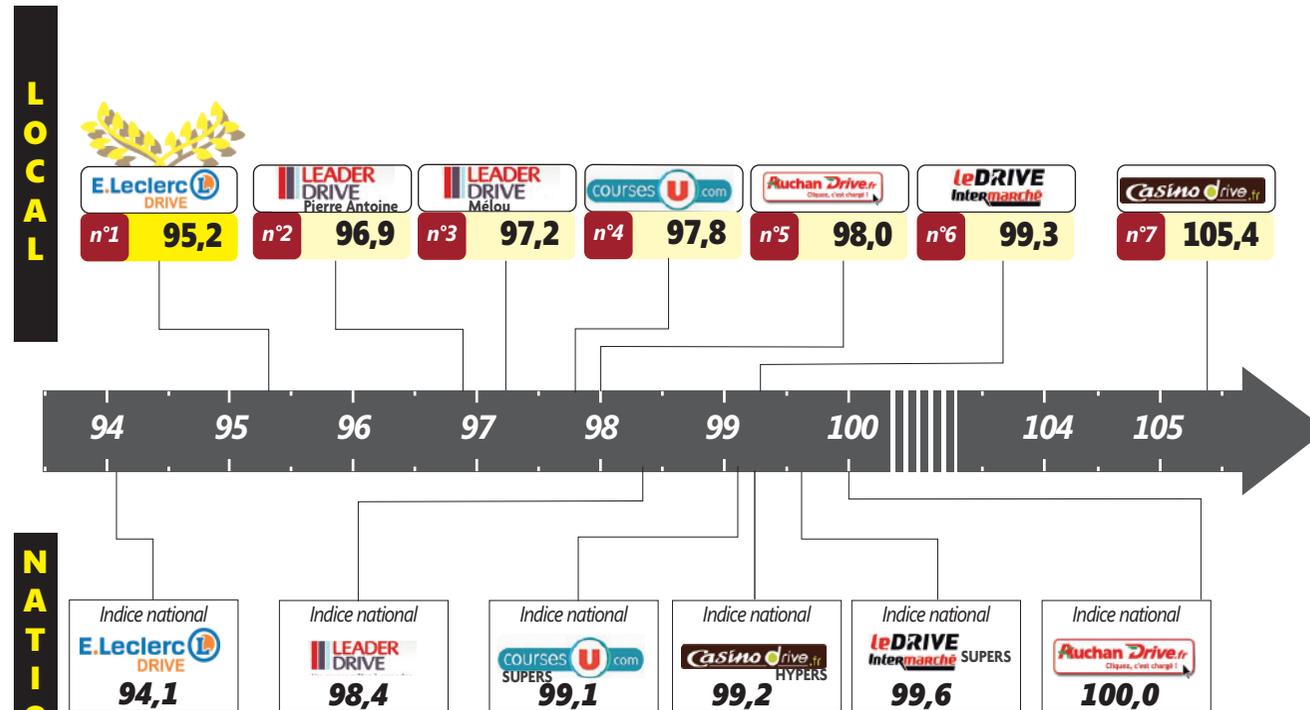


Constructeur de technologies interactives

www.ultimedia.fr

Copyright © Ultimedia 2013

## > LES ENSEIGNES PRÉSENTES VS LEUR POSITIONNEMENT NATIONAL



LOCAL

NATIONAL

**SIGNAUX ECO & CONSO**

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation  
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco  
Achats des ménages - Tendances conso

**RETAIL FRANCE**

Le suivi des enseignes alimentaires et non- al :  
résultats, performances, benchmark, etc.

**RETAIL WORLD**

Le suivi des principales enseignes mondiales

**Numéro découverte (et gracieux)**  
**sur simple demande :**  
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

**La ville** Castres (81) 🔍

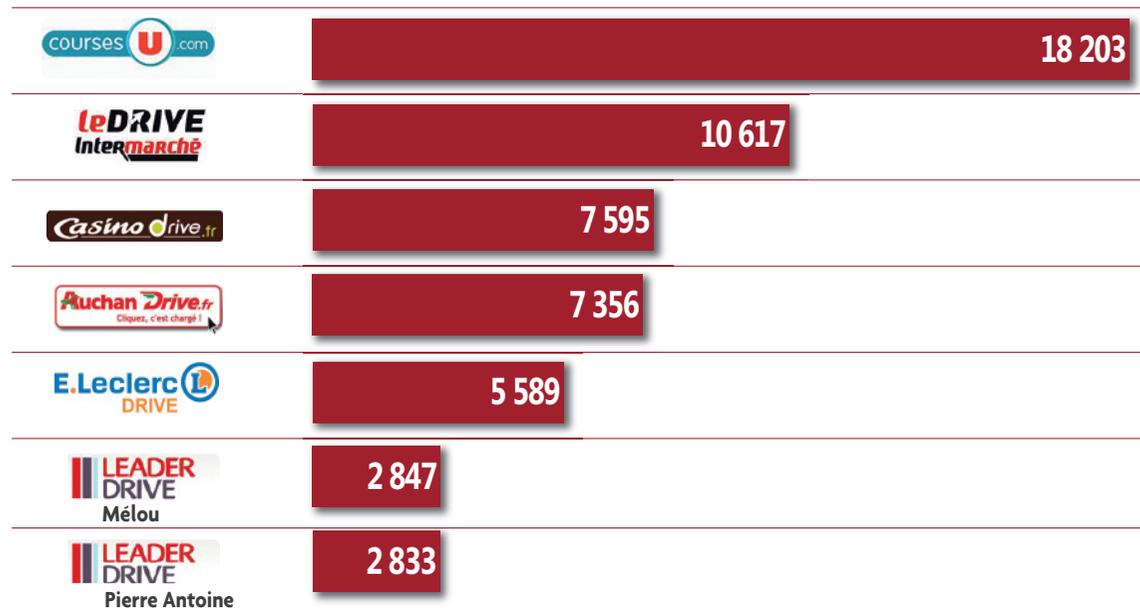


Mag **DRIVE** Septembre 2013

# 7

> **ASSORTIMENT TOTAL**

Nbre de réf.



2 FORMATS  
DE SOUSCRIPTION

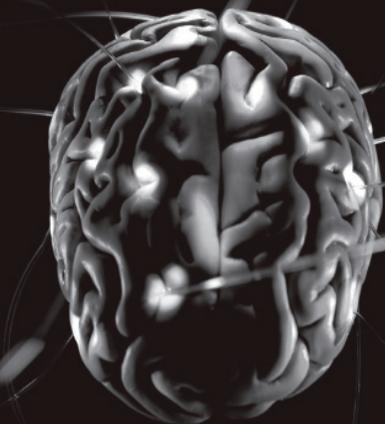


**Version papier**  
1 brochure/mois par courrier



**Version électronique**  
1 fichier PDF/mois par mail

**avec licence de multidiffusion\***  
**au sein de votre entreprise**  
(même raison sociale)



nous adorons  
les casse-têtes

Alvey-Samovie est spécialisée dans les projets d'automatisation industrielle sur mesure.

Alvey-Samovie propose des systèmes de palettisation 'clé en main' avec une interface logicielle pour le pilotage et la supervision des lignes de production.

Alvey-Samovie renforce également son offre sur le marché de la Distribution / Logistique avec une réponse 'globale' Manutention, Tri, Stockage, Préparation de commandes.

Alvey-Samovie réalise des projets pour les secteurs de l'agroalimentaire, la chimie, la distribution/logistique, la pharmacie, la cosmétique, les matériaux de construction et pour tout autre environnement de production.

Vous avez un projet en 'tête'? Contactez-nous pour un entretien sans engagement.

Alvey-Samovie sas  
Z.I Avon, lot.11  
420 Avenue des Chasséens  
13120 Gardanne France  
T +33 (0)4 42 60 68 20  
F +33 (0)4 42 24 96 25

Parc Technologique de Sogé  
Rue Copernic  
56270 Ploemeur France  
T +33 (0) 2 97 88 22 60  
F +33 (0) 2 97 88 22 77  
info@alvey-samovie.fr  
www.alvey-samovie.fr

La ville



Septembre 2013

# 8

> L'OFFRE PRODUITS FRAIS TRADITIONNELS

Nombre de réf.	Boulangerie pains frais	Boucherie	Fromagerie	Poissonnerie filets et poissons entiers	Fruits frais
	6	97	407	0	31
	2	93	408	3	30
	6	78	279	0	70
	10	40	139	3	47
	16	55	254	2	41
	3	29	101	0	29
	3	27	107	0	29

Le drive de Géant propose une offre large et diversifiée avec notamment des recettes spécifiques comme du pain complet, aux céréales ou au levain. Bien qu'étroite, l'offre d'Intermarché est clairement annoncée «La Fourmée du Jour».

Sur la petite centaine de références que compte Super U au rayon boucherie, un quart fait l'objet d'une mise en avant particulière sous l'intitulé « Préparées par nos bouchers », de façon à les distinguer clairement des produits plus "industriels".

Si coursesU.com annonce un assortiment de 15 fromages à la coupe, la dénomination est quelque peu "usurpée", l'offre se composant uniquement de fromages unitaires dont des MDD Saveurs U et des marques (Etorki, Lou Pérac)

Décidément, la poissonnerie est le parent pauvre du drive. 4 drives de Castres n'en proposent tout simplement pas. Dans les 3 autres, l'assortiment se résume à 1 ou 2 filets "blancs" et un filet de saumon.

Auchan Drive sort vraiment du lot affichant 70 références contre 29 à 47 ailleurs. Son assortiment compte pas moins de 5 réf. d'abricots ou encore 6 de melons.



ALVEY AUTOMATISE  
VOTRE DRIVE

Les+

- Forte productivité des opérateurs
- Rapidité de la préparation des commandes
- Garantie de la qualité des préparations
- Ergonomie et sécurité du poste de prélèvement
- Réapprovisionnement des meubles de stockage PENDANT la préparation des commandes
- Flexibilité et évolutivité de l'installation



Alvey Samovie sas  
Bureau Gardanne, France  
T +33 (0) 4 42 60 68 20  
Bureau Ploemeur, France  
T +33 (0) 2 97 88 22 60  
info@alvey-samovie.fr

Relevés le 12 juillet 2013

www.alvey.eu

**La ville** Castres (81)

**> FOCUS OFFRE RÉGIONALE**
**Vins de Gaillac**


Nombre de réf.

	11
	3
	7
	5
	3
	0
	0

Dans la tournée des vignobles de France, le local de l'étape tarnaise est le vin de Gaillac. Seul coursesU lui fait vraiment honneur avec 11 bouteilles (dont 2 MDD).

**Canard**


Nombre de réf.

	8
	10
	2
	3
	7
	4
	4

Viande fétiche du Sud-Ouest, le canard sous toutes ses formes se fait relativement discret chez Leader Drive, Leclerc et Auchan.

**Mont Roucous**  
eau minérale du Tarn


Nombre de réf.

	4
	2
	2
	1
	1
	0
	0

L'eau de Mont Roucous jaillit dans le parc naturel du Haut Languedoc, dans le Tarn. Seul coursesU propose la gamme complète : 6 x 1,5 l, 4 x 1 l, 12 x 25 cl et 6 x 50 cl.

Relevés le 12 juillet 2013

Indispensable pour tout connaître de la distribution alimentaire

**l’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**

• Une Affiche au format "spécial bureau" (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.

• Un Book au format pratique (15 x 21 cm) avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. **Idéal pour votre force de vente.** A emporter partout grâce à son format pratique.

**Tarifs HT 2013**

- Affiche.....150 €
- Lot de 6 Books.....240 €
- Pack (Affiche + Books).. 310 €

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

Pour toujours avoir les chiffres clés du secteur et des enseignes sous la main

**l’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**




- Store-Picking

- Remise en rayon

- Géolocalisation de produit

- Parcours client



- Multi-support

- Aucun matériel à installer

## > FOCUS PRODUITS DE SAISON

### Crèmes solaires



	18
	19
	29
	9
	11
	0
	0

### Saucisses et merguez



	8
	8
	12
	6
	5
	10
	7

### Salades Traiteur



	94
	44
	32
	21
	33
	11
	15

• A l'instar des consommateurs, les distributeurs n'ont aucune envie de rater la saison estivale. Comme dans les allées promo des magasins, les produits les plus saisonniers font souvent l'objet de mise en avant dans les pages d'accueil des drives. Surtout les crèmes solaires et les produits à griller : saucisses et merguez. Les salades traiteur, elles, sont souvent incluses dans les mises en avant thématiques "barbecue" ou "pique-nique" au même titre que le charbon de bois ou les mini-fûts de bières.

• **A noter, la performance de coursesU qui propose près de 100 références de salades...** et la contre-performance des Leader Drive dont les crèmes solaires ont visiblement fondu comme neige au soleil (la rubrique existe bel et bien mais demeure vide).

# SPECIAL DRIVE ACCOLÉ

La longueur de l'assortiment est la nouvelle compétition ! (Ex: les fournitures scolaires)



**LA SOLUTION**  
En entropôt pour les fortes rotation et le Picking pour l'ensemble des produits présents en magasin et les rayons saisonniers

E-Pick, LA solution de préparation de commandes optimisée !

Contactez-nous pour une démonstration !



PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE

**DRIVE**  
Insights

TOUS LES MOIS

[ juillet-août couplés ]

a3distrib

éditions  
DAUVERS

powered by



Septembre 2013

# 11

L'enseigne

Leclerc Drive



Source :



Juillet 2013

Leclerc joue désormais dans la cour des grands du e-commerce français que sont Amazon et Cdiscount. Avec un chiffre d'affaires 2013 estimé entre 1,3 et 1,4 milliard d'euros, le groupement pourrait même bientôt ravir à ces deux "pure players" la première place.

> C'est en septembre 2007 que Pascal Payraudeau, adhérent à Roques-sur-Garonne près de Toulouse a ouvert le premier drive de l'enseigne. **6 ans après, Leclerc compte 360 drives (l'équivalent de 64 % de son parc de magasins) et ne compte pas en rester là avec un rythme d'ouverture des plus soutenus.** Une quinzaine de sites, pour l'essentiel des drives-entrepôts, ouvrent chaque mois depuis le début de l'année.

> Fidèle à ses racines discount, Leclerc Drive est l'enseigne de drive majeure la moins chère de France avec un indice de prix en constante baisse depuis deux ans pour atteindre aujourd'hui 94,0.

> S'il ne fallait retenir qu'une particularité du drive à la mode Leclerc c'est l'étréoussse assumée de son offre. L'enseigne affiche en effet l'assortiment le plus serré du marché des drives (Leader Drive mis à part) avec 6 272 réf. contre 10 459 en moyenne.



### L'ORGANISATION TYPE

**Picking**  
(monocommande)  
en entrepôt dédié

• Retrait en service voiture  
"full drive" (multipistes)

• Développement  
de "drive-étoile"

TARIF 2013

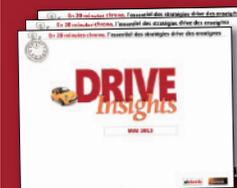
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

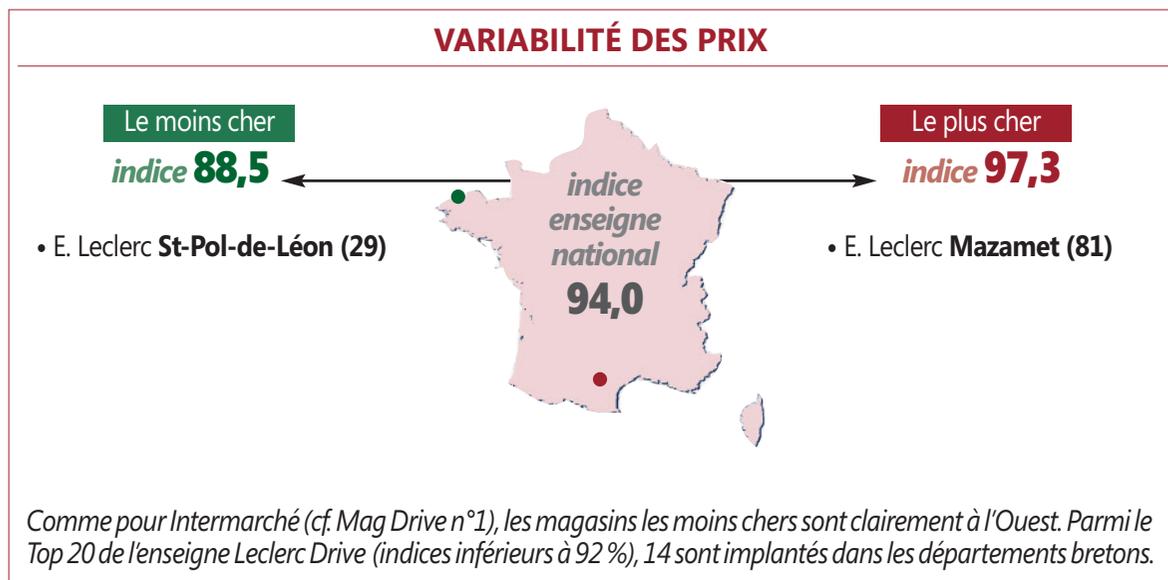
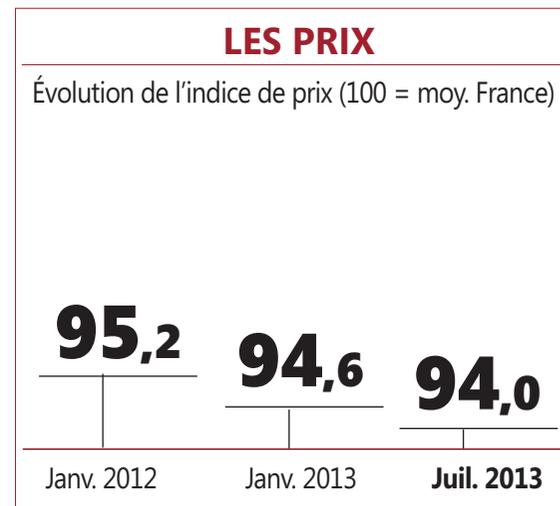
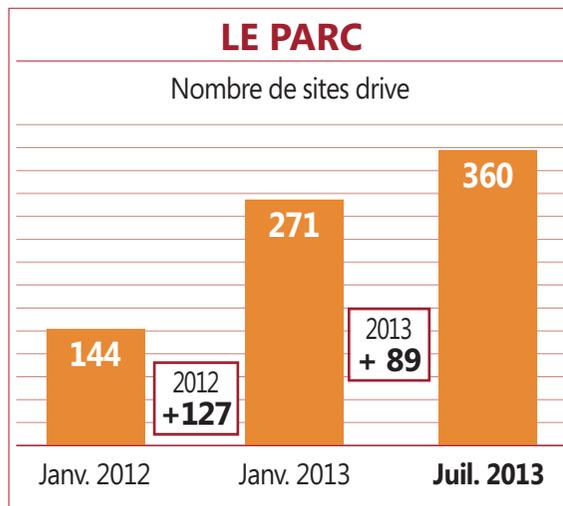


### Gain de surface Productivité - Evolutivité

- Optimisation de la capacité de stockage grâce à l'utilisation efficace de l'espace
- Préparation de commandes rapide, sûre et axée sur les procédures
- Grande rentabilité grâce à la mise à disposition automatisée des marchandises
- Faible exigence de main d'œuvre dédiée aux prélèvements
- Capacité d'expansion idéale grâce au concept modulaire

### Sécurité - Fiabilité - Ergonomie

- Forte productivité, constance de la qualité d'exécution des tâches et de la protection contre les pannes, même durant les pics d'activité
- Affectation des prélèvements à chaque préparateur
- Sécurité des marchandises contre les prélèvements non autorisés



Les carrousels horizontaux HOKA Kardex et tours de stockage SHUTTLE, associés à nos convoyeurs et dispositif de préparation de commandes PTL, vous offrent une solution de préparation de commandes à haute cadence supervisée et pilotée par la nouvelle solution informatique WMS/WCS PPG OP+



Contacts

01 49 44 26 34

[www.kardex-remstar.fr](http://www.kardex-remstar.fr)

[valerie.mangini@kardex.com](mailto:valerie.mangini@kardex.com)



Indispensable pour tout connaître de la distribution alimentaire

**l’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**

- Une Affiche au format "spécial bureau" (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.

- Un Book au format pratique (15 x 21 cm) avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. **Idéal pour votre force de vente.** A emporter partout grâce à son format pratique.

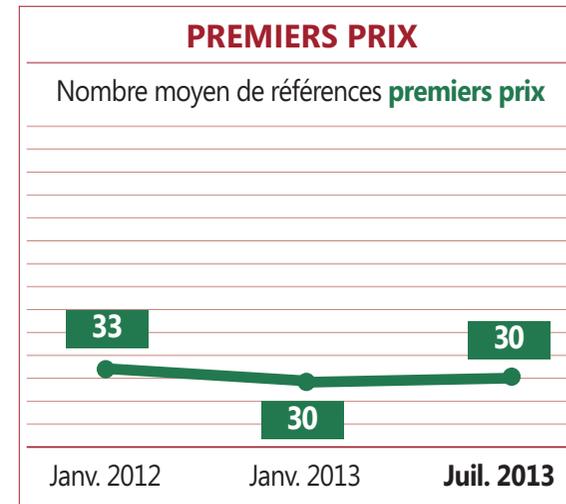
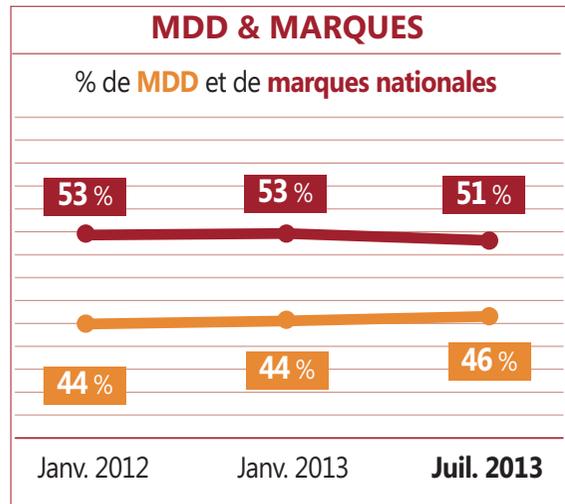
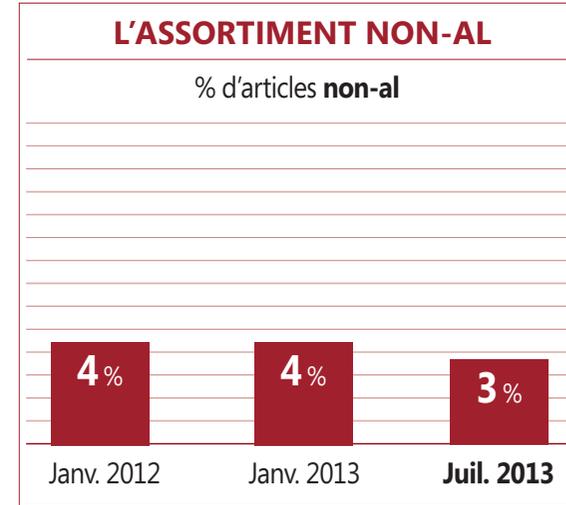
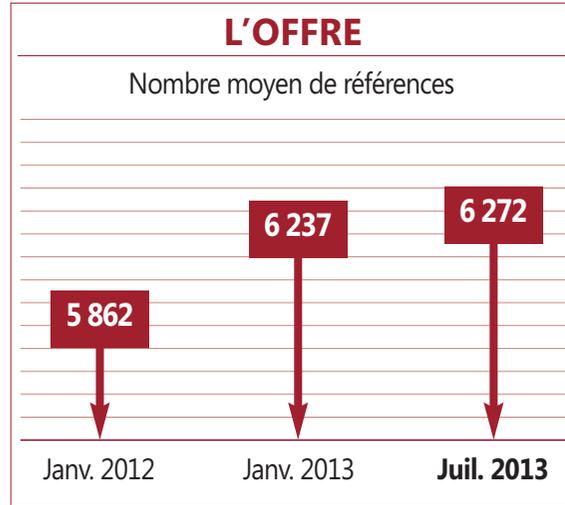
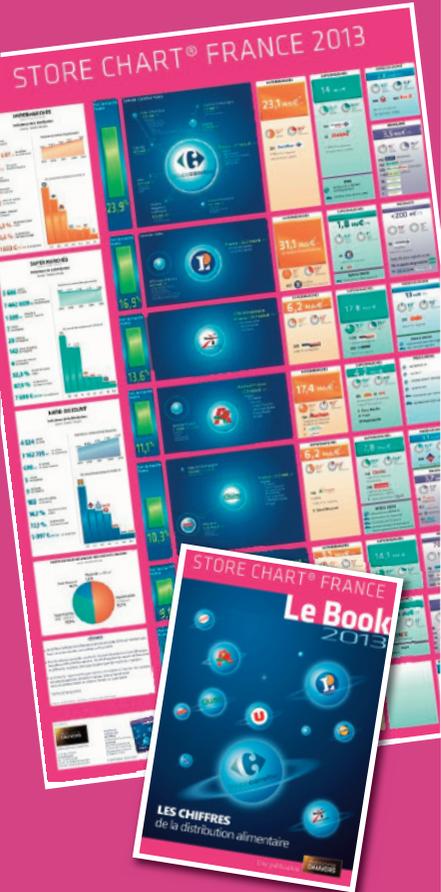
**Tarifs HT 2013**

- Affiche.....150 €
- Lot de 6 Books.....240 €
- Pack (Affiche + Books).. 310 €

Renseignements : [florence.taillefer@editionsdauvers.fr](mailto:florence.taillefer@editionsdauvers.fr)

Pour toujours avoir les chiffres clés du secteur et des enseignes sous la main

**l’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**





Une journée

LINEAIRES

éditions DAUVERS

2<sup>e</sup> édition

# Les Ateliers du Drive

Mardi 1<sup>er</sup> octobre 2013  
à Paris

Novotel Vaugirard Montparnasse

Avec les témoignages confirmés de :

Auchan, Intermarché,  
Système U et Migros



Tarif : 690 €HT la journée

580 €HT la 2<sup>ème</sup> place (même société)

En partenariat avec :

Texabri

acrolec

L'enseigne

Leclerc Drive



Septembre 2013

E.Leclerc DRIVE

# 14

## Les Ateliers du Drive

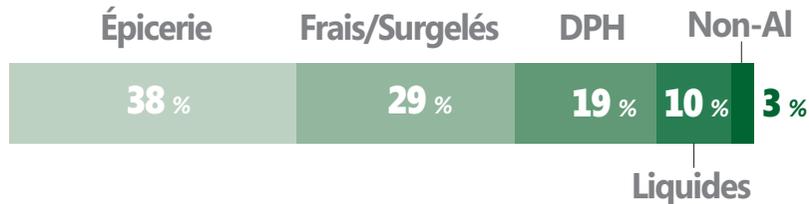
### PROGRAMME

- Le drive rentable ?  
C'est possible !
- Drive et promotions :  
Qui fait quoi ?
- Cannibalisation  
drive/magasin :  
la vérité des chiffres
- Les derniers tests  
des enseignes
- Automatisation :  
quelles solutions  
pour quel bénéfice ?
- Fallait-il légiférer  
sur le drive ?
- Clients : les clés de  
la préférence en drive

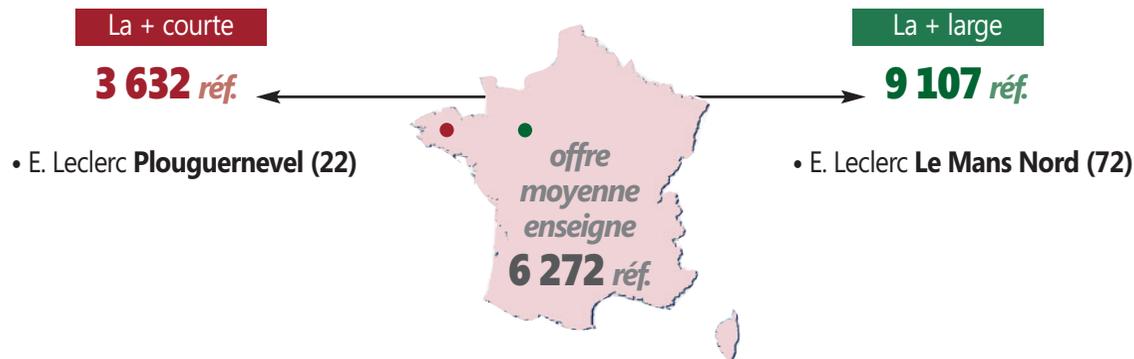


Programme détaillé  
et inscription sur  
[www.lineaires.com](http://www.lineaires.com)

### COMPOSITION DE L'OFFRE



### VARIABILITÉ DE L'OFFRE



L'INTERFACE CLIENT

• La page d'accueil



Une page d'accueil longue et 100 % marchande.

Celle-ci se subdivise en quatre parties.

- Tout en haut, un "ascenseur horizontal" permet d'accéder à tous les univers ainsi qu'aux espaces thématiques (nouveautés, promotions, rentrée des classes, barbecue...)
- A droite, une colonne grise est réservée au panier et à la liste des produits qu'il contient.
- L'essentiel de la page est consacré aux produits en promotions. Au total 15 lignes de 7 produits par page et des onglets et flèches permettent d'accéder aux deux autres pages dédiées aux promos du moment. **La visibilité de l'offre est notable avec des vignettes-photos de taille sensiblement supérieure à la moyenne des drives.**
- Enfin, tout en bas, discrètement, dans la même taille de caractères que les conditions générales de vente, les internautes ont accès aux questions les plus demandées (FAQ), à une fiche de suggestion de produit et au plan d'accès au point de retrait.

A noter qu'à la différence de toutes les autres enseignes de drive, l'interface de Leclerc occupe toute la largeur de l'écran ne laissant aucune place à des marges de part et d'autre. D'où la possibilité d'aligner 7 produits en largeur (contre 4 chez Carrefour, ITM, Casino, Auchan et Cora, voire 5 chez U).



Le Web Grande Conso  
Tous les jours, un regard décalé sur le commerce



Tribune Grande Conso  
Lettre d'opinion



Vidéo Grande Conso  
Le commerce en images [Vidéocast]



La boutique en ligne des Editions Dauvers  
Retrouvez ici tous nos ouvrages

**a3distrib**  
L'image de vous-même !



Rendez-vous prochainement sur  
[www.grandeconso.com](http://www.grandeconso.com)

L'enseigne Leclerc Drive



Septembre 2013

# 16

E.Leclerc  
DRIVE

## L'INTERFACE CLIENT

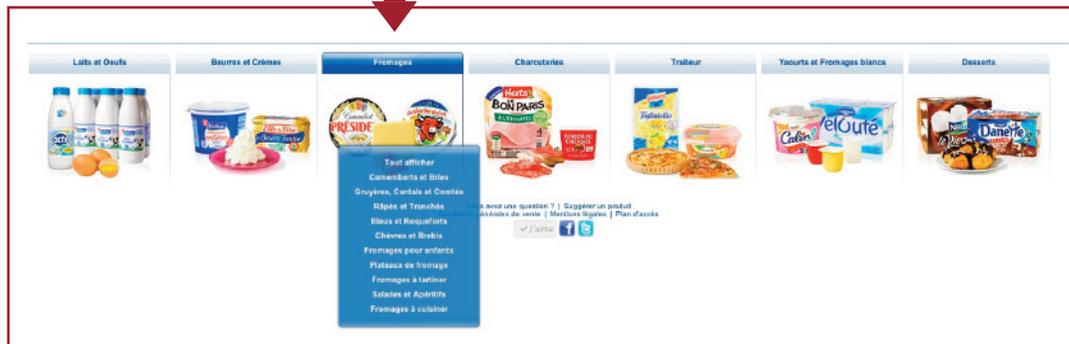
### • Navigation



Outre l'indispensable champ de recherche, la navigation peut se faire en cliquant sur l'image correspondant à l'univers de son choix, puis sur l'image du rayon que l'on souhaite visiter. Ensuite, un menu déroulant donne accès aux différentes familles de produits.



Rechercher un produit



**Drive**  
**a3distrib**

Leader de la pige prospectus depuis plus de 15 ans, **a3distrib** est aujourd'hui le référent de la presse spécialisée sur les évolutions du Drive. Depuis plus d'un an, nous analysons, à la demande de nos clients, l'ensemble des enseignes drive et leur spécificité. Nous suivons l'ensemble des catégories de produits et nous possédons plus de 100 000 codes EAN.

Nos relevés ont pour intérêt de répondre à toutes vos interrogations :

- ▶ Vous souhaitez connaître :
  - Votre assortiment en drive (assortiment moyen, part d'offre)
  - Votre DN
  - Votre taux promo
  - Votre assortiment obligatoire et/ou optionnel, selon les enseignes
  - Vos prix et vos écarts de prix

▶ Vous souhaitez que votre force de vente soit informée en temps réel sur leur zone et leur produits

▶ Vous souhaitez suivre l'ensemble de vos EAN

Contactez-nous pour un test gratuit :  
[virginie.brunet@distrib.tm.fr](mailto:virginie.brunet@distrib.tm.fr)

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE

**DRIVE**  
Insights

TOUS LES MOIS  
[ juillet-août couplés ]

a3distrib

powered by

éditions  
DAUVERS

L'enseigne Leclerc Drive



Septembre 2013

E.Leclerc  
DRIVE

# 17

## L'INTERFACE CLIENT

### • Navigation (suite)



Après avoir cliqué sur une famille de produits dans le menu déroulant, l'assortiment s'affiche. Comme en page d'accueil, les références sont très visibles.

TARIF 2013

Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

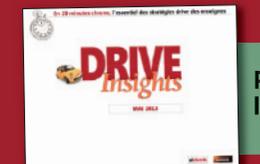
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr



L'INTERFACE CLIENT

• La fiche produit



Plutôt qu'un long discours... Leclerc a opté pour des fiches produits simples et concises. **Pour plus d'informations, le drive shopper peut utiliser la fonction "Zoom 3D" qui permet de tourner le produit dans tous les sens et de lire toutes les mentions indiquées à quelque endroit sur le packaging.** «Comme si vous l'aviez en main», précise le texte de présentation de cette fonction "Zoom 3D" jusque-là unique sur l'ensemble des enseignes de drive.

Rotation 3D



Zoom puissant



VIGIE GRANDE CONSO

L'Observatoire Distribution

LA VEILLE GRANDE CONSO de référence depuis plus de 20 ans

tous les mois

3 études en 1

SIGNAUX ECO & CONSO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation  
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco  
Achats des ménages - Tendances conso

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes alimentaires et non-aliments : résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes mondiales

Numéro découverte (et gratuits) sur simple demande :

jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

VIGIE GRANDE CONSO

L'Observatoire Distribution

2 FORMATS DE SOUSCRIPTION



Version papier

1 brochure/mois par courrier



Version électronique

1 fichier PDF/mois par mail

avec licence de multidiffusion\* au sein de votre entreprise (même raison sociale)



# La catégorie

Bières



Source :



Juillet 2013

L'éditeur-expert  
Grande Conso

[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)



**Tranches de Vie Commerciale**  
Chaque année, rayons et  
magasins vus du client.  
Petits exercices de  
Penser-Client.



Retrouvez nos ouvrages

**LE SHOP**  
**GRANDE CONSO**  
La boutique en ligne des Editions Dauvers

sur :  
[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)





**La catégorie**

> **L'ASSORTIMENT MOYEN**

**103 réf.**  
*en Drive*

vs.

**216 réf.**  
*en Hypers*

**129 réf.**  
*en Supers*

Source : Iri

> **COMPOSITION DE L'OFFRE EN DRIVE**

% M NATIONALES	% MDD	% PREMIERS PRIX
<b>90,3 %</b>	<b>7,4 %</b>	<b>2,1 %</b>

solde = marques non identifiées

Indispensable pour tout connaître de la distribution alimentaire

**l'Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**

- Une Affiche au format "spécial bureau" (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.

- Un Book au format pratique (15 x 21 cm) avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. **Idéal pour votre force de vente.** A emporter partout grâce à son format pratique.

**Tarifs HT 2013**

- Affiche.....150 €
- Lot de 6 Books.....240 €
- Pack (Affiche + Books).. 310 €

Renseignements : [florence.taillefer@editionsdauvers.fr](mailto:florence.taillefer@editionsdauvers.fr)

Pour toujours avoir les chiffres clés du secteur et des enseignes sous la main

**l'Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013**



La catégorie



> L'ASSORTIMENT PAR ENSEIGNE

		Nbre de réf.	Mini - Maxi	
		187	83	217
	HYPER	174		131 - 218
	HYPER	141	57	217
	SUPER	138	63	217
	SUPER	122	17	210
	SUPER	108	85	197
		100	58	122
		86	50	133
	HYPER	81	43	115
		79	50	124
		76	69	80
	SUPER	75	50	89
	HYPER	70	61	108
		68	68	72
		55	22	116
		19	11	20

éditions DAUVERS

L'éditeur-expert Grande Conso

www.olivierdauvers.fr



Collection «Les Pratiques du Commerce»

Retrouvez nos ouvrages

**LE SHOP**  
**GRANDE CONSO**  
La boutique en ligne des Editions Dauvers

sur :  
www.olivierdauvers.fr



éditions DAUVERS

La catégorie

Bières

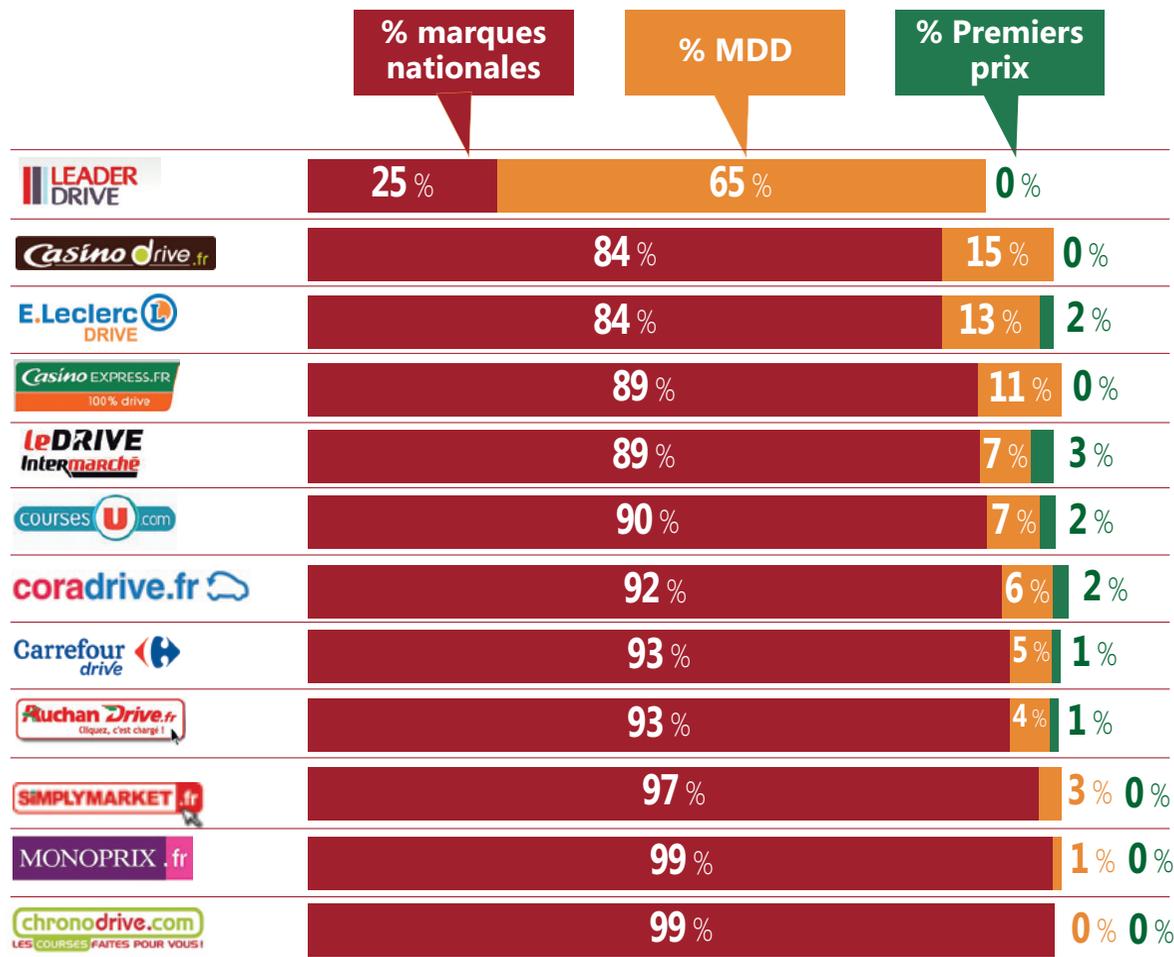


Septembre 2013

# 22



> MARQUES NATIONALES, MDD ET 1ERS PRIX PAR ENSEIGNE



solde = marques non identifiées

Un site riche en partis pris



Le Web Grande Conso  
Tous les jours, un regard décalé sur le commerce

Tribune  
GRANDE CONSO

Tribune Grande Conso  
Lettre d'opinion

Vidéo  
GRANDE CONSO

Vidéo Grande Conso  
Le commerce en images  
[Vidéocast]

LE SHOP  
GRANDE CONSO

La boutique en ligne des Editions Dauvers  
Retrouvez ici tous nos ouvrages

**a3distrib**  
L'image de vous-même !



Rendez-vous prochainement sur  
[www.grandeconso.com](http://www.grandeconso.com)

La catégorie

Mag **DRIVE** Septembre 2013

# 23



> TOP 10 DES RÉFÉRENCES LES PLUS DIFFUSÉES

Signifie que cette référence est présente dans 97 % des drives de France



DESPERADOS BIÈRE ARO TEQUILA  
1 BTL 65 CL

DN **97 %**



HOEGAARDEN BIÈRE BLANCHE  
PACK BTL 6 x 25 CL

DN **91 %**



HEINEKEN BIÈRE BLONDE  
1 FUT 5 L

DN **90 %**



HOEGAARDEN BIÈRE BLANCHE  
PACK BTL 12 x 25 CL

DN **89 %**



LEFFE BIÈRE ABBAYE RUBY  
PACK BTL 6 x 25 CL

DN **88 %**



PANACH' PANACHE  
PACK BTL 10 x 25 CL

DN **86 %**



KRONENBOURG PUR MALT SS ALC  
PACK BTL 12 x 25 CL

DN **84 %**



1664 BLANC  
PACK BTL 6 x 25 CL

DN **83 %**



HEINEKEN BIÈRE BLONDE  
PACK BOITES 6 x 33 CL

DN **82 %**



KRONENBOURG BIÈRE BLONDE  
PACK BOITES 6 x 33 CL

DN **82 %**

**Drive**  
a3distrib

Leader de la pige prospectus depuis plus de 15 ans, a3distrib est aujourd'hui le référent de la presse spécialisée sur les évolutions du Drive. Depuis plus d'un an, nous analysons, à la demande de nos clients, l'ensemble des enseignes drive et leur spécificité. Nous suivons l'ensemble des catégories de produits et nous possédons plus de 100 000 codes EAN.

Nos relevés on pour intérêt de répondre à toutes vos interrogations :

► Vous souhaitez connaître :

- Votre assortiment en drive (assortiment moyen, part d'offre)
- Votre DN
- Votre taux promo
- Votre assortiment obligatoire et/ou optionnel, selon les enseignes
- Vos prix et vos écarts de prix

► Vous souhaitez que votre force de vente soit informée en temps réel sur leur zone et leur produits

► Vous souhaitez suivre l'ensemble de vos EAN

Contactez-nous pour un test gratuit :  
[virginie.brunet@distrib.tm.fr](mailto:virginie.brunet@distrib.tm.fr)

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE

**DRIVE**  
Insights

TOUS LES MOIS

[ juillet-août couplés ]

a3distrib

powered by

éditions  
DAUVERS

La catégorie

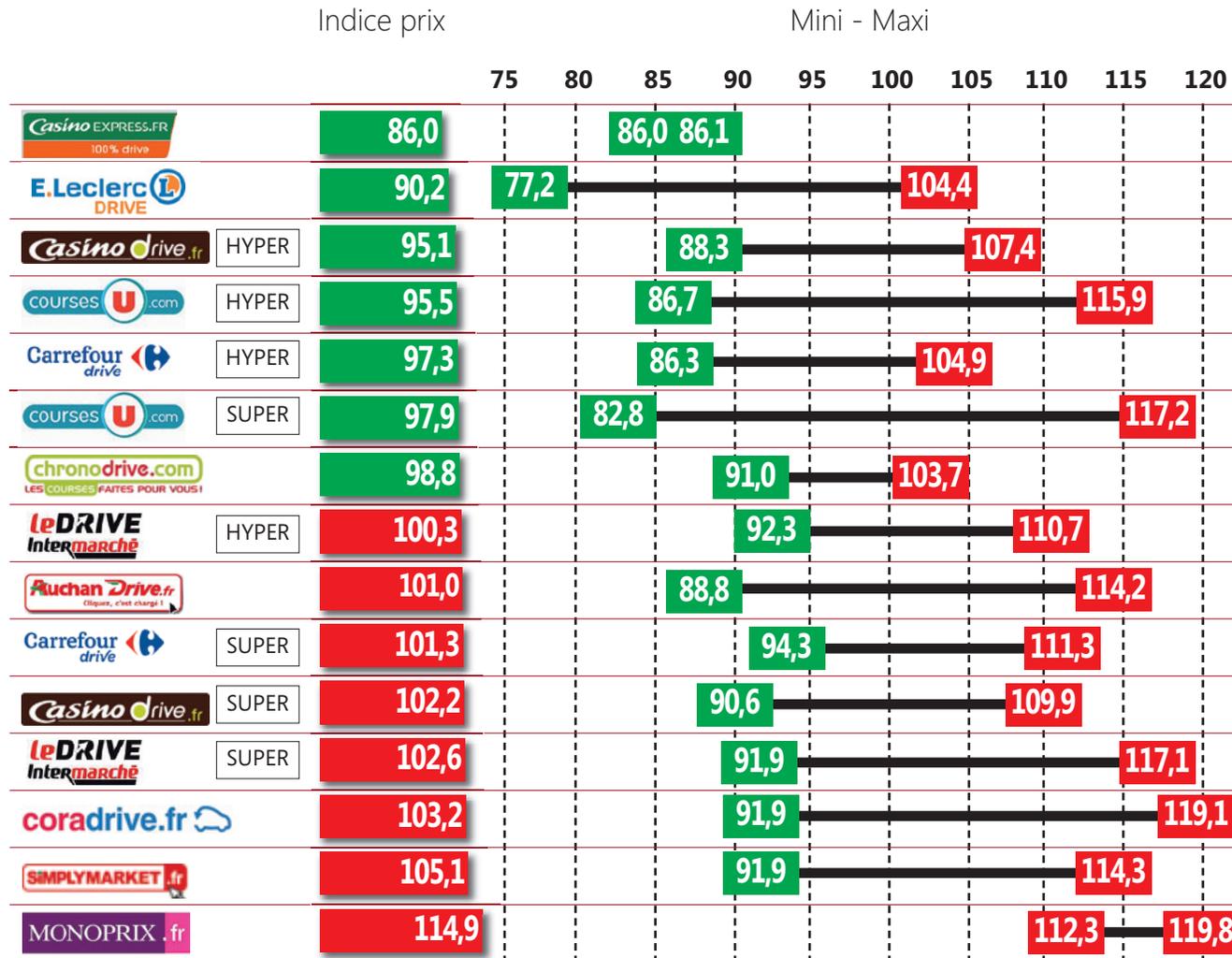
Bières



Septembre 2013

# 24

> L'INDICE PRIX PAR ENSEIGNE (ET MINI/MAXI INTRA-ENSEIGNE)



Indice 100 = moyenne tous sites drives

TARIF 2013

Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

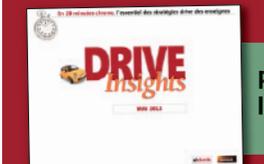
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

DANS LE CADRE DU CONTRAT DE LICENCE, L'ÉTUDE DRIVE INSIGHTS EST MARQUÉE ÉLECTRONIQUEMENT



Une journée

**LINEAIRES**  
LE MAGASIN DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

éditions  
**DAUVERS**

2<sup>e</sup> édition

# Les Ateliers du Drive

Mardi 1<sup>er</sup> octobre 2013

à Paris

Novotel Vaugirard Montparnasse

Avec les témoignages  
confirmés de :

**Auchan, Intermarché,  
Système U et Migros**



Tarif : 690 €HT la journée

580 €HT la 2<sup>nd</sup>e place (même société)

En partenariat avec :

**Texabri**



Mag DRIVE Septembre 2013

# 25

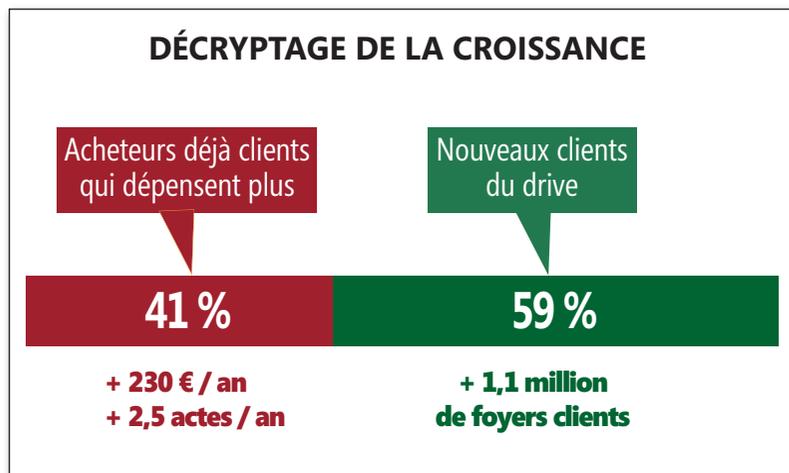
## Les Ateliers du Drive

### PROGRAMME

- Le drive rentable ?  
C'est possible !
- Drive et promotions :  
Qui fait quoi ?
- Cannibalisation  
drive/magasin :  
la vérité des chiffres
- Les derniers tests  
des enseignes
- Automatisation :  
quelles solutions  
pour quel bénéfice ?
- Fallait-il légiférer  
sur le drive ?
- Clients : les clés de  
la préférence en drive

# Le drive shopper par nielsen

- **Le drive continue de convaincre** en recrutant toujours de nouveaux acheteurs, mais aussi en les fidélisant.



Source : Homescan Nielsen - CAM P6 2013



- **Son niveau de fidélité est désormais comparable à celui du hard-discount** avec toutefois une taille de clientèle beaucoup plus restreinte. A noter que ce niveau de fidélité est relativement homogène entre les rayons.



Source : Homescan Nielsen - CAM P6 2013



Programme détaillé  
et inscription sur  
[www.lineaires.com](http://www.lineaires.com)

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE

 **DRIVE**  
Insights

TOUS LES MOIS  
[ juillet-août couplés ]

a3distrib

éditions  
DAUVERS

powered by



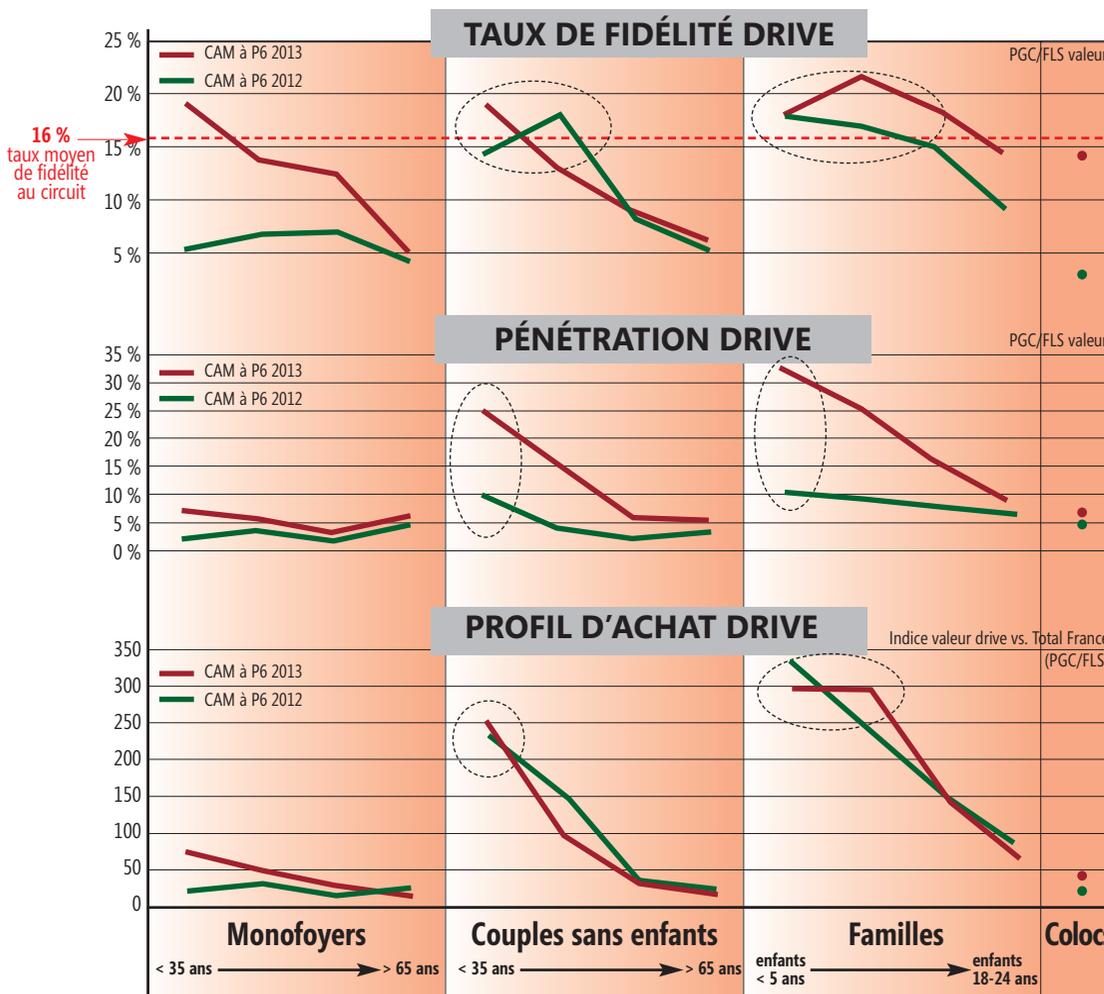
Mag DRIVE

Septembre 2013

# 26

## Le drive shopper par nielsen

• Même s'il progresse chez toutes les cibles, le drive reste tout de même très centré sur son cœur de cible : les familles avec enfants et les plus jeunes couples.



• Une fidélité renforcée particulièrement dans les familles et auprès des plus jeunes.

• Le recrutement se fait sur l'ensemble des foyers, mais s'accélère fortement auprès des familles avec enfants et des couples > 50 ans.

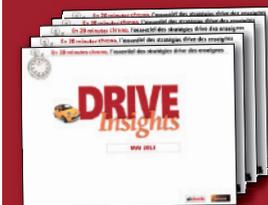
• Le profil d'achat reste très fortement marqué familles avec enfants et jeunes couples.

Source : Homescan Nielsen



TARIF 2013

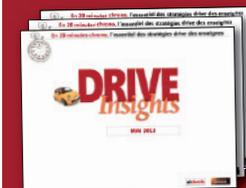
Licence de MULTIDIFFUSION Groupe



Centrales, Enseignes...

2 990 € HT

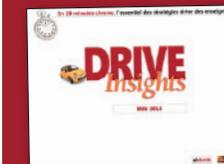
Licence de MULTIDIFFUSION Société



Industriels, Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE sans droit de copie



PME, Indépendants...

990 € HT

Renseignements : [florence.taillefer@editionsdauvers.fr](mailto:florence.taillefer@editionsdauvers.fr)



**LA VEILLE GRANDE CONSO**  
de référence depuis plus de 20 ans

tous les mois

**3 études en 1**

### SIGNAUX ECO & CONSO

Démographie - Emploi - Epargne - Inflation  
Pouvoir d'achat - Indicateurs macro-éco  
Achats des ménages - Tendances conso

### RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes alimentaires et non-al :  
résultats, performances, benchmark, etc.

### RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes mondiales

**Numéro découverte (et gracieux)  
sur simple demande :**

[jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr](mailto:jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr)

# Tranches de vie commerciale

**Rien de tel que de regarder le drive du point de vue client.** Au besoin en utilisant le... petit bout de la lorgnette. C'est précisément l'objet de ces Tranches de vie commerciale. Toutes réelles et sans trucage, évidemment !

**Jean-Philippe Gallet**



2 FORMATS  
DE SOUSCRIPTION



**Version papier**

1 brochure/mois par courrier



**Version électronique**

1 fichier PDF/mois par mail

**avec licence de multidiffusion\*  
au sein de votre entreprise**  
(même raison sociale)

# Tranches de vie commerciale

éditions  
**DAUVERS**

Carrefour  
drive

23/08/2013

L'éditeur-expert  
Grande Conso

www.olivierdauvers.fr



Tranches de Vie Commerciale  
Chaque année, rayons et  
magasins vus du client.  
Petits exercices de  
Penser-Client.

The screenshot shows the Carrefour drive website interface. On the left, a navigation menu lists 'Desserts' with sub-categories like 'Crèmes dessert (28)', 'Mousses (24)', 'Liégeois (20)', 'Petits pots & crèmes aux oeufs (23)', 'Gâteaux de riz & semoule (14)', and 'Desserts pâtisseries (23)'. The main content area displays 'Desserts (128)' with a 'Crème dessert, au caramel' product. A red arrow points from this product to a detailed view on the right. This detailed view shows the product image, price (0.99 per 125g pot, 1.98 for 4 pots), and a 'Suggestion de remplacement' section for 'Danone Danette Caramel' priced at 1.32 per 125g pot (2.64 for 4 pots). A 'Bientôt disponible' (Soon available) label is present on the replacement product.

## » QUAND LA MDD RECOMMANDE LA MARQUE NATIONALE

Au cours de l'été, Carrefour a peaufiné l'interface de ses drives, améliorant ainsi l'expérience client. Un module «suggestion de remplacement» a été ajouté à toutes les références en rupture, étiquetées «Bientôt disponible». **D'un simple clic, ce système permet de voir s'afficher la fiche détaillée d'un produit susceptible de remplacer la référence manquante.** Ironie de la situation : lorsque le produit en rupture est une MDD, Carrefour n'hésite pas à orienter les consommateurs vers la marque leader. Dans le cas présent, l'enseigne suggère d'acheter la crème dessert Danette dont le PVC est 33 % plus cher que le produit Carrefour équivalent (mais le niveau de marge peut-être moins intéressant). A charge de revanche...

Retrouvez nos ouvrages

**LE SHOP**  
**GRANDE CONSO**  
La boutique en ligne des Editions Dauvers

sur :  
www.olivierdauvers.fr



éditions  
**DAUVERS**

# Tranches de vie commerciale

23/08/2013

Indispensable pour tout connaître de la distribution alimentaire

## L’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013

Chrono-drive	E. Leclerc drive	Carrefour drive	Courses U.com	Casino drive	Monoprix	Drive Inter marché	Cora drive
81	70 à 126	489	0 à 115	154	156	140 à 381	1 518
81 réf. présentées comme les Essentiels de la rentrée	L'offre n'est pas segmentée	-	Sur les 115 réf, 37 sont présentées comme Les Essentiels	Bonne idée la clé d'entrée par niveau	-	-	Pas de mise en avant en page accueil

### » LA RENTRÉE DES DRIVES

Désormais incontournables dans le paysage commercial, les drives semblent bien décidés à ne passer à côté d'aucune des grandes opérations promotionnelles du calendrier. Au premier rang desquelles la rentrée scolaire. **Pour avoir une idée de ce que font les principaux opérateurs au service des écoliers, Mag Drive a enquêté auprès des drives d'une ville, en l'occurrence Rennes.** Sur les 8 enseignes représentées, 7 affichaient en page d'accueil une bannière promotionnelle vantant une opération rentrée. Seul Cora ne jouaient pas le jeu. Ce dernier dispose pourtant de l'offre fournitures scolaires de loin la plus étoffée avec 1 518 références. Un assortiment pléthorique que le drive shopper devra aller chercher dans la rubrique «loisir» et la sous-rubrique «papeterie»... s'il y pense ! A noter que sur les 4 magasins Super U de l'agglomération, seuls 2 affichent en "une" l'opération «Préparez la rentrée», et chez l'un d'entre eux, cette bannière renvoie vers une page «rentrée des classes» désespérément blanche ! La symbolique du cancre ?

- Une Affiche au format "spécial bureau" (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.

- Un Book au format pratique (15 x 21 cm) avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. **Idéal pour votre force de vente.** A emporter partout grâce à son format pratique.

#### Tarifs HT 2013

- Affiche.....150 €
- Lot de 6 Books.....240 €
- Pack (Affiche + Books).. 310 €

Renseignements :  
 florence.taillefer@editionsdauvers.fr

Pour toujours avoir les chiffres clés du secteur et des enseignes sous la main

## L’Affiche et le Book STORE CHART FRANCE édition 2013



# Tranches de vie commerciale



Carrefour Drive interface showing search results for 'Demoiselle' champagne. The results table is as follows:

Image	Produit	Promotion	Prix	Quantité	Action	
	Demoiselle - Champagne Rosé Origine : France	Promotion 6 -25%	Soit les 6 <del>22,05 €</del> <del>33,00 €</del>	4 <sup>€</sup> 50 la bouteille de 75 cl prix : 6,53 €	6 +	AJOUTER
	Demoiselle - Champagne Demi Sec Origine : France	La Zéna à -50%	Soit les 2 <del>32,25 €</del> <del>43,00 €</del>	21 <sup>€</sup> 50 la bouteille de 75 cl prix : 28,67 €	1 +	AJOUTER
	Demoiselle - Champagne Brut Origine : France	La Zéna à -50%	Soit les 2 <del>32,25 €</del> <del>43,00 €</del>	21 <sup>€</sup> 50 la bouteille de 75 cl prix : 28,67 €	1 +	AJOUTER

### >> DU CHAMPAGNE AU PRIX DU MOUSSEUX

**L'erreur est humaine... mais la technologie symbolisée par internet, chambre d'écho impitoyable, ne pardonne pas.** Lundi 26 août, l'enseigne Carrefour a débuté la foire aux vins de ses 50 ans dans ses 108 sites drive. A la rubrique champagne, la marque Demoiselle a été l'objet d'une bien malheureuse coquille. Si le brut et le demi-sec en 75 cl étaient affichés 21,50 €, le rosé dans le même format arborait un PVC de 4,90 €. Avec la réduction complémentaire de 25 % pour l'achat de 6 bouteilles, le tarif descendait même à 3,67 €. Un niveau de prix inimaginable pour un champagne qui a ravi quelques drive shoppers ! Avant que l'enseigne ne réagisse, les sites drive de certains hyperts ont eu le temps de se faire dévaliser en Demoiselle rosé. C'est de bonne guerre...

Retrouvez nos ouvrages



sur :  
[www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)



## Tranches de vie commerciale

SPÉCIAL [coradrive.fr](http://coradrive.fr) 26/08/2013

Mag DRIVE a passé en revue les home-pages des 58 sites Cora Drive, lesquelles sont autant de vitrines virtuelles. Que disent-elles ? Quels services sont mis en avant ? Comment la promo du moment est-elle relayée ? Réponse : de manière très disparate. A la Cora...



### » LES GROS VOLUMES FACE AUX PETITS MOYENS DU DRIVE

L'opération «Gros Volumes = Petits Prix», un classique chez Cora, a désormais pignon sur web. Gros volumes obligent, cette promotion nécessite le déploiement de moyens particuliers en magasins comme l'installation d'un chapiteau dédié. **La transposition de l'opération dans l'univers du drive impose, semble-t-il, des contraintes supplémentaires.** Aussi certains magasins n'hésitent pas à en limiter les horaires de commandes (seulement la nuit de 18 ou 19 h à 5 h et le dimanche toute la journée), d'autres préviennent que tout le catalogue n'est pas disponible, seulement une sélection adaptée au drive.

Un site riche en partis pris



Le Web Grande Conso  
Tous les jours, un regard décalé sur le commerce

Tribune  
GRANDE CONSO

Tribune Grande Conso  
Lettre d'opinion

Vidéo  
GRANDE CONSO

Vidéo Grande Conso  
Le commerce en images [Vidéocast]

LE SHOP  
GRANDE CONSO

La boutique en ligne des Editions Dauvers  
Retrouvez ici tous nos ouvrages

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE

 **DRIVE**  
Insights

TOUS LES MOIS  
[ juillet-août couplés ]

**a3distrib**

éditions  
**DAUVERS**

powered by

## Tranches de vie commerciale



Septembre 2013

# 32

coradrive.fr

26/08/2013

**Villers Semeuse**  
coradrive.fr vous livre à la maison !  
Nouvelles Communes Livrables: Aneux, Bazailles, Belval, Basseval-et-Biancourt, Boulzicourt, Boutancourt, Cheveuges, Cliron, Daigny, Damouzy, Elan, Etrappigny, Evigny, Fagnon, Feignieux, Germeille, Gironne, Hamels-Romes, Harcy, Haudrosy, Hennegre-Saint-Martin, Houldizy, Ily, Issancourt-et-Rumel, La Grandville, La Moncelle, Lonny, Mendigny, Montbarnel, Neuville-les-This, Renwez, Rimogne, Saint-Aignan, Saint-Marcel, Sapogne-et-Feuchères, Sury, This, Toumes, Villers-sur-Bar et Wamécourt. Pour connaître l'ensemble des communes livrées cliquez sur [voir cette commune](#).  
offre de Lancement frais de livraison **6€**  
NOUVEAU LIVRAISON À DOMICILE  
Zone de livraison Conditions de livraison

**Arcueil**  
coradrive.fr vous livre à domicile !  
Ding! pong!  
NOUVEAU LIVRAISON À DOMICILE  
sur internet et choisissez l'heure et le jour de votre livraison

**Sarrebourg**  
NOUVEAU cora Sarrebourg votre magasin préféré  
votre drive vous livre à domicile  
EN SAVOIR +  
coradrive.fr

**Moulins Les Metz**  
cora Moulins-lès-Metz  
NOUVEAU coradrive.fr vous livre à domicile ouverture le 16 août  
de livraison et conditions sur notre site [www.coradrive.fr/moulinslesmetz](http://www.coradrive.fr/moulinslesmetz)

### » CORA DRIVE LIVRE

**Activité antérieure au drive dans de nombreuses enseignes, la livraison à domicile fait son apparition chez Cora.** Depuis cet été, certains magasins Cora (4 pour l'heure) proposent ce service à leurs clients drive. Chaque magasin communique à sa façon en page d'accueil. Les frais inhérents à ce service varient sensiblement.

**Moulins-Lès-Metz** propose un dégressif complexe allant de 15 € pour moins de 100 € de courses à 5 € au-delà de 250 €, avec de nombreux paliers et tarifs préférentiels pour les porteurs des cartes Malin ou Cora. Prix unique au Cora de **Villers Semeuse** quel que soit le montant de courses : 6 € dans un premier temps au lieu de 13 €. Cora **Sarrebourg** affiche 5 € de frais de livraison pour un minimum de 60 € d'achat et la gratuité au-delà de 180 €. Enfin, Cora **Arcueil** présente un dégressif allant de 9 € au-delà de 120 € d'achats à la gratuité € au-delà de 250 €.

## TARIF 2013

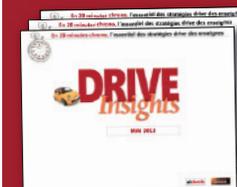
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

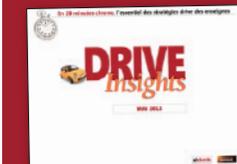
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
[florence.taillefer@editionsdauvers.fr](mailto:florence.taillefer@editionsdauvers.fr)

PARC, ENSEIGNES,  
POLITIQUES  
MARCHANDISES,  
PRIX...

L'ÉTUDE DE  
RÉFÉRENCE



TOUS LES MOIS

[ juillet-août couplés ]

a3distrib

éditions  
DAUVERS

powered by

## Tranches de vie commerciale



Septembre 2013

# 33

coradrive.fr

26/08/2013

Wittenheim

En passant votre commande la veille,  
nous avons le temps de la préparer avec soin  
et nous avons  
le plaisir de vous  
**OFFRIR**  
cette baguette  
"tradition française"

Mondelange

Pour une qualité de préparation optimale  
commandez LA VEILLE DU JOUR DE RETRAIT.

commandez  
LA VEILLE  
DU JOUR DE  
RETRAIT

Votre commande sera préparée  
DÈS 5H AVEC LES ARRIVAGES DU JOUR.

### » EDUCATION DU DRIVE SHOPPER

**Le client est roi certes, mais s'il pouvait passer commande la veille, cela se serait mieux...** Différents sites Cora Drive incitent ainsi leurs clients à anticiper leurs commandes «pour une qualité de préparation optimale», précisent-ils. Pour une meilleure rentabilité du service pourrait-on préciser. En effet, Cora dispose d'un système de préparation de commande original basé sur une "ramasse" en rayon le matin des références les plus commandées et d'un complément dans la journée au gré des commandes. Le passage de commande la veille permet donc de limiter les opérations et ainsi de limiter le coût de préparation, véritable nerf de la guerre des drives. Au point que certains Cora n'hésitent pas à mettre la main au porte-monnaie pour convaincre les shoppers en offrant une baguette ou des bons d'achat.

Ales

LE N°1 DU CHOIX

MÊMES PRIX

SERVICE GRATUIT

5 MIN

Pour une qualité de préparation optimale,  
privilegiez un passage de commande la veille  
de votre jour d'enlèvement.

Pour toute commande passée entre 20h et minuit  
une surprise vous attend !!!

## TARIF 2013

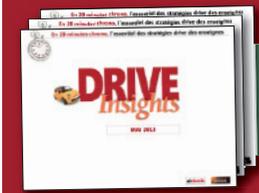
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Groupe



Centrales,  
Enseignes...

2 990 € HT

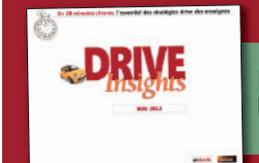
Licence  
de MULTIDIFFUSION  
Société



Industriels,  
Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE  
sans droit de copie



PME,  
Indépendants...

990 € HT

Renseignements :  
florence.taillefer@editionsdauvers.fr



Une journée

LINEAIRES

éditions DAUVERS

2<sup>e</sup> édition

# Les Ateliers du Drive

Mardi 1<sup>er</sup> octobre 2013 à Paris

Novotel Vaugirard Montparnasse

Avec les témoignages confirmés de : Auchan, Intermarché, Système U et Migros

Tarif : 690 €HT la journée

580 €HT la 2<sup>nd</sup>e place (même société)



Mag DRIVE

Septembre 2013

# 34

# Les Ateliers du Drive

PROGRAMME

- Le drive rentable ? C'est possible !
- Drive et promotions : Qui fait quoi ?
- Cannibalisation drive/magasin : la vérité des chiffres
- Les derniers tests des enseignes
- Automatisation : quelles solutions pour quel bénéfice ?
- Fallait-il légiférer sur le drive ?
- Clients : les clés de la préférence en drive

coradrive.fr

26/08/2013

## >> FLORILEGE DE BANNIÈRES DE COM' LOCALE

**Verdun**  
Nouveau sur votre drive à Cora Verdun les sirops **MONIN** les gammes de produits **A. MENES** et bientôt le Champagne **Gobillard**

**Remiremont**  
Prix en baisse SUR DE PRODUITS ... **3400**

**Rennes**  
coradrive Rennes **+ DE 25 000 RÉFÉRENCES**

**Saint Avold**  
NOUVEAU SERVICE : VENTE PAR CAISSE. Nous vous proposons la vente par caisse, 2 choix possibles : Vous avez une caisse avec les bouteilles vides, sélectionner le produit désiré. Vous n'avez pas de caisse vous devez impérativement sélectionner le produit désiré qui se trouve à côté.

**Vichy**  
info client coradrive.fr **IMPORTANT :** pour tous les produits incluant de la gratuité, il est nécessaire de mettre le produit gratuit dans le panier. Exemple : Pour 1 acheté = 1 gratuit, il faut mettre 2 produits dans le panier. La remise s'effectue lors d'un calcul après avoir choisi l'heure d'enlèvement.

**Vesoul**  
**SPECIAL ANNIVERSAIRE** Du Lundi 26 août au Samedi 31 août Pour ses 1 an Coradrive vous rembourse votre commande sous forme d'eurocra\*

**Garges**  
votre coradrive.fr GARGES-LES-GONNESSE fête ses 1 an du 29 août au 14 septembre 2013 à cette occasion nous avons le plaisir d'offrir à tous nos fidèles clients une bouteille de champagne\* pour une commande de 120€ minimum

**Reims Neuville**  
Chez nous en Champagne Ardenne

**Rennes**  
les produits bretons arrivent sur le drive, la gamme va s'étoffer de jour en jour

**Wittenheim Dornach**  
Retrouvez une sélection de produits alsaciens dans la rubrique "Boutique" ou en cliquant ici !

**Bruay**  
Les Produits d'min coin Produits d'min coin

**Flers Villeneuve-d'Ascq**  
Le coup de coeur de Georges, manager Crémier



Programme détaillé et inscription sur [www.lineaires.com](http://www.lineaires.com)

En partenariat avec :



